

KAUNO TECHNOLOGIJOS UNIVERSITETAS
EKONOMIKOS IR VERSLO FAKULTETAS

Neringa Plauskaitė

**LIETUVOS ALKOHOLINIŲ GĖRIMŲ PRAMONĖS KONKURENCINGUMO
VERTINIMAS**

MAGISTRO DARBAS

Darbo vadovė prof. habil. dr. Žaneta Simanavičienė

KAUNAS 2016

**KAUNO TECHNOLOGIJOS UNIVERSITETAS
EKONOMIKOS IR VERSLO FAKULTETAS**

**LIETUVOS ALKOHOLINIŲ GĖRIMŲ PRAMONĖS KONKURENCINGUMO
VERTINIMAS**

Ekonomika

MAGISTRO DARBAS

Studentė

Neringa Plauskaite VME-4 gr.

2016 m. gegužės 02 d.

Vadovė

prof. habil.dr. Žaneta Simanavičienė

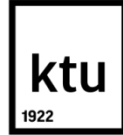
2016 m......

Recenzentas.....

doc. dr. Mindaugas Dapkus

2016 m......

KAUNAS, 2016



KAUNO TECHNOLOGIJOS UNIVERSITETAS

Ekonomikos ir verslo fakultetas

Neringa Plauskaitė

Ekonomika, 621L10008

Baigiamojo magistro darbo „Lietuvos alkoholinių gėrimų pramonės konkurencingumo vertinimas“

AKADEMINIO SAŽININGUMO DEKLARACIJA

2016 m. gegužės 02 d.

Kaunas

Patvirtinu, kad mano **Neringos Plauskaitės** baigiamasis magistro darbas tema „Lietuvos alkoholinių gėrimų pramonės konkurencingumo vertinimas“ yra parašytas visiškai savarankiškai, o visi pateikti duomenys ar tyrimų rezultatai yra teisingi ir gauti sąžiningai. Šiame darbe nei viena dalis nėra plagijuota nuo jokių spausdintinių ar internetinių šaltinių, visos kitų šaltinių tiesioginės ir netiesioginės citatos nurodytos literatūros nuorodose. Įstatymų nenumatytų piniginių sumų už šį darbą niekam nesu mokėjęs.

Aš suprantu, kad išaiškėjus nesąžiningumo faktui, man bus taikomos nuobaudos, remiantis Kauno technologijos universitete galiojančia tvarka.

SUMMARY

Actuality. It is difficult for alcoholic beverages industry to be competitive during the processes of globalization and widening of international market. Membership in the European Union led to decrees or completely banished all barriers to trade. This is why companies are more interested to expand their positions in international market. On the other hand, trade liberalization widened competitive range.

Lithuanian sector of alcoholic beverages industry is evaluated as a perspective branch, which further potential is based on export. Due to market filling and a lower number of costumers, it is essential to look for new development opportunities. This is possible only ensuring a high level of industry sector competitiveness, analysing and evaluating a present competitiveness situation in the market.

Competiveness of Lithuania alcoholic beverages industry is mostly influenced by country's political and economic environment. Increasing standards for companies of the sector and higher competitiveness, force companies to improve their operational strategy, to increase manufacture effectiveness and ensure competitiveness of the production, increasing export sales. It is important to ensure a local and international competitiveness in alcoholic beverages industry, because the sector's efficiency and input to the country's economy depend on that. One of the solutions is to look for new markets and wide the present.

Object of the thesis. The competitiveness of Lithuanian alcoholic beverages industry.

The aim of the thesis. To analyse and evaluate the competitiveness of Lithuanian alcoholic beverages industry.

Objectives of the thesis.

1. To analyse a present situation and problems in Lithuanian alcoholic beverages industry.
2. To define the term competitiveness.
3. To provide the methods and parameters of evaluation of market competitiveness.
4. To analyse the competitiveness of Lithuanian alcoholic beverages industry and make the competitive evaluation of foreign markets.

Evaluation of Lithuanian alcoholic beverages market, following the analysis of revealed comparative advantage (RCA) and relative trade balance (RTB) parameters, showed that the branch in respect of foreign trade parameters, in the EU (28) context, is competitive and competitiveness is increasing. During the period of 2009 - 2013, the value of the products produced in Lithuanian alcoholic beverages industry increased by 39.10 %, but the sector's part of manufacturing industry products, value in the structure decreased by 2.22 %, and 0.93 % in the country.

Increasing production value and manufacture's quotes led to the increase of alcoholic beverages sells, that in the year of 2013, comparing with 2009, increased by 12.33 %. Mostly it was influenced by the 2.2 times increase of expert sells. Though, sells of the country's alcoholic beverages industry, during the period of five years, increased, but added value (by manufacture prices) decreased. In 2013, the sector produced a value that is 27.85 million euros lower than in 2009. So the lower added value (by manufacture prices) shows that the branch faces serious competitive problems. The further increase of alcoholic beverages industry is possible only investing in a tangible asset, human resources, cooperating and joining into clusters.

Volume of the Master thesis 126 pages, 16 tables, 27 pictures.

Key words: competitiveness, competitiveness factors, parameters of competitiveness evaluation, alcoholic beverages industry.

TURINYS

| | |
|--|----|
| SUMMARY..... | 4 |
| PAVEIKSLŲ SĄRAŠAS | 7 |
| LENTELIŲ SĄRAŠAS..... | 8 |
| ĮVADAS | 9 |
| 1. LIETUVOS ALKOHOLINIŲ GĖRIMŲ PRAMONĖS ANALIZĖ | 12 |
| 1.1. Lietuvos alkoholinių gėrimų rinkos bruožai | 12 |
| 1.2. Lietuvos alkoholinių gėrimų pramonės įtaka šalies ekonomikai | 14 |
| 1.3. Lietuvos alkoholinių gėrimų pramonės rinkos tendencijos | 16 |
| 2. PRAMONĖS KONKURENCINGUMO TEORINIAI ASPEKTAI | 22 |
| 2.1. Konkurencingumo koncepcija | 22 |
| 2.2. Pramonės sektoriaus konkurencingumo vertinimo metodų ir rodiklių parinkimas | 29 |
| 2.2.1. Pramonės sektoriaus konkurencingumo vertinimo metodai | 30 |
| 2.2.2. Pramonės sektorių užsienio prekybos rodiklių nustatymas | 35 |
| 2.2.3. Šalies konkurencingumo vertinimas | 40 |
| 2.3. SSGG (SWOT) analizės nauda..... | 42 |
| 2.4. Pramonės sektoriaus konkurencingumo didinimas globalioje rinkoje | 44 |
| 2.5. Klasterizacijos įtaka konkurencingumui..... | 50 |
| 3. ALKOHOLINIŲ GĖRIMŲ PRAMONĖS KONKURENCINGUMO TYRIMO METODOLOGIJA | 52 |
| 4. LIETUVOS ALKOHOLINIŲ GĖRIMŲ PRAMONĖS KONKURENCINGUMO ANALIZĖ IR VERTINIMAS..... | 55 |
| 4.1. Lietuvos alkoholinių gėrimų pramonės sukurtos produkcijos vertės ir pardavimų analizė..... | 55 |
| 4.2. Pramonės sektoriaus sukurtos pridėtinės vertės (gamybos kainomis) pokyčių analizė ir vertinimas | 58 |
| 4.3. Lietuvos alkoholinių gėrimų pramonės darbo produktyvumo kitimo analizė ir vertinimas..... | 60 |
| 4.4. Lietuvos alkoholinių gėrimų pramonės materialinių investicijų analizė ir vertinimas..... | 64 |
| 4.5. Lietuvos alkoholinių gėrimų pramonės atskleistojo santykinio pranašumo vertinimas ES (28) kontekste..... | 69 |
| 4.6. Lietuvos alkoholinių gėrimų pramonės eksporto analizė ir vertinimas | 72 |
| 4.7. Klasterizacijos procesai Lietuvos alkoholinių gėrimų pramonėje | 84 |
| 4.8. Lietuvos alkoholinių gėrimų pramonės konkurencingumo perspektyvos (SSGG) | 86 |
| IŠVADOS IR REKOMENDACIJOS..... | 89 |
| LITERATŪRA | 92 |
| PRIEDAI | 99 |

PAVEIKSLŲ SĄRAŠAS

| | |
|--|----|
| 1 pav. Gėrimų gamybos sektoriaus pagal EVRK 2 red. aprėptis | 12 |
| 2 pav. Alkoholinių gėrimų gamybos bei tarptautinės prekybos dinamika 2009 – 2014 m. | 15 |
| 3 pav. Sukurta pridėtinė vertė ir jos dinamika 2009 – 2013 m. | 15 |
| 4 pav. Lietuvoje vienam gyventojui tenkantis alkoholinių gėrimų suvartojimas 2009 – 2014 m. | 18 |
| 5 pav. Akcizų tarifų dinamika alkoholinių gėrimų pramonės produkcijai | 19 |
| 6 pav. Akcizų surinkimas iš etilo alkoholio ir alkoholinių gėrimų 2007 – 2014 m. | 21 |
| 7 pav. Konkurencingumo lygmenys | 25 |
| 8 pav. Konkurencingumo koncepcijos analizavimo lygmenys | 26 |
| 9 pav. Konkurencingumo vertinimo problemos ir apribojimai | 29 |
| 10 pav. Porter „Deimanto“ konkurencingumo modelis | 31 |
| 11 pav. Pramonės veiklos ir finansiniai rodikliai | 35 |
| 12 pav. Globalaus konkurencingumo indekso sudėtis | 41 |
| 13 pav. Valstybės ir darbuotojų sąsajos | 43 |
| 14 pav. Lietuvos alkoholinių gėrimų sektoriaus konkurencingumo vertinimo rodikliai | 54 |
| 15 pav. Lietuvos alkoholinių gėrimų pardavimų rinka 2009 – 2013 m., proc. | 58 |
| 16 pav. Sukuriamos pridėtinės vertės (gamybos kainomis) tenkančios vienam dirbančiajam dinamika alkoholinių gėrimų subsektoriuose 2009 – 2013 m. | 61 |
| 17 pav. Alkoholinių gėrimų pramonės darbo produktyvumo ir išlaidų darbo užmokesčiui kitimas 2009 – 2013 m. | 64 |
| 18 pav. Materialinių investicijų struktūra alkoholinių gėrimų pramonėje per 2009 – 2013 m., proc. | 67 |
| 19 pav. Materialinių investicijų ir darbo produktyvumo kitimas 2009 – 2013 m. | 68 |
| 20 pav. Alkoholinių gėrimų pramonės užsienio prekybos rodiklių dinamika 2009 – 2013 m. | 72 |
| 21 pav. Alkoholinių gėrimų pardavimų struktūros analizė 2009 – 2013 m., proc. | 73 |
| 22 pav. Lietuvos alkoholinių gėrimų pramonės eksporto ir importo pagal regionus struktūra 2009 – 2013 m., proc. | 75 |
| 23 pav. Lietuvos alkoholinių gėrimų pramonės prekybiniai mainai ES (28) regione 2013 m., proc. | 77 |
| 24 pav. Eksporto ir importo pokyčių analizė su NVS regionu | 79 |
| 25 pav. Alkoholinių gėrimų produkcijos 2013 m. sklaida su NVS regionu, proc. | 81 |
| 26 pav. Lietuvos alkoholinių gėrimų pramonės eksporto sklaida į Azijos regioną 2009 – 2013 m. | 82 |
| 27 pav. Kitų šalių regiono importo ir Lietuvos alkoholinių gėrimų pardavimų dinamika 2009 – 2013 m., tūkst. Eur | 83 |

LENTELIŲ SĄRAŠAS

| | |
|---|----|
| 1 lentelė. Lietuvos alkoholinių gėrimų pramonės ūkio subjektų pokyčiai 2009 – 2013 m. | 13 |
| 2 lentelė. Lietuvos alkoholinių gėrimų pramonės eksporto rinkų siaurėjimas | 17 |
| 3 lentelė. Konkurencingumo koncepcija | 24 |
| 4 lentelė. SSGG (SWOT) analizės matrica..... | 43 |
| 5 lentelė. Konkurencingumą didinantys veiksniai..... | 45 |
| 6 lentelė. Koreliacijos kitimo reikšmės..... | 53 |
| 7 lentelė. Sukurtos produkcijos vertės dinamika 2009 – 2013 m. | 55 |
| 8 lentelė. Lietuvos alkoholinių gėrimų pramonės produkcijos pardavimai 2009 – 2013 m..... | 56 |
| 9 lentelė. Sukurtos pridėtinės vertės (gamybos kainomis) dinamika 2009 – 2013 m. | 59 |
| 10 lentelė. Darbuotojų skaičiaus įtaka pridėtinės vertės kūrime 2009 – 2013 m. | 62 |
| 11 lentelė. Darbuotojo dirbto laiko pokyčio įtaka pridėtinės vertės sukūrimui 2009 – 2013 m..... | 62 |
| 12 lentelė. Alkoholinių gėrimų pramonės materialinių investicijų dinamika 2009 – 2013 m..... | 65 |
| 13 lentelė. Lietuvos alkoholinių gėrimų pramonės RCA indeksų dinamika 2009 – 2013 m. | 70 |
| 14 lentelė. Alkoholinių gėrimų pramonės RTB indeksai 2009 – 2013 m. | 71 |
| 15 lentelė. Užsienio prekybos rodiklių pokyčiai pagal regionus, mln. Eur | 76 |
| 16 lentelė. Lietuvos alkoholinių gėrimų pramonės SSGG analizė | 87 |

IVADAS

Temos aktualumas. Alkoholinių gėrimų gamyba Lietuvoje puoselėja galias tradicijas. Ji laikoma viena iš didelių eksporto augimo potencialą turinčių apdirbamosios pramonės šakų. Lietuvos gėrimų pramonės sektoriuje 2013 metais alkoholinių gėrimų gamyba sukūrė net 90,61 proc. visos sektoriuje pagamintos produkcijos pridėtinės vertės. Nors visoje apdirbamojoje pramonėje tenkančios bendrosios pridėtinės vertės vos 2,84 proc. Šis pramonės sektorius 2013 m. sugeneravo 1,15 proc. šalies eksporto pajamų. Nors alkoholinių gėrimų pramonės sektorius šalies politikos vertinamas gan skeptiškai, dėl gaminamos produkcijos vartojimo neigiamų padarinių visuomenei, tačiau negalima paneigti jo svarbos šalies ekonomikos augimui. Alkoholinių gėrimų pramonės sektoriaus veikla yra svarbi sprendžiant šalies gyventojų užimtumo problemas, didinant šalies konkurencingumą tarptautinėje erdvėje. Alkoholinių gėrimų pramonė gamyboje kaip žaliavą naudoja daug vietinės produkcijos, taip teigiamai veikiant kitus šalies sektorius.

Vykstant globalizacijos procesams ir plečiantis tarptautinei rinkai, alkoholinių gėrimų pramonės sektorius susiduria tiek su vietinės tiek su tarptautinės rinkos konkurencija. Narystė Europos Sąjungoje suteikė prekybos kliūčių sumažinimą, panaikinimą bei šakos įmonių konkurencinių pozicijų didėjimą ir plėtrą tarptautinėje erdvėje. Tačiau prekybos liberalizavimas padidino konkurenciją rinkoje, kurią atremti, ypač smulkiosioms šakos įmonėms, nelengvas iššūkis.

Lietuvos alkoholinių gėrimų pramonės sektorius vertinamas kaip perspektyvi šaka, kurios plėtros potencialas sutelktas eksporto srityje. Ekonomikos nuosmukis paskatino alkoholinių gėrimų pramonės įmones didinti pozicijas esamose bei plėsti naujose rinkose. Esant vietinės rinkos užpildymui bei mažėjant vartotojų bazei šalyje būtina ieškoti naujų plėtros galimybių. Tai pasiekti įmanoma tik užtikrinant aukštą pramonės sektoriaus konkurencingumo lygį analizuojant ir vertinant šakos konkurencinę situaciją rinkoje.

Temos naujumas. Konkurencingumas yra dažnas mokslininkų tyrinėjimo objektas. Nors konkurencingumas nagrinėjamas įvairiais aspektais bei analizuojamas taikant įvairias vertinimo metodikas bei rodiklius, tačiau vis dar išlieka aktualia mokslininkų tarpusavio diskusijų tema. Tai lemia autorių konkurencingumo taikymo metodikų skirtumai, jų tinkamumas skirtingiems objektams analizuoti. Dėl nuolatinių rinkos pokyčių, konkurencingumas yra kintantis reiškinys, kurio analizavimo ir vertinimo svarba nuolatos auga. Praktiniuose rinkos tyrimuose konkurencingumas dažniausiai analizuojamas ir vertinamas šalies, regiono bei įmonių lygiu. Tačiau išsamių ekonominiais metodais bei tyrimais pagrįstų Lietuvos alkoholinių gėrimų pramonės konkurencingumo tyrimų, tiek vidaus tiek tarptautinėje rinkoje, pasigendama. Todėl galima teigti, kad analizuojama tema, praktiniu bei taikomuoju aspektu, nauja.

Darbo problema. Lietuvos alkoholinių gėrimų pramonės konkurencingumas labiausiai įtakojamas šalies politinės, ekonominės aplinkos bei tarptautinės rinkos situacijos. Nepalanki šalies ir tarptautinės rinkos aplinka sukelia tokias problemas kaip santykinai didelės gamybos sąnaudos, žemas darbo našumas, mažėjantys įmonių pelningumai, augantys alkoholinių gėrimų importo tempai bei rinkų siaurėjimas. Problemoms spręsti sektoriaus įmonėms tikslinga diegti technologines naujoves, investuoti į materialųjį turtą, žmogiškuosius išteklius, sukurti patrauklią aplinką užsienio investicijoms pritraukti. Alkoholinių gėrimų pramonei svarbu užtikrinti lokalų ir tarptautinį konkurencingumą, nes nuo to priklauso sektoriaus veiklos efektyvumas bei indėlis į šalies ekonomiką. Vienas iš problemos sprendimo būdų – naujų eksporto rinkų paieška bei plėtra esamose rinkose.

Darbo objektas – Lietuvos alkoholinių gėrimų pramonės konkurencingumas.

Darbo tikslas – atlikti Lietuvos alkoholinių gėrimų pramonės konkurencingumo analizę ir vertinimą.

Darbo uždaviniai:

1. Išanalizuoti Lietuvos alkoholinių gėrimų pramonės dabartinę situaciją ir problemas.
2. Apibrėžti konkurencingumo sąvoką.
3. Pateikti pramonės konkurencingumo vertinimo rodiklius ir metodus.
4. Išanalizuoti Lietuvos alkoholinių gėrimų pramonės konkurencingumą ir atlikti užsienio prekybos konkurencinį vertinimą.

Darbo hipotezės:

- **H₁** – Lietuvos alkoholinių gėrimų pramonėje didžiausias konkurencines pozicijas užima alaus gamyba.
- **H₂** – Lietuvos alkoholinių gėrimų pramonės reikšmingumas šalies ūkyje didėja ir numatomos didėjimo perspektyvos.
- **H₃** – Lietuvos alkoholinių gėrimų pramonė užsienio prekybos rodiklių atžvilgiu, su ES (28), yra konkurencinga .

Tyrimo metodika. Moksliniame tiriamajame darbe taikomi įvairūs moksliniai tyrimo metodai: mokslinės literatūros analizė, palyginimo ir apibendrinimo, dedukcijos ir indukcijos bei statistiniai – dinamikos eilutės, koreliacinė ir regresinė analizė, metodai. Darbo teorinėje dalyje Lietuvos bei užsienio autorių mokslinių darbų analizavimui bei vertinimui taikoma mokslinės literatūros analizė, sisteminimo, lyginimo ir apibendrinimo metodai. Konstruktyviojoje dalyje konkurenciniai pramonės sektoriaus analizei atlikti taikoma duomenų kaupimo, sisteminimo ir lyginimo metodai. Pramonės konkurencingumo veiksnių, jų kitimo analizei ir vertinimui taikoma statistiniai metodai.

Darbo struktūra. Mokslinis darbas susideda iš keturių dalių: probleminės, teorinės, metodologinės ir empirinės. Probleminės analizės dalyje atskleidžiama Lietuvos alkoholinių gėrimų pramonės plėtojimosi raida, rinkos bruožai bei įtaka šalies ekonomikai. Taip pat, šioje dalyje pateikiama

alkoholinių gėrimų pramonę neigiamai įtakojantys veiksniai, pagrindžiantys teorinių sprendimų ir empirinio tyrimo analizės būtinumą. Teorinėje pramonės konkurencingumo dalyje analizuojama konkurencingumo samprata, jo svarba, pateikiama dažniausiai pramonės sektorių konkurencingumo vertinimui taikomi rodikliai ir metodai bei konkurencingumą didinantys veiksniai. Metodologinėje darbo dalyje pateikiama empirinio tyrimo eiliškumas bei konkurencingumo vertinimo rodiklių sistema. Ketvirtoje – empirinėje darbo dalyje, remiantis darbo konceptualioje ir metodologinėje dalyse pateiktais konkurencingumo vertinimo rodikliais, atliekama Lietuvos alkoholinių gėrimų pramonės konkurencinė analizė šalies ir tarptautinės rinkos mastu. Įvertinamas šalies alkoholinių gėrimų santykinis pranašumas ES (28) kontekste. Galiausiai, darbo konstruktyviojoje dalyje alkoholinių gėrimų pramonės konkurencingumo analizės ir vertinimo rezultatų apibendrinimui atliekama SSGG analizė.

Darbo apribojimai. Probleminė darbo analizė atliekama, remiantis naujausiais alkoholinių gėrimų rinkos tyrimų duomenimis. Tačiau dėl 2014 ir vėlesnių metų duomenų stokos, siekiant palaikyti konstruktyviosios darbo dalies vientisumą, Lietuvos alkoholinių gėrimų pramonės konkurencingumo analizė ir vertinimas atliekamas 2009 – 2013 metų laikotarpiui. Europos Sąjungos statistikos tarnyboje (Eurostat) tyrimui reikalingi duomenys, t. y. ES (28) ir kitų šalių alkoholinių gėrimų pramonės sektorių darbo produktyvumas, pridėtinė vertė, materialinės investicijos, išlaidos darbuotojų darbo užmokesčiui ir kt., pateikiama grupuojant su kitais sektoriais, todėl detalesnio šakos vertinimo atlikti nebuvo galimybės.

Teorinis reikšmingumas. Baigiamajame darbe pateikiama mokslininkų nuomonių skirtumai konkurencingumo tema, atliktas jų sisteminimas bei vertinimas išskiriant konkurencingumą įtakojančius veiksnius. Remiantis Lietuvos ir užsienio autorių moksliniais, informaciniais bei praktiniais darbais, darbe pateikiama dažniausiai konkurencingumo vertinimui taikomi metodai ir rodikliai. Susistemintus autorių teiginius bei nuomones, išskiriama didžiausią įtaką pramonės sektoriaus konkurencingumo didinimui turintys veiksniai. Atlikta konkurencingumo veiksnių analizė gali būti naudinga kitų pramonės sektorių vertinimui ir analizei atlikti.

Praktinis rezultatų reikšmingumas. Moksliniame darbe taikomus konkurencingumo vertinimo santykinio pranašumo (RCA) ir prekybos balanso (RTB) indeksus, galima nesudėtingai pritaikyti ne tik sektoriaus, bet ir atskirų įmonių konkurencingumo vertinimui šalies ar tarptautiniame lygmenyje. Atlikta alkoholinių gėrimų pramonę įtakojančių veiksnių analizė ir vertinimas, naudingas šakos įmonių rinkos strategijų formavimui veiklos efektyvumo ir konkurencingumo didinimui ateityje.

1. LIETUVOS ALKOHOLINIŲ GĖRIMŲ PRAMONĖS ANALIZĖ

Šiandieninėje nuolat besikeičiančioje konkurencinėje rinkoje ilgą laiką išlikti konkurencingiems sunku. Pramonės konkurencingumas įtakojamas vidinių ir išorinių veiksnių. Tik išsami ir tiksli dabartinės situacijos analizė sudaro terpę pramonės veiklos konkurencingumo didinimui, pašalinant esamas ir numatant gresiančių problemų sprendimo strategijas, ateityje.

1.1. Lietuvos alkoholinių gėrimų rinkos bruožai

Lietuvoje alkoholinių gėrimų gamyba puoselėja galias tradicijas vystomas nuo senų laikų. Šalyje, aludarystės amatu užsiimama nuo XI a., tačiau jis labiau išpopuliarėjo tik XVI a. Kiek kitaip nei aludarystė – stipriųjų alkoholinių bei fermentuotų gėrimų gamyba Lietuvoje pradėta tik XIX a. Per ilgą laiką šalyje išpuoselėtos gamybos tradicijos suteikia galimybę dabartinei rinkai tiekti itin aukštos kokybės, savitų tradicijų, gaminius, kurie vertinami ne tik vietinėje bet ir tarptautinėje rinkoje. Per pastaruosius dešimtmečius, investicijų dėka, alkoholinių gėrimų pramonėje įdiegus naujas technologijas pagaminami dideli alkoholinių gėrimų kiekiai, kurie suteikia galimybę padidinti šakos ir šalies konkurencingumą tarptautinėse rinkose.

Lietuvoje alkoholinių gėrimų gamyba yra viena iš apdirbamosios pramonės šakų. Ji kartu su nealkoholiniais gėrimais apibrėžiama pagal oficialų ekonominės veiklos rūšių klasifikatorių (EVRK 2 red.) ir priskiriama C11 skyriui (žr. 1 pav.).



1 pav. Gėrimų gamybos sektoriaus pagal EVRK 2 red. aprėptis (sudaryta autorės pagal EVRK 2 red., 2008)

Gėrimų sektoriuje tik nedidelę struktūros dalį, pagal sukuriamą pridėtinę vertę, produkcijos gamybą bei pardavimus, užima nealkoholiniai gėrimai. Lietuvos gėrimų sektoriuje 2013 metais alkoholinių gėrimų gamyba sukūrė net 90,61 proc., visos sektoriuje pagamintos produkcijos pridėtinės vertės. Tuo tarpu alkoholinių gėrimų gamyba sukūrė vos 2,84 proc. visos bendrosios pridėtinės vertės apdirbamojoje pramonėje. Nors šalies pramonėje, alkoholinių gėrimų gamyba neužima didelių pozicijų, tačiau ji pripažįstama kaip viena iš didelių augimo potencialą turinčių apdirbamosios pramonės šakų.

Lietuvos alkoholinių gėrimų pramonė, lyginant su kitomis apdirbamosios gamybos šakomis, pasižymi nedideliu įmonių bei darbuotojų skaičiumi. Šiame sektoriuje 2009 m. veikė 67 įmonės ir dirbo 3244 darbuotojai, o 2013 m. 62 įmonės ir 2747 darbuotojai (žr. 1 lentelę).

1 lentelė. Lietuvos alkoholinių gėrimų pramonės ūkio subjektų pokyčiai 2009 – 2013 m. (sudaryta autorės pagal Lietuvos statistikos departamento duomenis)

| Rodikliai | Metai | | | | |
|---|-------|-------|-------|--------|--------|
| | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 |
| Veikiančių ūkio subjektų skaičius, vnt. | 67 | 65 | 65 | 67 | 62 |
| Darbuotojų skaičius, asm. | 3244 | 3088 | 2959 | 2809 | 2747 |
| Indeksas, palyginti su ankstesniu laikotarpiu, proc. | - | 95,19 | 95,82 | 94,93 | 97,79 |
| Indeksas, palyginti su 2009 m., proc. | - | 95,19 | 91,21 | 86,59 | 84,68 |
| Vidutinis padidėjimo/ sumažėjimo tempas, proc. | - | -4,81 | -8,90 | -13,41 | -15,32 |

Aštri konkurencija rinkoje bei ekonomikos nuosmukio padariniai nulėmė, kad per analizuojamus penkerius metus, alkoholinių gėrimų sektoriuje 2013 m. palyginti su 2009 m. veikiančių įmonių skaičius sumažėjo 7,46 proc. arba 5 įmonėmis, o darbuotojų skaičius sumažėjo 15,32 proc. Detaliau analizuojant alkoholinių gėrimų rinkos pokyčius nustatyta, kad daugiausia darbuotojų sumažėjo alaus bei spirito distiliavimo, rektifikavimo ir maišymo subsektoriuose, kuriuose veiklą nutraukė po dvi įmones. Atitinkamai alaus gamyboje sumažėjo 221 darbuotoju arba 10,94 proc., tuo tarpu spirito distiliavime, rektifikavime ir maišyme – 159 darbuotojais arba 22,30 proc. (žr. 1 priedą). Šiuos pokyčius galėjo sąlygoti ekonominės krizės padariniai, didėjanti tarptautinė konkurencija bei griežtėjanti šalies mokesčių politika.

Lietuvos alkoholinių gėrimų pramonėje vyrauja smulkus ir vidutinis verslas: apie 52 proc. visų įmonių, analizuojamu laikotarpiu, buvo labai mažos, kuriose dirbo iki 9 darbuotojų, tuo tarpu mažos įmonės, kuriose dirbo nuo 10 iki 49 darbuotojų, sudarė apie 26 proc., vidutinės įmonės (50 – 249 darbuotojai) – 19 proc., o stambiose, kuriose dirbančiųjų skaičius viršijo 250 darbuotojų, tesudarė vos 3 proc. visų veikiančių sektoriuje įmonių (žr. 2 priedą). Nors didžiąją pramonės įmonių struktūros dalį užima smulkus verslas, tačiau vidutinių ir stambių įmonių indėlis pramonės veiklos rezultatams yra labai didelis. Būtent pastarosios įmonės orientuojasi ne tik į vietinę, bet ir į tarptautinę rinką, kurių dėka didinamas sektoriaus ir šalies konkurencingumas.

Tikslinga manyti, kad sektoriuje veikiančių ūkio subjektų sumažėjimas susijęs su mažų įmonių pasitraukimu iš rinkos. Labai mažoms ir mažoms įmonėms dėl labai didelių išlaidų laikytis teisės aktų, kokybės reikalavimų, nustatytų standartų yra neįmanoma. Tuo tarpu, dažni įstatyminės bazės pasikeitimai, tokie kaip ženklinimas, reklama, pardavimų ribojimai sukuria veiklos vykdymo kliūtis ir apsunkina tolimesnį pramonės efektyvumą ir sumažina jos plėtros galimybes.

Remiantis dabartiniais rinkos tyrimų duomenimis Lietuvoje 2015 m. alkoholinius gėrimus (išskyrus alų) gamino trylika įmonių, iš kurių keturios gamino ir kitus alkoholinius gėrimus ir alų. Tuo tarpu didžiausia spiritinių gėrimų gamintoja šalyje 2015 m. išliko AB „Stumbras“, o daugiausia

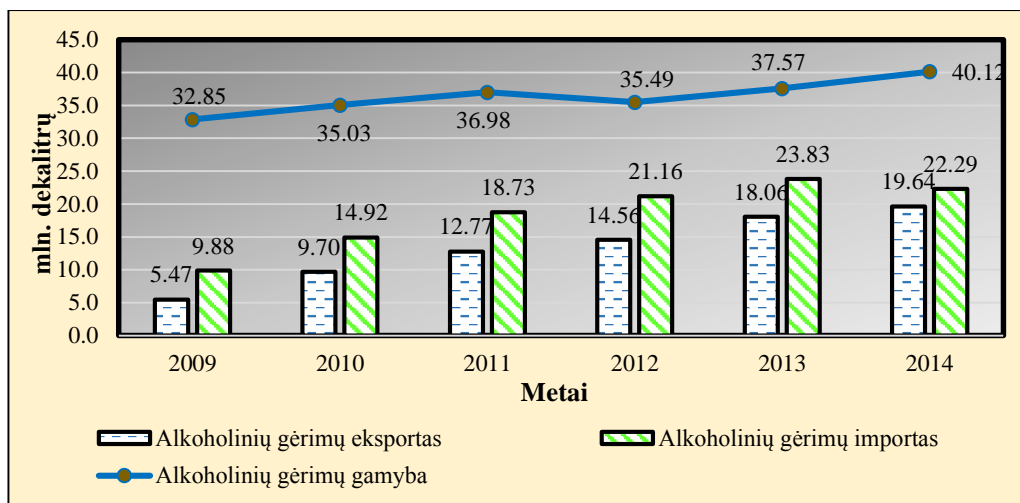
putojančio vyno pagamino Įmonių grupė „Alita“, AB (LR žemės ūkio ministerija, 2015). Pastebima tendencija, jog auganti fermentuotų gėrimų paklausa rinkoje lemia šios produkcijos gamybos augimą. Pastaruoju laikotarpiu šalyje ryškėja nepriklausomybės metais susikūrusių bendrovių augimo mastai. Rinkos tyrimai rodo, kad didžiausius kitų fermentuotų gėrimų kiekius 2014 m. pagamino UAB „Boslita“ ir Ko, UAB „Selita ir Ko“ ir UAB „Italiana LT“, tai sudarė 60,1 proc. nuo viso pagaminto fermentuotų gėrimų kiekio šalyje (LR žemės ūkio ministerija, 2015).

Detaliau analizuojant alkoholinių gėrimų sektoriuje veikiančių įmonių struktūrą nustatyta, kad pagal įmonių bei dirbančiųjų darbuotojų skaičių, 2013 m. šakoje dominavo alaus gamintojos, kurios sudarė net 73 proc. visų šiame sektoriuje veikiančių įmonių skaičiaus. Tokia tendencija rodo, kad alaus gamyba alkoholinių gėrimų pramonėje yra ypač svarbi. Atlikti rinkos tyrimai parodė, kad didžiosios alaus gamybos įmonės AB „Švyturys-Utenos alus“, UAB „Kalnapilio-Tauro grupė“, AB „Volfas Engelman“, AB „Gubernija, 2014 m. pagamino beveik 90 proc. viso Lietuvoje pagaminto alaus kiekio (LR žemės ūkio ministerija, 2015). Tai apibūdina didelę rinkos galios koncentraciją, kurioje sutelktas pagrindinis alkoholinių gėrimų pramonės potencialas. Tačiau negalima paneigti fakto, jog mažos įmonės yra svarbios analizuojamai pramonės šakai bei šalies ekonomikai. Jos pasižymi lankstumu, prisitaikant prie kintančių vartotojų poreikių, reprezentuoja šalį kaip galias bei specifines gamybos tradicijas turinčią pramonės šaką.

Apibendrinant galima teigti, kad Lietuvos alkoholinių gėrimų pramonėje veikiančių ūkio subjektų skaičius yra labai mažas. Šioje pramonėje dominuoja keletas stambių įmonių užimančių didžiąją dalį gamybos ir pardavimų rinkos. Mažėjantis įmonių ir jose dirbančiųjų darbuotojų skaičius rodo, kad alkoholinių gėrimų pramonės sektoriuje dėl didelės konkurencijos, nepalankios šalies politinės aplinkos išlikti darosi vis sudėtingiau.

1.2. Lietuvos alkoholinių gėrimų pramonės įtaka šalies ekonomikai

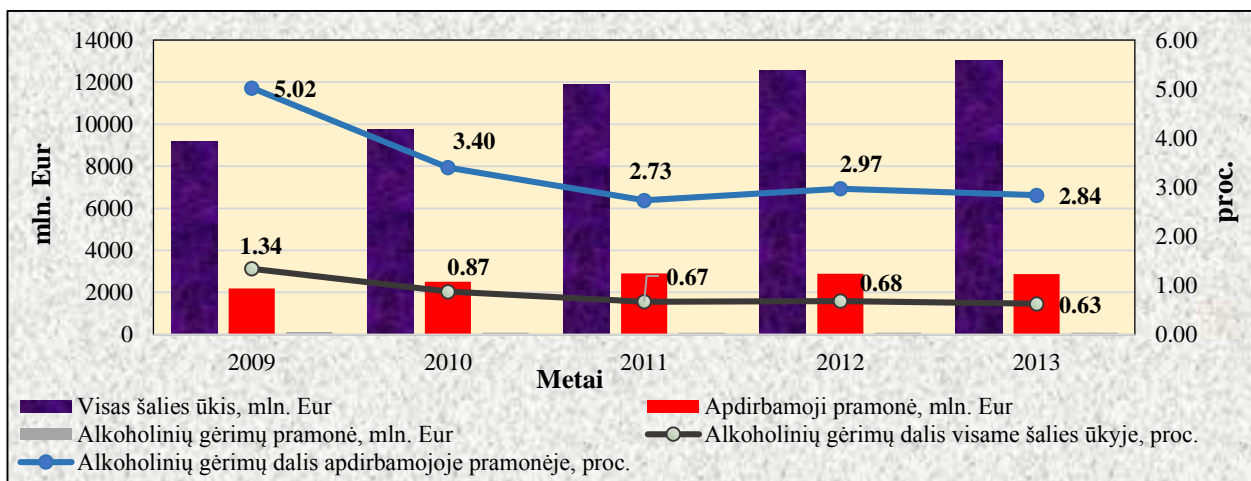
Lietuvoje alkoholinių gėrimų pramonės svarba šalies ekonomikai vertinama dvejopai. Šis pramonės sektorius kaip žaliavą naudoja daug vietinių žaliavų, todėl jo veikla teigiamai veikia ir kitus šalies sektorius. Auganti gamyba bei didėjantis eksporto potencialas sutelkia daugiau pajamų šalies biudžete, didina valstybės tarptautinį konkurencingumą (žr. 2 pav.).



2 pav. Alkoholinių gėrimų gamybos bei tarptautinės prekybos dinamika 2009 – 2014 m., (sudaryta autorės pagal Lietuvos statistikos departamento duomenis)

Per pastaruosius šešerius metus alkoholinių gėrimų pramonės sektoriaus gamyba padidėjo 7,27 mln. dekalitru, tuo tarpu eksportas – 14,17 mln. dekalitru, o importas 12,41 mln. dekalitru. Didėjančios alkoholinių gėrimų gamybos ir eksporto apimtys rodo, kad šalyje alkoholinių gėrimų pramonės pajėgumai auga teigiamai įtakojant šakos konkurencingumo augimą.

Nors alkoholinių gėrimų pramonės gamybos mastai auga, tačiau sektoriaus sukurtos pridėtinės vertės (gamybos kainomis) lyginamasis svoris mažėja. Per 2009 – 2013 m. laikotarpį (nėra pateikiama vėlesnių metų duomenų) alkoholinių gėrimų pramonės sukurtos pridėtinės vertės (gamybos kainomis) dalis visame šalies ūkyje sumažėjo 0,56 proc., o apdirbamojoje pramonėje – 2,19 proc. (žr. 3 pav.).



3 pav. Sukurtos pridėtinės vertės (gamybos kainomis) dinamika 2009 – 2013 m. (sudaryta autorės pagal Lietuvos statistikos departamento duomenis)

Pateiktame paveiksle matyti, jog šalies ūkyje sukurta pridėtinė vertė (gamybos kainomis) per analizuojamus penkerius metus pastebimai augo. Šalies ūkyje sukuriama pridėtinės vertės (gamybos kainomis) augimo tempai 2009 – 2013 m., išskyrus 2011 m, svyravo tarp 3,70 – 6,11 proc., tuo tarpu ryškus šuolis įvyko 2011 m. – 21,80 proc. (žr. 3 priedą). Kiek kitokia tendencija nustatyta apdirbamojoje

pramonėje, kurioje nuo 2011 m. sukurta pridėtinė vertė (gamybos kainomis) pastebimai mažėjo, o 2013 m. palyginti su 2011 m. ji dar labiau sumažėjo – 1,13 proc.

Analizuojant alkoholinių gėrimų pramonės veiklą nustatyta, kad šaka neatitinka bendrų šalies ekonominių vystymosi tendencijų. Per 2009 – 2013 metus alkoholinių gėrimų pramonės sektoriaus sukurtos pridėtinės vertės (gamybos kainomis) dalis šalies ūkyje sumažėjo beveik du kartus. Tuo tarpu analizuojamu laikotarpiu, apdirbamosios pramonės sukurtos pridėtinės vertės (gamybos kainomis) struktūroje, alkoholinių gėrimų pramonės sektorius didžiausią lyginamąją svorį užėmė 2009 m., kuomet sukurtos pridėtinės vertės dalis siekė 5,02 proc., o mažiausią 2011 m. – 2,73 proc. Tačiau, remiantis 2011 – 2013 m. nežymiais augimo pokyčiais, labai tikėtina, kad panaši sektoriaus tendencija gali išlikti ir ateityje. Tikslinga manyti, kad prastėjančius pramonės veiklos rezultatus sąlygoja intensyvėjanti konkurencija vidinėje ir tarptautinėje erdvėje bei griežtėjantys šalies mokestiniai reikalavimai.

Reziumuojant galima teigti, kad alkoholinių gėrimų pramonės gamybos ir eksporto augimo tempai rodo sektoriaus pajėgumo didėjimą. Nors alkoholinių gėrimų pramonės gamybos mastai auga, tačiau sukurtos pridėtinės vertės dalis visame šalies ūkyje bei apdirbamojoje gamyboje mažėja. Tai rodo blogėjančią sektoriaus situaciją, kurią pagerinti galima vykdant eksporto plėtrą.

1.3. Lietuvos alkoholinių gėrimų pramonės rinkos tendencijos

Konkurencinga rinka užtikrina vartotojų gerovę, skatina ekonomikos augimą ir teigiamai veikia bendrą ekonominę gerovę. Plečiantis rinkoms, vartotojams siūlomų gaminių asortimentas didėja. Pastaruoju metu, Lietuvos alkoholinių gėrimų pramonės produkcijos gamyba ir pardavimai stipriai įtakojami šalies bei užsienio vartotojų vartojimo pokyčių. Pastebima, kad Europos Sąjungoje vis didesnę paklausą įgyja fermentuotų gėrimų, vyno, sidro, alaus gėrimai. Tai rodo, kad šalies alkoholinių gėrimų pramonės sektorius privalo gamybą nukreipti į Vakarų šalių gyventojų poreikius, siekiant padidinti eksporto potencialą.

Auganti tarptautinė konkurencija neigiamai įtakoja Lietuvos alkoholinių gėrimų pramonės sektoriaus veiklą. Rinkos tyrimai rodo, kad šalies alkoholinių gėrimų pramonė susiduria su rinkų siaurėjimo tarptautinėje rinkoje problema, pramonės eksportas 2014 m. palyginti su 2013 m. sumažėjo 3,79 proc. (žr. 2 lentelę).

2 lentelė. Lietuvos alkoholinių gėrimų pramonės eksporto rinkų siaurėjimas (sudaryta autorės pagal Lietuvos statistikos departamento duomenis)

| Šalis | Eksportas, tūkst. Eur | | Eksporto pokytis, palyginti su 2013 m. tūkst. Eur | Padidėjimo/sumažėjimo tempas proc. |
|----------------|-----------------------|------------------|---|------------------------------------|
| | 2013 | 2014 | | |
| Latvija | 26959,00 | 20769,00 | -6189,20 | -22,96 |
| Rusija | 229815,90 | 223884,10 | -5931,80 | -2,58 |
| Norvegija | 980,30 | 4,30 | -976,00 | -99,56 |
| Kazachstanas | 1345,30 | 500,30 | -845,00 | -62,81 |
| Kinija | 857,40 | 315,80 | -541,60 | -63,17 |
| Danija | 1012,00 | 590,60 | -421,40 | -41,64 |
| Kirgizija | 475,90 | 169,40 | -306,50 | -64,40 |
| Estija | 7020,90 | 6731,50 | -289,40 | -4,12 |
| Kitos šalys | 24077,60 | 28481,40 | 4403,80 | 18,29 |
| Iš viso | 292544,30 | 281447,20 | -11097,10 | -3,79 |

Alkoholinių gėrimų pramonės eksporto sumažėjimą, vertine išraiška, 2014 metais labiausiai įtakojo sąlygojo pardavimų sumažėjimas į Latviją, Rusiją, Norvegiją bei Kazachstaną (žr. 2 lentelę). Viena pagrindinių šalies alkoholinių gėrimų pramonės partnerių yra Rusija, kurios rinka šiuo metu nėra tokia patraukli kokia buvo anksčiau. Dėl rublio nuvertėjimo, lietuviška produkcija vis sunkiau įperkama Rusijos vartotojams. Rinkos tyrimai rodo, kad konkurencinių pozicijų sumažėjimas Rusijoje dėl legalios produkcijos vartojimo sumažėjimo, ekonomikos nuosmukio, neigiamai įtakoja šalies stipriųjų alkoholinių gėrimų (brendžio, degtinės, likerio, viskio) ir alaus gamybos įmonių pardavimus. Atlikus rinkos tyrimą nustatyta, kad šalies alkoholinių gėrimų pramonės konkurencinės pozicijos mažėja Kazachstano, Kirgizijos, Ukrainos bei Baltarusijos šalyse. Visų pirma, tai įtakoja nacionalinių valiutų, tarp jų Baltarusijos rublio ir Ukrainos grivinos, nuvertėjimas. Antra, eksportuojant produkciją į pastarąsias šalis mokami dideli importo muitai, kurie padidina produkcijos kainas. Tai rodo nelygiavertiškus mainus, nes pavyzdžiui, į Europos Sąjungą iš trečiųjų šalių importuojamam alui nėra taikomi importo muitai. Trečia, dėl dabartinės krizės Rusijoje, į kaimynines šalis iš Rusijos plūsta dideli nelegalių alkoholinių gėrimų kiekiai, kurie sumažina Lietuvos alkoholinių gėrimų pramonės produkcijos paklausą. Pastarosiose šalyse sutelktas pagrindinis šalies alkoholinių gėrimų eksporto potencialas, todėl konkurencinių pozicijų praradimas jose yra labai didelė grėsmė alkoholinių gėrimų pramonės įmonių veiklos efektyvumui ateityje. Tačiau rinkos tyrimai rodo, kad šalies alkoholinių gėrimų pramonei parandant pozicijas Rytuose, šaka kompensuoja praradimus didinant eksporto srautus į egzotines šalis ir plečiant rinkas Europos Sąjungos šalyse.

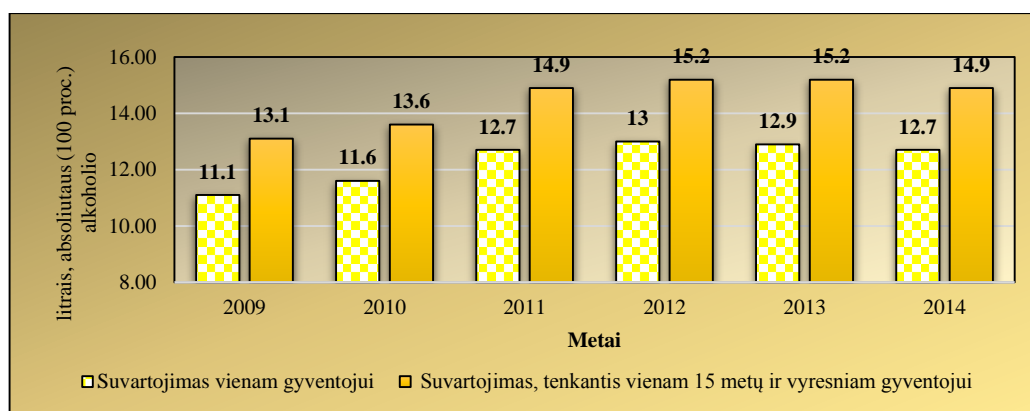
Rinkų siaurėjimas pastebimas ne tik Rytuose, bet ir kaimyninėse valstybėse. Latvija yra viena labiausiai specializuotų ES (28) valstybių spiritinių gėrimų srityje (viena didžiausių įmonių – Latvijas Balzams), o Estija garsėja stipriausio ir gryniausio alkoholio distiliavimo gamyklą turinti šalis pasaulyje.

Toks kaimyninių valstybių išskirtinumas apsunkena Lietuvos alkoholinių gėrimų gamintojų rinkos plėtrą ne tik Baltijos šalyse, bet ir ES (28).

Rinkos tyrimai rodo, kad šalies alkoholinių gėrimų pramonė traukiasi iš Norvegijos alkoholinių gėrimų rinkos. Mat per 2014 m. eksportas į Norvegiją sumažėjo beveik 100 proc. Tai įtakoja Skandinavijos šalių vartotojų pokyčiai – mažėja alkoholinių gėrimų, ypač stipriųjų, vartojimas, todėl šalies gamintojams konkuruoti konkurencingomis gaminių kainomis šiame regione yra sudėtinga.

Pramonės konkurencinių pozicijų mažėjimas pastebimas ne tik tarptautinėje, bet ir vietinėje rinkoje. Dabartiniai rinkos tyrimai rodo, kad šalyje per daugiau kaip aštuonerius metus, iki 2015 metų, žymiai smuko alkoholinių gėrimų pardavimai. Šalyje labiausiai sumažėjo spiritinių vynų (39 proc.), stipriųjų alkoholinių gėrimų (37 proc.) bei sidro ir kitų silpnųjų fermentuotų gėrimų pardavimai (36 proc.) (Birgilas, 2015). Mažėjantys alkoholinių gėrimų pardavimai neigiamai įtakoja didžiąsias šalies alkoholinių gėrimų gamintojas: AB „Stumbras“, AB „Vilniaus degtinė“, Įmonių grupė „Alita“, AB, UAB „Boslita“ ir Ko, UAB „Selita ir Ko“ ir UAB „Italiana LT“. Kiek geresnė situacija pastebėta alaus rinkoje, kurioje pardavimai susitraukė dešimtadaliu (Birgilas, 2015). Šalyje pagaminto alaus vartojimo mažėjimą labiausiai įtakojo iš Baltarusijos ir Ukrainos importuotas pigus alus, pagrinde orientuotas į mažas pajamas gaunančių vartotojų segmentą. Taip pat tikslinga manyti, kad neigiamus šalies alkoholinių gėrimų pramonei pasikeitimus rinkoje sąlygojo mažėjantis gyventojų skaičius bei augantys šešėlinės ekonomikos mastai.

Pramonės gaminių pardavimų sumažėjimą vietinėje rinkoje lemia ne tik ekonominė šalies situacija, bet ir valstybės vykdoma politika. Daugelyje šalių alkoholinių gėrimų pramonės produkcijai taikomos specifinės priemonės siekiant apriboti jo vartojimą. Lietuvoje augantis suvartojamo alkoholio kiekis vienam asmeniui, nors gyventojų skaičius mažėja, skatina imtis drastiškų priemonių siekiant sumažinti šį rodiklį (žr. 4 pav.). Tačiau taikytinos priemonės nėra naudingos alkoholinių gėrimų pramonės įmonių veiklai.



4 pav. Lietuvoje vienam gyventojui tenkantis alkoholinių gėrimų suvartojimas 2009 – 2014 m. (sudaryta autorės pagal Lietuvos statistikos departamento duomenis)

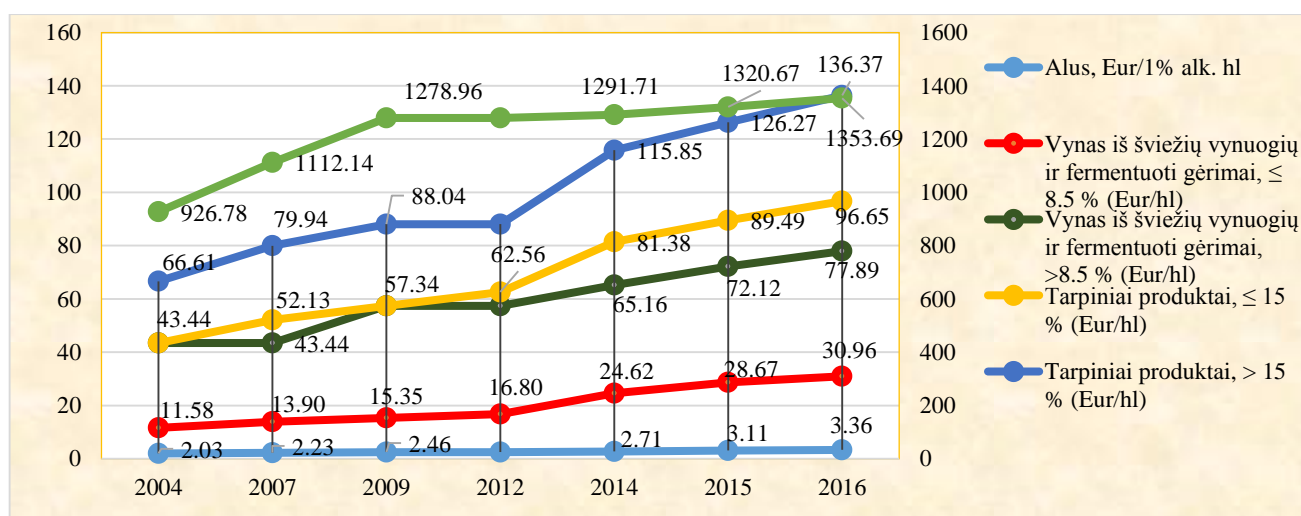
Analizuojant alkoholio suvartojimą šalyje 2009 – 2014 metais nustatyti netolygūs svyravimai. Vidutiniškai vienas šalies gyventojas 2014 m. suvartojo 12,7 litro legalaus šalies prekyboje įsigyto alkoholio, o tai 1,6 litro daugiau nei 2009 m. Tuo tarpu vienam 15 m. ir vyresniam gyventojui tenkantis suvartojimas šalyje 2014 m. siekė 14,9 litro, o tai 1,8 litro daugiau nei 2009 m. Taigi galima teigti, kad šalyje vienas iš veiksnių lemiantis alkoholinių gėrimų pardavimų mažėjimą yra gyventojų skaičiaus mažėjimas, nes kaip tyrimas rodo, šalies gyventojų, suvartojimo lygis nemažėja.

Augantys alkoholinių gėrimų vartojimo tempai šalyje sukelia tokias socialines problemas kaip alkoholizmas, nedarbas, smurtas ir kt., kurios neigiamai veikia šalies socialinę bei ekonominę aplinką. Šalies valdžia kovodama su šia problema yra numačiusi tam tikrus apribojimus susijusius su alkoholinių gėrimų vartojimu (LR alkoholio kontrolės įstatymo pakeitimo įstatymas, 2004):

- amžiaus cenzas;
- prekybos laiko reglamentavimas;
- prekybos, vartojimo vietų numatymas;
- taros apmokestinimas;
- reklamos ribojimas;
- ženklinimo reikalavimai;
- ir kt.

Pastarosios priemonės yra daugiau prekybinio pobūdžio, kurios numato alkoholinių gėrimų prekybos suvaržymus, tačiau kur kas labiau šios pramonės veiklą išbalansuoja vyriausybės vykdoma mokesčių politika.

Griežtėjant valstybės mokesčiniams reikalavimams Lietuvos alkoholinių gėrimų pramonei išlikti konkurencinga lokaliaje ir tarptautinėje erdvėje yra sudėtinga. Per daugiau kaip dešimt metų Lietuvos alkoholinių gėrimų pramonės produkcijai taikomų akcizų tarifų dydžiai žymiai išaugo (žr. 5 pav.).



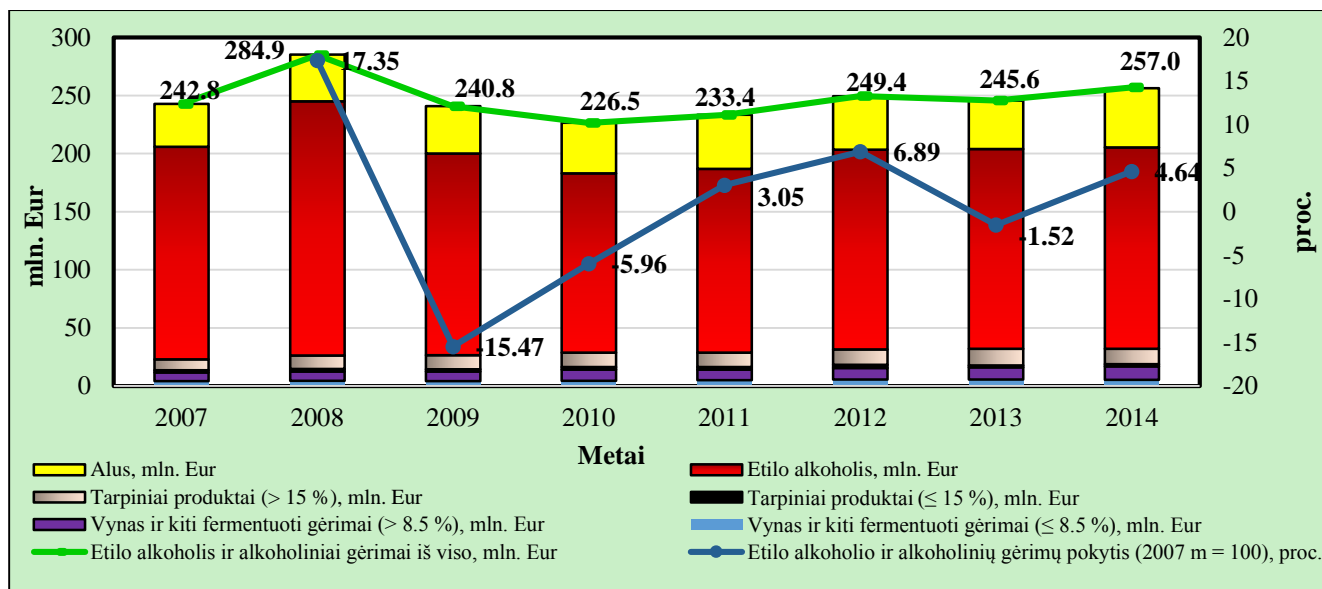
5 pav. Alkoholinių gėrimų akcizo tarifų dinamika Lietuvoje 2004 – 2016 m.
(sudaryta autorės pagal Akcizų mokesčius Lietuvoje, 2014; LR finansų ministerijos duomenis)

Nuo pat narystės Europos Sąjungoje pradžios, akcizų tarifai alkoholiniams gėrimams Lietuvoje nuolatos didėjo. Per 2004 – 2016 m. laikotarpį akcizų tarifų dydžiai padidinti septynis kartus. Analizuojamu laikotarpiu labiausiai išaugo akcizo tarifas vynui iš šviežių vynuogių ir fermentuotiems gėrimams (faktinė tūrinė etilo alkoholio koncentracija $\leq 8,5\%$) – 2,67 karto, bei tarpinių produktų (faktinė tūrinė etilo alkoholio koncentracija $\leq 15\%$) – 2,22 karto. Kiek mažesni akcizo tarifo augimo tempai pastebėti etilo alkoholiui, kuris padidėjo 46 proc., ir alui – 66 proc. Tačiau dabartinį akcizo tarifų augimą šalyje galima pagrįsti ne alkoholinių gėrimų rinkos kontroliavimu, o siekiu surinkti daugiau pajamų į šalies biudžetą, nes mokesčio tarifai nėra subalansuoti tarp šalies ekonominės situacijos bei įperkamumo. Didėjantis nesubalansuotumas, tarp akcizo tarifų ir alkoholinių gėrimų, gali padaryti didelę žalą bei nuostolius ne tik alkoholinių gėrimų pramonės įmonių veiklai, bet ir visai šalies ekonomikai.

Nors Lietuvoje taikomi akcizų tarifai alkoholiniams gėrimams nesiekia Europos Sąjungos vidurkio, tačiau jų nesubalansavimas tarp šalies ekonominės situacijos ir pragyvenimo lygio lemia šešėlinės rinkos augimą. Atlikti tyrimai rodo, kad nelegali prekyba 2014 m. Lietuvoje sudarė net 33 proc. stipriųjų alkoholinių gėrimų rinkoje, o silpnųjų – 5 proc. (Akcizų mokestis Lietuvoje, 2014). Tokie šešėlinės ekonomikos mastai neigiamai veikia legalios prekybos rinką. Taigi, nesubalansavus akcizų tarifų alkoholiniams gėrimams, skatinama mažiau apmokestinamų arba neapmokestinamų gaminių vartojimas, taip prarandant mokestines pajamas ir žlugdant alkoholinių gėrimų pramonės įmonių veiklą.

Vertinant akcizų mokesčio tarifo pokyčius, pastebima diskriminacinių tarifų problema. Ne visiems akcizų mokesčiu apmokestinamiems gaminiams suteikiamos tinkamos ir sąžiningos konkurencijos sąlygos. Pavyzdžiui, 1% etilo alkoholio apmokestinimo lygis skirtingose alkoholinių gėrimų kategorijose (alaus, degtinės ir kt.) skiriasi beveik 5 kartus (Akcizų mokestis Lietuvoje, 2014). Taigi, nuolatos augantys akcizai alkoholiniams gėrimams didina pramonės gamintojų sąnaudas. Didžiosioms šalies gamintojoms prisitaikyti prie pokyčių nėra labai sunku, tačiau smulkioms – didelė problema.

Lietuvoje alkoholinių gėrimų pramonės gaminiams taikomi akcizų mokesčio tarifų dydžiai nėra tinkamai subalansuoti, tai rodo akcizų pajamų surinkimo į biudžetą nestabilūs pokyčiai. Atlikus 2007 – 2014 metų akcizo mokesčių surinkimo į biudžetą, iš alkoholinių gėrimų pramonės, analizę nustatyta nepastovi mokesčių surinkimo tendencija (žr. 6 pav.).



6 pav. Akcizų surinkimas iš etilo alkoholio ir alkoholinių gėrimų 2007 – 2014 m. (sudaryta autorės pagal LR statistikos departamento duomenis)

Padidinus alkoholiniams gėrimams akcizo tarifus 2007 m., mokestinių pajamų į šalies biudžetą 2008 m. buvo surinkta 17,35 proc. daugiau nei 2007 m. Tačiau pastebėta, kad tolimesni akcizo tarifo dydžio didinimai nebuvo efektyvūs. Padidinus akcizo tarifą alkoholiniams gėrimams 2009 m. nustatytas didelis šuolis žemyn, t. y. 2009 m. palyginti su 2008 m., į biudžetą surenkamos pajamos iš akcizo mokesčio sumažėjo net 15,47 proc. Taigi akcizų nesubalansavimas šalyje lemia alkoholinių gėrimų pramonės veiklos prastėjimą, kuris pasireiškia mažėjančiu įmonių skaičiumi, darbuotojų, pardavimų ir sukuriamos pridėtinės vertės mažėjimu.

Remiantis dabartiniais rinkos tyrimais, prognozuojama kiek geresnės puotojančio vyno gamybos ir pardavimo tendencijos. Pasaulyje smarkiai augantis puotojančio vyno vartojimas, šalies gamintojams suteikia nemenkas plėtros galimybes. Tačiau vietinėje rinkoje dėl gyventojų skaičiaus mažėjimo, akcizo tarifų didėjimo, prognozuoti didėjančių pardavimų neverta.

Reziumuojant galima teigti, kad Lietuvos alkoholinių gėrimų pramonė susiduria su vietinės ir tarptautinės rinkos siaurėjimo problema. Mažėjantys šalies pardavimai ir eksportas, vertine išraiška, rodo blogėjančią sektoriaus situaciją rinkoje. Vienas iš Lietuvos alkoholinių gėrimų pramonės veiklos efektyvumo trikdžių yra nuolatiniai akcizo tarifo didinimai. Tai lemia gaminių savikainos didėjimą, taip padidinant gaminių kainas.

Taigi, atlikta Lietuvos alkoholinių gėrimų pramonės probleminė analizė rodo, kad dabartinėmis rinkos sąlygomis, siekiant išlaikyti ir padidinti šakos konkurencingumą, būtina gerinti sektoriaus įmonių veiklos efektyvumą bei rezultatus. Konkurencingumo didinimo veiksnių nustatymui, atliekamas Lietuvos alkoholinių gėrimų pramonės tyrimas.

2. PRAMONĖS KONKURENCINGUMO TEORINIAI ASPEKTAI

Nuolatos kintančiomis rinkos ekonomikos sąlygomis konkurencijos išvengti neįmanoma. Kiekviena valstybė suinteresuota užtikrinti ekonominį augimą, aukštą gyventojų pragyvenimo lygį, sudaryti palankias sąlygas verslui plėtoti. Šiems tikslams pasiekti būtinos palankios konkuravimo sąlygos.

Didėjanti konkurencija globalioje rinkoje sukuria būtinybę analizuoti verslo konkurencingumo ir jo prielaidų susidarymo terpę. Taip yra todėl, jog konkurencingumas yra neatskiriamas rinkos ekonomikos bruožas, kuris padeda įgyti konkurencinį pranašumą prieš kitus subjektus. Šioje konceptualiojoje darbo dalyje nagrinėjama konkurencingumo sąvokų gausa, konkurencingumo vertinimo metodai bei rodikliai, aptariami konkurencingumo didinimo veiksniai. Atlikta konkurencingumo teorinė analizė bei vertinimas sudaro pamatą darbo tiriamajai daliai atlikti.

2.1. Konkurencingumo koncepcija

Šalių konkurencingumas bei jį lemiantys veiksniai pradėti analizuoti dar merkantilistiniame XVI amžiuje. Tai sutapo su prekinių mainų plėtimusi, kurių metu mezgėsi įvairūs prekybiniai ryšiai. Analizuoti konkurencingumą skatino siekis išsiaiškinti, kodėl vienos šalys yra turtingesnės bei ekonomiškesnės nei kitos. Ankstyvosios ekonominės teorijos atstovai pabrėžė šalies prekių eksporto naudingumą, tačiau nepalankiai vertino importą. Merkantilistų pasaulėžiūros atstovų teigimu šalies pranašumas yra vertinamas pagal sukaupto turto (aukso bei sidabro) kiekį šalyje, kurį galima pasiekti tik skatinant eksportą ir ribojant importą (Urbonas, Maskvytienė ir Sabonienienė, 2010). Galima teigti, kad to meto ekonominiai būklei minėtas pažiūras buvo nesunku pritaikyti praktikoje, nes tuomet nebuvo plačiai išplėtoti tarptautiniai ekonominiai santykiai.

Keičiantis visuomenei, tobulėjant pramonei, merkantilistų teiginiai neatitiko ekonominės situacijos, tai sąlygojo naujų pažiūrų atsiradimą. XVIII amžiuje susiformavusi klasikinė ekonominė teorija, skirtingai negu merkantilistai, neigė eksporto didinimą stabdant importą. Pasak ekonomikos klasikų, tarptautinė prekyba naudinga abejoms šalims, nes ji leidžia padidinti gamybos efektyvumą. Vienas žymiausių klasikinės ekonominės teorijos atstovų – Adamas Smitas teigė, jog konkurencija yra naudinga, nes užtikrina, kad visuomenei reikalingos gėrybės bus pagamintos ir jos bus reikiamos kokybės, o jų kainos bus tokios, kokias visuomenė galės sumokėti (Urbonas ir kt., 2010). Vertėtų pastebėti tai, kad dar XVIII amžiuje suformuotos ekonomistų koncepcijos bei pažiūros yra tinkamos vertinant šiuolaikinę rinką. Klasikinėje ekonomikoje buvo išplėtoti koncepcija, pagal kurią šalis turi santykinį pranašumą tam tikros prekės gamybai tuo atveju, jeigu šios prekės kaina šalies viduje yra mažesnė negu kitų šalių rinkose (Staskevičiūtė ir Tamošiūnienė, 2010). Ši koncepcija veikia ir šiuolaikinę ekonomiką: vienos šalies prekės gamybos galimybių kaštai yra mažesni nei kitos šalies.

Apibendrinant galima teigti, kad minėtų ekonominių teorijų atstovai konkurencingumą vertino kaip šalies gebėjimą eksportuojant išsikovoti pasaulinėje rinkoje vietą parduodant pigias, gamybai didelių kaštų nereikalaujančias, prekes. Pastebima, kad nuo merkantilistinio amžiaus iki dabartinės išsivysčiusios ekonomikos konkurencingumą lemiančių veiksnių suvokimas žymiai pakito.

Konkurencingumas yra viena iš daugiausiai mokslininkų tarpusavio diskusijų sukeliančių temų. Mokslininkai nesutinka dėl bendros konkurencingumo sąvokos apibrėžties. Dėl šios priežasties vykdomi tyrinėjimai, kurie galėtų įtvirtinti bendrą konkurencingumo suvokimą.

Dėl savo svarbos konkurencingumas susilaukė didžiulio mokslininkų dėmesio. Kaip tyrimų objektas, konkurencingumui būdingi tam tikri specifiniai bruožai, dėl kurių tyrimų rezultatai yra skirtingi, apsunkinantys konkurencingumo suvokimą bei vertinimą. Pasak Mickevičienės (2010), konkurencingumas neturi rodiklių, leidžiančių tiesiogiai jį išmatuoti. Tai pagrindinė problema sukurianti nuolatinės konkurencingumo sąvokos apibrėžtumo diskusijas. Nesant konkurencingumo vertinimo rodiklių, sunku nusakyti konkurencingumą plačiąja prasme.

Mokslininkų publikacijose pastebėtas skirtingas konkurencingumo sąvokos interpretavimas. Vieni autoriai jį apibūdina bei sutapatina su konkurencijos terminu, kiti pateikia atskirą prasmę, tretį traktuoja kaip išvestinį dalyką iš konkurencijos reiškinio. Kai kurie autoriai konkurencingumo sąvoką traktuoja kaip terpę, kuri apima keturis gebėjimus (Liučvaitienė ir Peleckis, 2011):

- gebėjimas parduoti;
- gebėjimas prisitaikyti;
- gebėjimas uždirbti;
- gebėjimas pritraukti.

Galima teigti, kad minėti gebėjimai yra esminės konkurencingumo sąvokos dedamosios, kuriomis remdamiesi mokslininkai analizuoja konkurencingumo koncepciją.

Ekonomistų požiūris į konkurencingumą yra labai skirtingas, kiekvienas autorius išryškina skirtingus sąvokos aspektus. Šį teiginį pagrindžia 3 lentelėje sudaryta įvairių autorių vartojamų konkurencingumo sąvokų gausa.

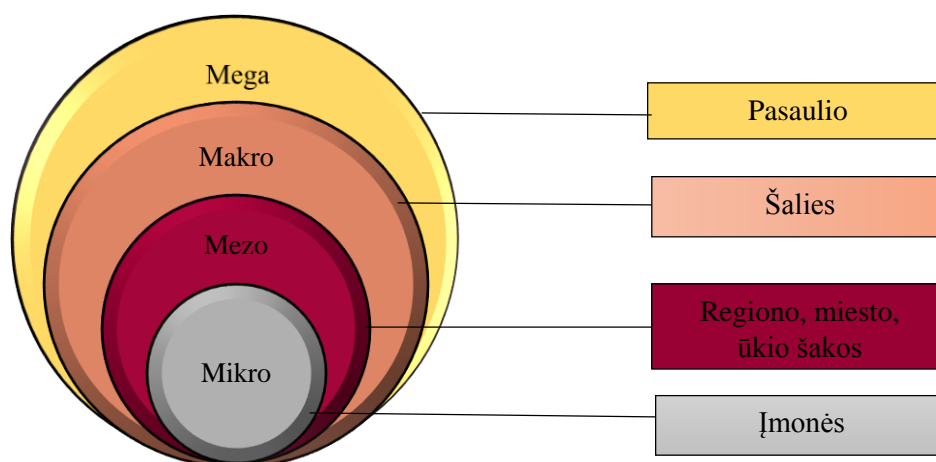
3 lentelė. Konkurencingumo koncepcija (sudaryta autorės)

| Autorius | Konkurencingumo sąvoka |
|---|--|
| Fischer & Schornberg (2007) | Aukštesnės kokybės ir plataus profilio ekonomikos galia, t. y. sąvoka apimanti ir derinanti skirtingus ekonominės veiklos aspektus |
| Maskvytienė ir Urbonas (2008) (cit iš Grublienė, Ambraziūnaitė ir Venckevičė, 2013) | Rinkos subjektų sugebėjimas sau naudinga linkme pritaikyti rinkos jėgas, veikiančias konkurencijos objektą |
| Vainienė (2008) | Asmens, produkto, įmonės, šakos ar šalies pajėgumas konkuruoti rinkoje |
| Beniušienė ir Svirskienė (2008) | Objekto arba subjekto gebėjimas konkuruoti, kintantį laiko, vietos arba sąlygų, atžvilgiu |
| Snieška ir Bruneckienė (2009) | Tai esminė priežastis, lemianti regiono ekonominio – socialinio plėtojimosi tempus ir rezultatus |
| Barkauskas ir Bačkaitis (cit. iš Navickas, 2010) | Šalies, šakos ar firmos sugebėjimas gaminti prekes ir teikti paslaugas, kurios tenkintų vartotojų poreikius |
| Liučvaitienė ir Peleckis (2011) | Ūkio subjekto gebėjimas operuoti konkurenciniu pranašumu |
| Klyvienė (2013) | Įmonių gebėjimas, atsižvelgiant į specifines šalies sąlygas, mobilizuoti ir efektyviai dirbti su gamybiniais ištekliais |

Pateikus Lietuvos bei užsienio autorių mokslinėje literatūroje apibrėžiamas konkurencingumo definicijas, galima teigti, jog konkurencingumas bendrąja prasme yra tam tikrų subjektų sugebėjimas pirmauti, įgyti palankesnes konkurencines pozicijas, palyginti su kitais analogiška veikla užsiimančiais subjektais, rinkoje.

Vertinant trečioje lentelėje pateiktų autorių konkurencingumo sąvokų įvairovę, galima išvelgti, jog ne visų mokslininkų pateikiamas suvokimas yra tikslus. Kaip pavyzdį galima pateikti Beniušienės ir Svirskienės (2008) suformuotą konkurencingumo koncepciją. Pastarųjų autorių pateikta sąvoka neatspindi tikrojo sąvokos platumo, nes konkurencingumą galima nagrinėti tiriant įvairių lygių subjektus.

Mokslininkų nuomonių nesutapimas dėl bendros konkurencingumo koncepcijos skatina išskirti bei analizuoti įvairius konkurencingumo lygmenis. Tačiau ir mokslinėse publikacijose pastebimas nevienodas autorių konkurencingumo lygmenų išskyrimas. Navickas ir Malakauskaitė (2010), Travkina ir Tvaronavičienė (2010) šalies konkurencingumą skirsto į makro- (šalies ekonomika), mezo- (regiono, ūkio šakos ekonomika) ir mikrolygius (įmonės ekonomika). Grebliauskas ir Ramanauskas (2007) papildomai išskiria megalų konkurencingumą (žr. 7 pav.).

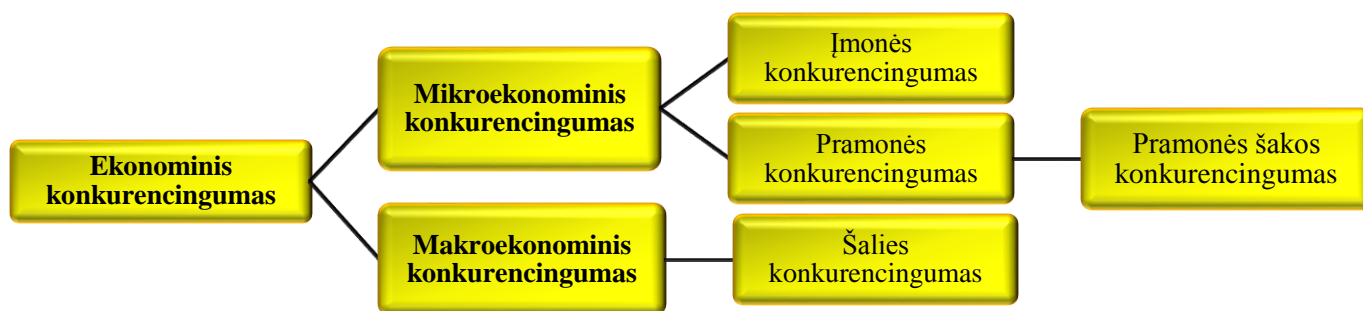


7 pav. Konkurencingumo lygmenys (sudaryta autorės)

Kitais nei pastarieji autoriai, Jurevičienė ir Komarova (2010) išskiria papildomą – darbuotojų konkurencingumą. Mačiulytė – Šniukienė ir Paliulis (2011), Beniušienė ir Svirskienė (2008) konkurencingumo lygmenis skirsto į: šalių grupių, šalies, šakos, įmonės, darbuotojo ir produkto. Taigi vieni autoriai konkurencingumo lygmenis išskiria detaliau kiti siauriau, tačiau galima pastebėti, kad visi konkurencingumo lygiai yra tarpusavyje susiję, t. y. darbuotojų konkurencingumas sukuria produkto konkurencingumą, vėliau sukuriama įmonės, sektoriaus bei šalies konkurencingumas.

Autorių konkurencingumo lygmenų skirstymas praktiškai nevisada įmanomas. Visų pirma, tai lemia, kad nevisada informacija yra prieinama ir teisingai bei laiku gaunama. Antra, tam reikalingos labai didelės išlaidos. Yra nemaža tikimybė, jog tinkamai neįvertinus tam tikro konkurencingumo lygmens bus sunku pasiekti sektoriaus arba šalies pažangą ateityje. Grebliauskas ir Stonys (2012) pagrindiniu konkurencingumo lygmeniu laiko mikrolygmenį. Jų teigimu, mikrolygis turėtų būti laikomas ekonomikos gerovės pagrindu, nes vertybės yra kuriamos būtent mikrolygiu ir nuo ekonomikos subjektų sugebėjimų priklauso gaminamų prekių ir paslaugų gamybos efektyvumas (Grebliauskas ir Stonys, 2012). Iš dalies galima pritarti pastarųjų autorių nuomonei, tačiau vertėtų pastebėti, kad neretai makrolygmens įmonės nesudaro tinkamų konkurencinių sąlygų mikrolygmenyje veikiančioms įmonėms, dėl to jos negali pelningai funkcionuoti rinkoje.

Aptarti konkurencingumo lygmenys yra labai detalūs. Mokslinėje literatūroje bei praktikoje dažniausiai vertinami bei analizuojami konkurencingumo lygmenys suskirstyti į dvi dideles grupes: mikroekonominę bei makroekonominę (Meilienė ir Snieška, 2010; Navickas, 2010). Pastebėta, jog makroekonominė konkurencingumo sąvoka siejama su šalies konkurencingumu, o mikroekonominė – su įmonės arba pramonės konkurencingumu (žr. 8 pav.)



8 pav. Konkurencingumo koncepcijos analizavimo lygmenys (sudaryta autorės)

Konkurencingumo sąvokos vartosenos paplitimas ekonominėje literatūroje labai dažnai nėra aiškiai įvardijamas bei pagrindžiamas. Dėl bendro apibrėžimo nebuvimo kyla daug nesusipratimų ir prieštaravimų, o tai dar labiau gilina diskusijas ir skatina pateikti vieną, visiems suprantamą ir priimtina, sąvokos apibrėžimą. Skirtingas konkurencingumo subjektų skirstymas lemia nevienodas analizavo kryptis, kurias patvirtina mokslinėje literatūroje pasitaikančių konkurencingumo sąvokos interpretacijų gausa.

Bene daugiausiai tarpusavio prieštaravimų bei diskusijų tarp mokslininkų kelia šalies konkurencingumo sąvokos interpretavimas. Vieni mokslininkai šalies konkurencingumą sutapatina su šalies našumu (Porter), kiti teigia, kad šalis konkurencinga, jei geba sukurti socialinę gerovę (Aiginger) (cit. iš Staskevičiūtė ir Tamošiūnienė, 2010). Kitaip nei pastarieji autoriai, Rakauskienė ir Tamošiūnienė (2013), apibrėždamos šalies konkurencingumą, išryškina minėtų pastarųjų veiksnių svarbą. Pasak jų, šalies konkurencingumas tai gebėjimas pasiekti aukštą našumą ir užtikrinti visapusišką gyventojų gerovę). Bienkowski (2009) šalies konkurencingumą sieja su augimu teigdamas, kad tai šalies gebėjimas santykinai greitai augti ilguoju periodu, kad ekonomika būtų pajėgi prisitaikyti, siekiant efektyviau bendrauti su besivystančia pasaulio ekonomika (cit. iš Rakauskienė ir Tamošiūnienė, 2013). Sabonienė (2007), Tamošiūnienė ir Rakauskienė (2013) šalies konkurencingumui nusakyti remiasi šiais veiksniais:

- valstybės biudžeto deficitas;
- bendrasis vidaus produktas (BVP);
- palūkanų norma;
- valiutų kursai;
- ir kt.

Tačiau remtis tik minėtais autorių veiksniais, norint apibrėžti šalies konkurencingumo sąvoką, būtų klaidinga. Kaip pastebi Garelli (2005), BVP nėra tobulas šalies konkurencingumo rodiklis, kadangi dalis pajamų gaunama iš neatsinaujinančių natūralių išteklių, ankstesnių kartų aktyvų eksploatacijos, pridėtinės namų ūkiuose sukurtos vertės ir dėl šešėlinės ekonomikos (cit. iš Navickas, 2010). Valiutų kursai tai pat nėra visiškai tinkantis rodiklis vertinant šalies konkurencingumą. Pasak Meilienės ir

Snieškos (2010), valiutų kursai adekvačiai neatspindi kainų lygių proporcijų atitinkamose šalyse, o priklauso nuo užsienio valiutos rinkos paklausos ir pasiūlos bei vyriausybės intervencijos. Negalima paneigti to, jog minėti veiksniai svarbūs kiekvienos šalies ekonomikai, tačiau pateikiami jų trūkumai rodo, jog remtis tik jais siekiant apibrėžti šalies konkurencingumą nėra tikslinga.

Apibendrinant galima teigti, kad šalies konkurencingumo sąvoka nėra vienareikšmiškai suvokiama bei apibrėžiama. Vieni autoriai šalies konkurencingumą sieja su makroekonominiais reiškiniais, kiti su gausiais šalies ištekliais, našumu bei gerove. Tai rodo sąvokos nuolatinių tyrimų ir mokslininkų diskusijų būtinybę.

Šalies konkurencingumo koncepcija mokslinėje literatūroje labai dažnai analizuojama remiantis pramonėje pasiektais rodikliais, todėl tikslinga aptarti pramonės konkurencingumo lygmenį. Pasak Sabonienės (2007), tiriant šalies konkurencingumą tikslinga daugiausia dėmesio skirti pramonės konkurencingumo vertinimui, nes didžiausią dalį pasaulio eksporto sudaro pramonės produkcija. Tai rodo, kodėl dažniausiai išvados apie šalies konkurencingumo lygį daromos remiantis pramonės konkurencingumo analize. Kita vertus, sparčiai kintant konkurencinei rinkai, pramonė nevisuomet pajėgi greitai reaguoti į besikeičiančias konkurencines sąlygas, todėl vertinti šalies konkurencingumą pagal pramonės rodiklius nevisuomet tikslinga.

Kitaip nei šalies, pramonės šakos konkurencingumo lygmens sąvokos interpretavimas nesukelia didelių autorių tarpusavio diskusijų. Dažniausiai mokslinėse publikacijose pramonės šakos konkurencingumas apibrėžiamas kaip gebėjimas kurti, gaminti ir parduoti tokias prekes ir paslaugas, dėl kurių unikalių bruožų yra įgyjami, padidinami bei išlaikomi konkurenciniai pranašumai, kurie leidžia sėkmingai konkuruoti užsienio ir vidaus rinkose (Sabonienė, 2007). Tačiau būtų klaidinga teigti, kad remiantis vien tik pramonės sektoriaus analize, galima daryti išvadas apie visos šalies ekonomikos konkurencijos padėtį, nes vyksta nuolatiniai rinkos pokyčiai.

Praktiniai rinkos tyrimai rodo, kad rinkoje paslaugų sektorius užima vis didesnę dalį bendrame šalių nacionaliniame produkte. Kita vertus, nors pramonės sektoriai bėgant laikui užima vis mažesnę lyginamąją dalį, tačiau jų svarba, šalies ekonomikos augimui, nemažėja. Kaip teigia Simanavičienė ir kt. (2013), pramonė, kaip prekių, materialinių vartojimo gėrybių gamyba, lieka strategiškai svarbiausia ekonomikos dalimi. Todėl galima teigti, kad šalies ekonomikoje pagal svarbą, visų pirma, akcentuojamas gamybos sektorius, o tik toliau seka prekyba, paslaugos, transportavimas ir visa kita.

Stiprėjanti tarptautinė konkurencija skatina mokslininkus analizuoti ne tik šalies, pramonės sektorių, bet ir įmonių konkurencingumo lygmenį. Pasak Porter (1990), visais atvejais tiesioginis ir pirminis tarptautinis konkurencijos subjektas yra ūkio šaka ar jos segmentas, o konkurencijos objektas – jos pagaminta prekė, siūloma vartotojui tiesiogiai ar per tarpininką (cit. iš Valodka ir Česonytė, 2013). Lietuvos autoriai pateikia kiek kitokį požiūrį, kurių teigimu įmonės konkurencingumas tai santykinė konkrečios įmonės savybė išreiškianti jos plėtojimosi skirtumus nuo kitų konkuruojančių įmonių pagal

žmonių patenkinimo lygį savo prekėmis ir gamybos efektyvumą (Jakutis, Petraškevičius, Stepanovas ir Andriušaitienė, 2012). Galima teigti, kad ši sąvoka yra unikali, nes ir kiti mokslininkai apibrėždami įmonės konkurencingumo sąvoką mini tuos pačius vertinimo aspektus. Pasak Sabonienės (2007), įmonės konkurencingumas – tai įmonės gebėjimai vystyti, gaminti ir parduoti prekes bei paslaugas, kurios turi išskirtinumą. Trumpiau tariant įmonės konkurencingumas rodo ūkio subjekto galimybes prisitaikyti prie rinkos konkurencijos sąlygų.

Mokslinėje literatūroje įmonių konkurencingumo koncepcija vertinama ne vien tik pranašumo prieš kitą organizaciją principu. Simanavičienė, Šimberova ir Bruneckienė (2007) bei Rinkauskaitė (2007) įmonių konkurencingumą aiškina remiantis valstybėje esama institucine sistema, pramonės struktūra bei kitomis valstybės charakteristikomis. Toks sąvokos suvokimas išplečia įmonės konkurencingumo koncepciją, kuri skatina atsižvelgti ne tik į tiesioginius konkurentus, bet ir į visą šalies rinką.

Atliktus literatūros analizę pastebėta, kad daugelis autorių įmonės konkurencingumą apibūdina vertindami tik šalies vietinę konkurenciją. Tačiau Piccolini (2005) įmonės konkurencingumo sąvoką traktuoja bei vertina ją lyginant su pasauline rinka. Pasak pastarojo mokslininko, įmonės konkurencingumas pasaulinėje rinkoje yra glaudžiai susijęs su įmonės gebėjimu greitai reaguoti į skubius rinkos pokyčius ir išlaikyti savo pozicijas joje (Rinkauskaitė, 2007). Vertėtų pritarti šiam teiginiui, nes įmonės konkurencingumas bei jo didinimas negali apsistoti tik ties šalies rinka, noras tobulėti bei didinti sukuriama gaminių vertę skatina nuolatinis išorinės aplinkos tyrinėjimus konkurencijai atremti.

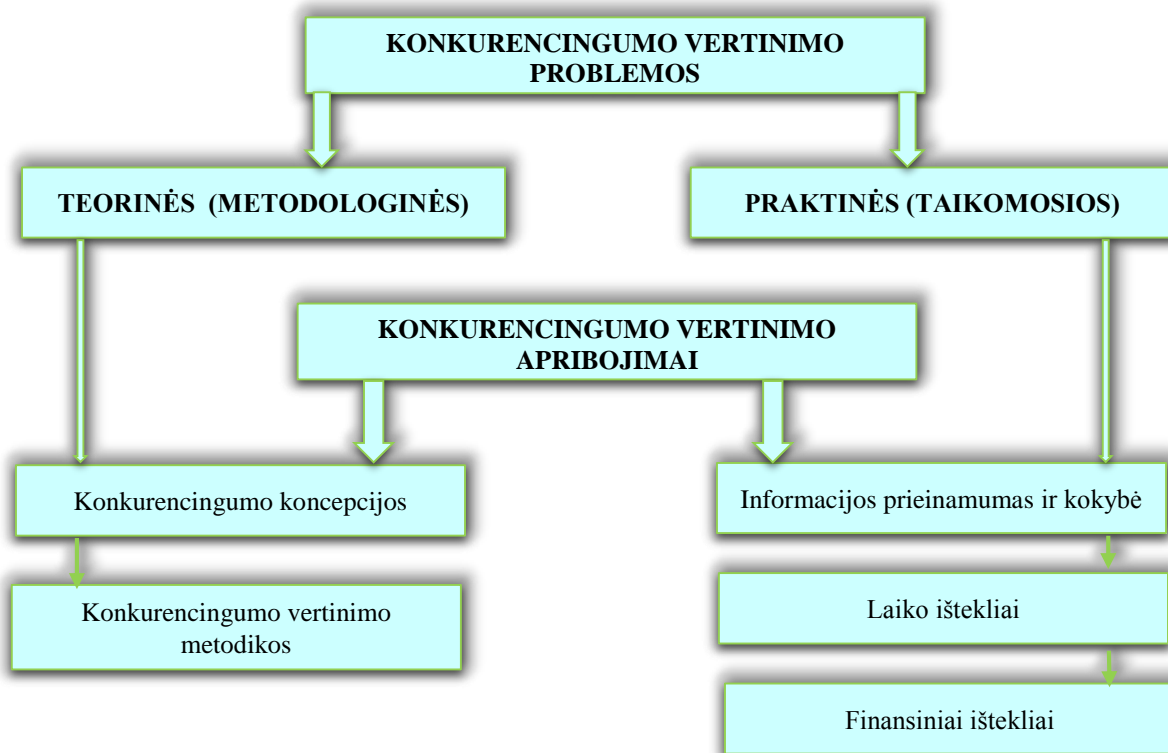
Konkurencingumo koncepcijos neapibrėžtumas sukelia daug prieštaravimų. Krugman (1996) pateikia kategorišką nuostatą paneigdamas bei kritikuodamas mokslininkų tyrinėjimus šalies bei tarptautinio konkurencingumo lygmenyse. Pasak jo, tarpusavyje konkuruoja ne šalys ar regionai, o įmonės, todėl konkurencingumo sąvoka yra bevertė, o jo vertinimas yra betikslis (cit iš Kuliešienė ir Daraškevičiūtė, 2010). Iš dalies tam nepritaria Porter, kurio nuomone tarpusavyje konkuruoja tiek šalys, tiek regionai. Tačiau, kita vertus, pastarojo autoriaus nuomonė sutampa tuo Krugman, jog konkurencingumo koncepcija teritorijos atžvilgiu yra žymiai sudėtingesnė ir turėtų būti analizuojama bei atskirta nuo įmonės konkurencingumo sąvokos (Bruneckienė, 2010). Taigi, autorių diskusijos dar kartą įrodo bendros konkurencingumo sąvokos apibrėžtumo nebuvimą.

Reziumuojant galima teigti, kad mokslininkai daug diskutuoja siekiant pateikti bendrą konkurencingumo sąvoką tinkančią visiems lygmenims nusakyti. Tačiau besikeičianti konkurencinė aplinka sukelia dar didesnius mokslininkų diskusijas. Bendraja prasme, įmonės, šakos bei kito lygmens konkurencingumą galima apibrėžti kaip konkurencinį pranašumą rinkoje, prieš varžovą, užimant gerenes bei palankesnes konkurencines pozicijas.

2.2. Pramonės sektoriaus konkurencingumo vertinimo metodų ir rodiklių parinkimas

Konkurencingumas yra sudėtingas reiškinys, kuriam įvertinti taikomi įvairūs metodai ir modeliai. Konkurencingumo teoriją analizuojančioje literatūroje pateikiamas ne vienas bendro pobūdžio konkurencingumo vertinimo modelis. Tačiau mokslininkų nuomonės išsiskiria, kuris iš pateiktų modelių labiausiai tinkamas šalies, pramonės sektoriaus ar įmonės konkurencingumui vertinti. Todėl dažniausiai pateikiami skirtingi metodai vertinantys atskirus konkurencingumo lygmenis.

Vertinant konkurencingumą, dažnai susiduriama su tam tikromis teorinėmis ir praktinėmis problemomis, kurios sukelia daug diskusijų bei lemia nuolatinę tyrinėjimo būtinybę (žr. 9 pav.).



9 pav. Konkurencingumo vertinimo problemos ir apribojimai (Navickas ir Malakauskaitė, 2010)

Pastebima, jog didžiausia teorine problema, kaip jau anksčiau buvo minėta, laikoma aiškios konkurencingumo sąvokos nebuvimas bei vertinimo metodikų apribojimai. Konkurencingumo vertinimo metodikų aprėpties ir paskirties skirtumai sukelia konkurencingumo vertinimo apribojimus. Kaip teigia Laurinaitytė (2015), pritaikius skirtingas vertinimo metodikas tam pačiam objektui, įmanoma gauti visiškai skirtingus ar net konfliktuojančius konkurencingumo rezultatus. Kiek kitaip suprantami praktiniai apribojimai, kurie pabrėžia informacijos prieinamumo ir kokybės, laiko išteklių bei finansinių išteklių problemas.

Konkurencingumo vertinimo apribojimams bei problemoms šalinti, visame pasaulyje atliekami įvairūs šalių, pramonės sektorių bei įmonių tyrimai. Juos atlieka ne tik mokslininkai, bet ir tam tikros

tarptautinės organizacijos, nepriklausomų ekspertų grupės ar institutai. Organizacijų bei institucijų pagrindinis siekis yra tyrinėti bei reitinguoti daugelio pasaulio valstybių konkurencingumą, nustatyti savo šalies įmonių konkurencingumą bei tolimesnes plėtros kryptis, atsižvelgiant į valstybės ekonomikos specifiką ir informacijos prieinamumą. Tai rodo, jog šios institucijos turi didelę reikšmę formuojant ir analizuojant pramonės sektorių tarptautinį konkurencingumą.

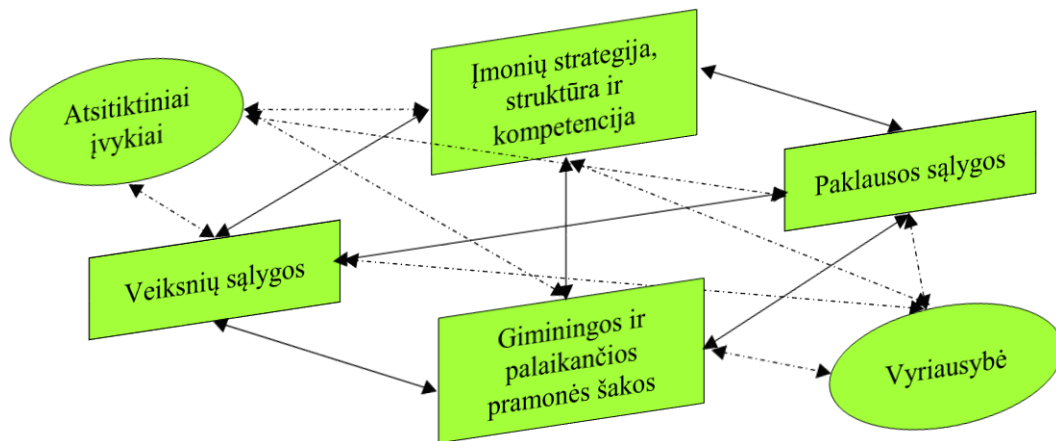
Mokslinėje literatūroje pateiktų pramonės konkurencingumą vertinančių metodų bei rodiklių skalė labai plati. Šiame moksliniame darbe, pramonės konkurencingumą apibūdinantys rodikliai suskirstomi į dvi grupes: pramonės veiklos bei užsienio prekybos rodikliai. Remiantis šiuo skirstymu yra galimybė nustatyti konkurencingus šalies pramonės sektorius bei įvertinti jų plėtros perspektyvas tarptautinėse rinkose bei identifikuoti pramonės konkurencingumą įtakojančius veiksnius.

2.2.1. Pramonės sektoriaus konkurencingumo vertinimo metodai

Vienas populiariausių bei dažniausiai naudojamų konkurencingumo tyrimo modelių yra amerikiečių mokslininko Porter 1990 m. pateiktas „Deimanto“ modelis. Šis konkurencingumo vertinimo modelis padeda įvertinti tarpusavyje susijusius veiksnius, turinčius įtakos įgyti, išlaikyti bei didinti konkurencingumą (Simanavičienė ir kt., 2013). Porter „Deimanto“ modelis yra unikalus, jį galima pritaikyti šalies (regiono), pramonės sektoriaus bei įmonių konkurencingumui vertinti.

Konkurencingumas yra dažnas mokslininkų tyrinėjimo objektas, sulaukiantis didelio susidomėjimo visame pasaulyje. Pastebėta, jog daugelis mokslininkų analizuodami konkurencingumą remiasi būtent Porter suformuotu „Deimanto“ modeliu. Pasak Malinauskienės (2013), šis modelis yra unikalus, nes jame atsispindi tai, jog šalies konkurencingumas tiesiogiai priklauso nuo inovacijų plėtros jos industrijose intensyvumo. Galima teigti, jog Porter „Deimanto“ modelis tai tarsi orientyras šių laikų mokslininkams tolimesniam konkurencingumo tyrinėjimui ir gilinimuisi į jį. Todėl naudinga plačiau aptarti pramonės konkurencingumui pritaikytą Porter „Deimanto“ modelį.

Kiekvienos šalies pramonės sektoriai yra veikiami tam tikrų vidinių bei išorinių veiksnių. Kaip teigia Porter, valstybėje esančių įvairių pramonės šakų tarptautinė sėkmė priklauso nuo aplinkos, kurioje tos pramonės įmonės konkuruoja (Anisimovaitė ir Marcišauskienė, 2008). Pastarojo mokslininko pateiktame „Deimanto“ modelyje išskiriami vidiniai ir išoriniai konkurencingumą sąlygojantys veiksniai. Porter „Deimanto“ modelis rodo, kaip šie veiksniai veikdami kartu sukuria verslo aplinkos dinamiškumą, stimuliuoja ir intensyvina konkurenciją. Modelyje akcentuojama, kad vyriausybės veikla turi tobulinti pastaruosius veiksnius, siekiant sektorių ar įmonių didesnio produktyvumo (Peleckis ir Peleckienė, 2011). Schematiškai vidinių ir išorinių veiksnių tarpusavio sąveika pateikiama 10 paveiksle.



**10 pav. Porter „Deimanto“ konkurencingumo modelis
(Moziūraitienė, Jasinskas ir Simanavičienė, 2011)**

Porter „Deimanto“ modelyje vidinių konkurencingumą įtakojančių veiksnių veikimas yra dvejopas: kiekvienas veiksnys veikia atskirai arba visi kartu kaip sistema. Be abejo, tam tikro lygmens konkurencingumas yra neatsiejamas nuo išorinių veiksnių, kurie sudaro palankias (nepalankias) sąlygas konkurencingumo didinimui. Nustačius pagrindinius vidinius ir išorinius veiksnius yra galimybė įvertinti tam tikro pramonės sektoriaus ar įmonės konkurencingumą.

Pateiktame „Deimanto“ modelyje tiesioginiai konkurencingumą lemiantys veiksniai yra: gamybos veiksnių būklė bei aplinkos sąlygos, įmonės strategija, struktūra ir kompetencija, paklausos sąlygos bei susijusios ir palaikančios pramonės šakos. Kaip jau minėta, pasaulyje nėra nė vienos valstybės, kurios visa produkcija būtų konkurencinga ir kuri visą laiką turėtų konkurencinį pranašumą, lyginant su kitomis valstybėmis. Todėl kiekviena šalis suinteresuota analizuoti bei stiprinti tiek įmonių tiek pramonės sektorių konkurencingumą. Remiantis tuo galima teigti, kad minėti vidiniai veiksniai turi ypatingos svarbos pramonės šakos konkurencingumui formuoti ir stiprinti.

Pramonės konkurencingumas yra tiesiogiai įtakojamas tam tikrų rinką veikiančių veiksnių. Pasak Simanavičienės ir kt. (2007), veiksnių sąlygos – tai materialiniai ir nematerialiniai gamybos veiksniai, formuojantys visos šalies ar pramonės šakos konkurencinį pranašumą. Sabonienė (2007) sukonkretina veiksnių sąlygas, jas pritaikydama pramonės šakos konkurenciniams sugebėjimams formuoti. Pasak pastarosios autorės, pramonės sugebėjimai yra tokie, kaip:

- kvalifikuota darbo jėga (žmogiškieji ištekliai);
- gamtos ištekliai (fiziniai ištekliai);
- kapitalo ir infrastruktūros pagrindas.

Pastarieji sugebėjimai yra labai abstraktūs, todėl būtina juos detalizuoti išskiriant tam tikras sąlygų grupes. Sabonienė (2007) išskiria dvi veiksnių sąlygų grupes, šiems veiksniams detalizuoti:

- *baziniai* – istoriškai susiformavę, paveldėti veiksniai, kurie nereikalauja didelių investicijų. Juos galima apibrėžti kaip gamtinius išteklius, geografinę padėtį, klimatą, kapitalo bei darbo jėgos kvalifikaciją;

- *išskirtiniai* – veiksniai, kurie reikalauja pastangų ir investicijų. Tai tokie veiksniai kaip vadybinė patirtis, moderni technologija, patentai, mokslo institucijų veikla, finansinės sistemos patikimumas bei komunikacinės infrastruktūros išsivystymas.

Šiandieninė pramonės įmonių praktika rodo, kad rinkoje bazinių veiksnių svarba, dėl jų prieinamumo ir mobilumo augimo labai sumažėjusi. Tai lemia išskirtinių veiksnių analizavimo būtinybę.

Išskirtiniai veiksniai skatina pramonės įmones bei sektorius imtis inovacijų, kurios lemia veiklos efektyvumą bei užtikrina konkurencinį pranašumą. Bene dažniausiai iš išskirtinių veiksnių mokslininkai mini racionalų išteklių naudojimą. Pasak Sabonienės (2007), pramonės įmonės naudojančios išteklius racionaliai gali įgyti konkurencinį pranašumą prieš kitas įmones, kurios lemtų sėkmę rinkoje. Racionalus išteklių naudojimas yra naudingas tuo, jog leidžia sumažinti išteklių poreikį, kuris naudingas ne tik pramonės įmonėms arba sektoriui, bet ir aplinkai – tausojant gamtinius išteklius.

Vienu iš svarbiausių, konkurencingumo išskirtinių veiksnių sąlygų, mokslinėje literatūroje pateikiama infrastruktūra. Sabonienė (2007) ir Shafaei (2008) infrastruktūrą apibūdina kaip gamybinių ir negamybinių ūkio šakų, aptarnaujančių visą reprodukcijos procesą ir sudarančių sąlygas šiam procesui vykti, kompleksą. Infrastruktūra, kaip konkurencinio pranašumo veiksnys, svarbus pramonės veiklos efektyvumui. Jos dėka investuotojai turi galimybę įvertinti šalies pramonės sektorių patrauklumą taip pritraukiant investicijas.

Be abejo, nereikėtų pamiršti ir tai, kad šalies pramonės konkurencingumas yra įtakojamas nuo joje dirbančių darbuotojų kompetencijos. Tai skatina skatina investicijas į žmogiškuosius išteklius. Pasak Sabonienės (2007), ilgesnės trukmės laikotarpiu darbo jėgos kvalifikacijos lygis turėtų būti pagrindinis ekonominės plėtros veiksnys. Tačiau šiandieninėje, žiniomis grįstoje visuomenėje, vyksta protų nutekėjimas, kuris gali neigiamai paveikti pramonės konkurencingumą. Aukštą kvalifikaciją turintys darbuotojai lemia ne tik kokybiškos produkcijos užtikrinimą, bet ir veiklos efektyvumo padidinimą.

Apibendrinant galima teigti, kad pramonės šakos konkurencinis pranašumas priklauso nuo tam tikrų veiksnių sąlygų. Tačiau vertėtų pridurti tai, jog reikia pasirinkti tik pačius tinkamiausius bei labiausiai lemiančius pramonės sektoriaus konkurencinį pranašumą veiksnis, nes veiksnių perteklius nėra naudingas dėl grėsmės sumažinti inovacijas. Inovacijų stagnacija gali lemti ilgalaikę šalies ar pramonės sektoriaus konkurencinio pranašumo mažėjimą.

Paklausos sąlygos tai vienas iš keturių veiksnių tiesiogiai lemiančių konkurencingumo pranašumą šalyje arba pramonės sektoriuje. Pasak Simanavičienės ir kt. (2007) bei Sabonienės (2007), paklausos sąlygos tai šalies rinkos paklausos didėjimo tempai ir struktūra, diferenciacija pagal produktus, vartotojų reiklumas kainai ir kokybei. Galima pastebėti, jog didelė vietinės produkcijos paklausa sudaro sąlygas

masto ekonomijai, kuri sumažina gamybos kaštus. Tačiau masto ekonomiją dabartinėje nenuspėjamoje rinkoje pasiekti nelengva, nes vartotojų poreikiai nuolatos kinta. Visa tai lemia nuolatinius pramonės šakos vartotojų paklausos tyrimus.

Tikslingai įvertinti paklausos sąlygas, be kiekybinių, mokslinėje literatūroje yra išskiriami ir kiti parametrai. Sabonienė (2007) paklausos sąlygoms analizuoti išskiria paklausos sudėtį, augimo tempus bei mechanizmus, kurių dėka vienoje šalyje suformuoti vartojimo poreikiai perduodami kitų šalių rinkoms. Galima pastebėti, jog remiantis paklausos sudėties parametru sudaromos sąlygos tirti pirkėjų poreikius, kurie sudarytų sąlygas laiku prisitaikyti prie kintančios aplinkos taip išsaugant konkurencinį pranašumą.

Analizuojant paklausos sąlygų įtaką konkurencingumui, svarbu įvertinti paklausos augimo tempą, kuris įtakoja gamybos apimčių ir pardavimų vietinėje bei tarptautinėje rinkoje planavimą. Pasak Sabonienės (2007), vietinės rinkos paklausos augimo tempas skatina investicijas – naujų technologijų diegimą, kokybės gerinimą, naujų prekių kūrimą. Formuojant pramonės konkurencinius pranašumus rinkoje, tikslinga manyti, kad investicijų skatinimas gali tapti privalumu ne tik vietinėje, bet ir tarptautinėje aplinkoje. Prisotinta vietinė rinka ir noras plėsti veiklą skatina gaminių eksportą, tačiau konkurencinis pranašumas ir sėkmė užsienio rinkoje galima tik tuomet kai siūloma produkcija tenkina užsienio klientų poreikius kokybės ir kainos santykiu.

Šiuolaikinė išsivysčiusių šalių praktika rodo, kad sėkmingai veikiantys pramonės sektoriai linkę dalytis į segmentus ir kooperuotis. Taip plačiąja prasme galima apibūdinti vieną iš Porter „Deimanto“ modelio veiksmų – susijusios ir palaikančios pramonės šakos. Pasak Sabonienės (2007), susijusios ir palaikančios pramonės šakos tai horizontaliųjų ir vertikalinių ryšių tarp giminingų pramonės šakų kūrimas naudingų kontaktų dėka. Jos viena kitą aprūpina naujomis technologijomis, žaliavomis, komplektuojamaisiais gaminiais, idėjomis ir kt. (Sabonienė, 2007). Glaudūs ryšiai tarp pramonininkų, gamybininkų bei tiekėjų dalinantis informacija, diegiant bendras inovacijas gali sąlygoti stiprius konkurencinius pranašumus vietinėje ir tarptautinėje rinkoje.

Daugelio įmonių sėkmė rinkoje priklauso nuo apsibrėžtos strategijos bei suformuluotų jai pasiekti tikslų. Ketvirtasis Porter „Deimanto“ modelio veiksnys ir yra būtent įmonės ir šakos strategija, struktūra ir konkurencija. Tikslinga bei sukoncentruota į realius tikslus įmonės strategija yra vienas iš konkurencingumo pranašumo šaltinių. Sabonienė (2007) teigia, kad įmonių strategija numato rinkų pasirinkimą, orientaciją į inovacijas, konkurencinės strategijos parinkimą atsižvelgiant į pramonės šakos konkurenciją tarptautiniu mastu. Galima pastebėti, jog konkurencija yra iš dalies naudinga. Konkurencija skatina inovacijas, kurios sąlygoja įmonių arba šakos efektyvumo pagerinimą bei konkurencinio pranašumo suformavimą.

Kitas konkurencinį pranašumą lemiantis veiksnys – įmonių struktūra. Ji tiesiogiai įtakoja šalies teisinės sistemos, nuo kurios priklauso konkurencinio pranašumo formavimo galimybės, nustatant

įvairius įstatyminius, standartinius, normatyvinius apribojimus. Detaliau, konkurencingumą tiesiogiai įtakojantys veiksniai pateikiami analizuojant pramonės sektoriaus didinimo galimybes.

Vertinant pramonės konkurencingumo pranašumą, atlikti vidinių veiksnių analizę nepakanka – būtina įvertinti išorinius veiksnius. Porter pateiktame „Deimanto“ modelyje be vidinių išskiriami išoriniai veiksniai – vyriausybė bei atsitiktiniai įvykiai (Mozūraitienė, Jasinskas ir Simanavičienė, 2011; Sekliuckienė ir Repečkienė, 2014).

Rinkos tyrimai rodo, kad vyriausybės vaidmuo užtikrinant pramonės konkurencingumą yra labai didelis. Vyriausybės poveikis pramonei vertinamas dvejopai. Visų pirma, šalies investicijų programos suteikia galimybę praplėsti ūkio sektorių technologinius pajėgumus, vykdyti gaminių inovacijas. Kita vertus, pasak Bernatonytės (2011), vyriausybė skatina ne tik inovacijas, bet ir nurodo reguliavimo priemones, kurios gali varžyti verslo laisvę, riboti konkurencingumo didinimo galimybes tiek teisinės tiek mokesčių sistemos atžvilgiu. Kitaip tariant, vyriausybė skatina ne tik inovacijas, bet ir pagal teisinius aktus nustato aplinkos apsaugos reikalavimus (siekiant tausoti gamtinius išteklius), darbo saugos standartus, stengiasi užkirsti kelią monopolistiniams susitarimams, kurie mažina rinkos sistemos funkcionavimą.

Kitas išorinis, Porter „Deimanto“ modelyje, pateikiamas veiksnys yra atsitiktiniai įvykiai arba galimybės. Pasak Sabonienės (2007) galimybės tai „grynos“ inovacijos, technologijos proveržiai, kainų svyravimai, politinių sistemų pasikeitimai, krizės finansų rinkoje, karai ir kt. Taigi, pastarosios galimybės gali daryti didelę įtaką konkurencinių pranašumų atsiradimui bei stiprėjimui pramonės sektoriuje.

Reziumuojant galima teigti, kad konkurencingumą lemiančių veiksnių yra labai daug. Jų dėka sukuriama vientisa sistema padedanti pramonės šakoms įgyti konkurencinį pranašumą ne tik vietinėje, bet ir tarptautinėje rinkoje. Pateikti konkurencingumo pranašumo formavimo veiksniai rodo, kad trūkumas atsiradęs viename iš veiksnių, gali būti kompensuojamas kitais veiksniais. Tik tinkamai įvertinus pramonės šakos konkurencingumą lemiančius veiksnius yra galimybė sustiprinti pranašumą vietinėje bei tarptautinėje rinkoje.

Pastarasis Porter „Deimanto“ modelis sudaro galimybę išsamiai perteikti ūkio šakos konkurencingumo būklę, tačiau remiantis tik šiuo modeliu sunku įvertinti, kuris pramonės sektorius išlaikys auštas konkurencines pozicijas ateityje. Kiekvienos šalies konkurencingumas priklauso nuo tos valstybės ekonominės sistemos, kultūros, vertybių bei struktūros. Dėl to, kiekviena valstybė gali būti konkurencinga tik kelių, o ne visų sektorių atžvilgiu. Kaip teigia Shafaei (2008), Porter „Deimanto“ modelis siūlo tikslias ir tinkamas rekomendacijas ką reikia pakeisti, kad būtų išlaikomas konkurencingumas, tačiau šis modelis yra kokybinis ir nepateikia kokybinių matų įvertinti jo poveikį konkurencingumui. Tačiau kita vertus, kiekvienas modelis turi tam tikrų trūkumų, kuriuos lemia skirtingos analizavimo kryptys bei aplinkybės. Nepaisant trūkumų Porter „Deimanto“ modelis plačiai

taikomas visame pasaulyje įmonių, pramonės sektorių bei šalių konkurencingumui įvertinti. Tai rodo, jog jis yra vienas iš unikaliausių konkurencingumo pranašumo vertinimo modelių.

2.2.2. Pramonės sektorių užsienio prekybos rodiklių nustatymas

Šiandieninėje globalioje rinkoje, nykstant prekybinėms sienoms tarp šalių, įmonėms išlikti bei prisitaikyti prie kintančios aplinkos yra labai sunku. Kiekviena, didelė ar maža, išsivysčiusi ar besivystanti, šalis yra pasaulinio ūkio dalyvė dalyvaujanti mainių procese. Dabartinėmis rinkos sąlygomis šalims pasiekti ekonominį augimą nedalyvaujant tarptautinėje prekyboje yra neįmanoma (Kviklienė ir Smolenskienė, 2013). Taigi, globali konkurencija ir ekonominė integracija sąlygoja kiekvienos šalies pramonės struktūros pokyčius siekiant įgyvendinti konkurencingą užsienio prekybos politiką.

Mokslinėje literatūroje konkurencingumo vertinimo metodikų apstu, tačiau jų taikymas priklauso nuo analizuojamo objekto lygmens. Navickas ir Malakauskaitė (2010) nurodo, kad konkurencingumo vertinimo metodikos skiriasi savo aprėptimi, tikslais, vertinamais objektais, tačiau turi esminį bendrą bruožą – jos leidžia nustatyti vertinamo objekto (sektoriaus, šakos ir kt.) santykinę poziciją kitų analogiškų (tos pačios rūšies) objektų atžvilgiu, remiantis sukurta vertinimo kriterijų ir rodiklių sistema. Tai rodo, kad kiekvienas konkurencingumo vertinimo rodiklis, turint tikslius ir patikimus duomenis, yra naudingas siekiant įvertinti pasirinkto objekto pranašumą.

Pramonės sektoriaus konkurencingumą vertinančių rodiklių mokslinėje literatūroje pateikiama gana daug. Juos galima suskirstyti į dvi stambias grupes: 1) užsienio prekybos rodikliai, 2) sektoriaus veiklos ir finansiniai rodikliai. Šalių praktikoje detaliam pramonės sektorių konkurencingumo vertinimui yra skaičiuojami abiejų grupių rodikliai. Mokslininkų publikacijose dažniausiai pateikiami pramonės ir finansiniai rodikliai (žr. 11 pav.)



11 pav. Pramonės veiklos ir finansiniai rodikliai
(sudaryta autorės pagal Lekavičienė ir Juščius, 2006)

Mokslinės literatūros analizė rodo, kad vienas pagrindinių konkurencinį pranašumą įvertinančių, pramonės veiklos ir finansinių rodiklių, yra darbo produktyvumas. Pasak Vainienės (2008), darbo našumas (produktyvumas) yra per laiko vienetą darbuotojo pagamintas produkto kiekis. Taip pat ši rodiklį galima apibūdinti kaip vieno darbuotojo per metus sukurta pridėtinė vertė. Taigi, darbo produktyvumas yra svarbiausias ekonominės pažangos rodiklis, kuris padeda įvertinti pramonės įmonių veiklos efektyvumą, pokyčius bei konkurencinius gebėjimus. Darbo produktyvumo lygis priklauso nuo darbo sąlygų, gamybos technologijos, darbo organizavimo, darbuotojų įgūdžių ir kvalifikacijos. Todėl kiekviena įmonė siekdama aukšto darbo produktyvumo turi sudaryti tinkamas sąlygas efektyviam gamybos procesui vykti, kuris be pastarųjų veiksnių yra neįmanomas.

Dabartinėje nenusipėjamoje rinkoje, darbo organizavimas yra vienas iš esminių darbo produktyvumą lemiančių veiksnių. Kadangi konkurencija rinkoje tik didėja, darbo organizavimo svarba auga, nes jis yra vienas svarbiausių sėkmingos veiklos veiksnių. Kita vertus, įmonių praktika rodo, jog darbo organizavimas ne visada yra veiksmingas produktyvumo didinimui. Tai galima paaiškinti organizacijos vadovų vadovavimo žinių, kompetencijos stygiu, ekonominių prognozių nenumatymu bei kt.

Šiuolaikinė vartotojiška visuomenė kelia didesnius reikalavimus gaminiam. Norint užtikrinti aukštą gaminių kokybę, būtina investuoti į modernią įrangą bei naujas technologijas, kurių dėka taip pat įmanoma sumažinti gamybos sąnaudas.

Darbo produktyvumą didinimą įtakoja darbuotojų kvalifikacija, jų darbo sąlygos, bei įmonės vidinė aplinka. Tik motyvuoti, turintys reikiamą kvalifikaciją bei tinkamas darbo sąlygas, darbuotojai yra suinteresuoti produkciją gaminti našiau. Sabonienė (2007) pastebi, jog produktyvumas pagal pridėtinę vertę gerai atspindi pramonės pelningumą bei darbo apmokėjimo lygį. Remiantis minėta pastarosios autorės išvalga, galima daryti prielaidą, jog augantis pramonės sektoriaus produktyvumas padidina darbo išteklių kaštus. Tačiau dėl šalies ekonominės situacijos, rinkos pokyčių, technologinių naujovių stokos darbo produktyvumą padidinti, daugiau lėšų skiriant darbo ištekliams, ne visuomet pavyksta.

Kiti pramonės veiklos bei finansiniai – rinkos dalies, plėtojimosi bei marketingo, rodikliai mokslinėje literatūroje dažniausiai pateikiami įmonės lygmeniu, tačiau juos galima pritaikyti ir pramonės sektoriaus konkurencingumo vertinimui. Mackevičius, Giriūnas ir Valkauskas (2014), įmonių veiklos efektyvumui nustatyti išskiria šiuos finansinius rodiklius:

- įmonės likvidumo ir finansinės rizikos koeficientai;
- apyvartumo ir pelningumo rodikliai;
- akcijų pelningumo ir jų rinkos vertės kitimo dinamika;
- sąnaudų dydis.

Nuolatinis finansinių rodiklių skaičiavimas bei analizavimas gali būti naudingas siekiant įvertinti esamus bei prognozuoti ateities pramonės įmonių veiklos rezultatus. Tačiau pramonės vertinimui skaičiuoti visus finansinius rodiklius nėra tikslinga, pakanka pasirinkti aktualiausius sektoriaus veiklą nusakančius rodiklius. Pelanienės ir Stalgienės (2008) teigimu, pramonės sektoriaus konkurencingumo vertinimui aktualiausi yra pelningumo bei sąnaudų dydžio, pagal išlaidų straipsnius, rodikliai. Vertėtų pritarti pastarųjų autorių nuomonei, nes būtent pelningumas nusako pramonės sektoriaus veiklos efektyvumą, kuris yra priklausomas nuo patiriamų gamybos sąnaudų.

Kiekviena pramonės šaka suinteresuota konkurencingumo užtikrinimu ne tik vietinėje, bet ir tarptautinėje rinkoje. Norint išlaikyti ir tuo pačiu padidinti konkurencingumą, mokslinėje literatūroje pabrėžiama aplinkos tyrimų svarba, kuriems atlikti naudojami plėtros rodikliai. Nors plėtros rodikliai daugiau būdingi verslo aplinkos tyrimams, tačiau juos pritaikyti konkurencingumo analizavimui taip pat įmanoma. Mokslinėse publikacijose analizuojant konkurencingumą skatinančius veiksnius, išskiriama vietos ir užsienio investicijų į atitinkamų pramonės sektorių apimčių ir jų augimo tempų išlaidų mokslinių tyrimų ir plėtros darbams, reklamai, darbuotojų mokymams bei kitų nematerialių išlaidų svarba (Stalgienė, 2009). Taigi, pramonės konkurencingumo užtikrinimui yra būtinos tiesioginės užsienio investicijos (TUI), moksliniai, rinkos tyrimai, investicijos į darbuotojus ir kt.

Be minėtų rodiklių, pramonės įmonėms svarbu analizuoti bei vertinti marketingo rodiklių teikiamą naudą. Dažniausiai išskiriami yra produktų ir paslaugų kokybinės, klientų aptarnavimo lygio, naujausių technologijų naudojimo ir produkto dizaino marketingo rodikliai (Beniušienė ir Svirskienė, 2008). Galima pridurti, kad pastarieji rodikliai yra labai svarbūs pramonės konkurencingumo didinimui, nes jie netiesiogiai rodo visos pramonės ar atskirų jos subsektorių kokybinį potencialą.

Taigi, pramonės veiklos bei finansiniai rodikliai naudingi pramonės sektorių konkurencingumo vertinimui lokaliaje ir tarptautinėje erdvėje. Tačiau konkurencingumo rodiklių vertinimas naudingas tik tuo atveju jeigu jie atitinkamai lyginami su analogiškais užsienio valstybių įmonių, šakų gautais rodiklių rezultatais, nes kitu atveju analizė nebus objektyvi ir nepateiks realios analizuojamo objekto situacijos.

Kiekvienos šalies ekonominis augimas neįmanomas be tarptautinių mainų. Tačiau šalis orientuojasi į tarptautinę rinką tik vykdant labiausiai išvystytų pramonės sektorių produkcijos mainus. Todėl svarbu nuolatos analizuoti bei vertinti atskirų šalies sektorių konkurencingumą užsienio prekybos aspektu. Pasak Sabonienės (2007), užsienio prekybos rodikliai rodo realų šalių pasiektą prekių konkurencingumo lygį. Tik sudariusi palankias, pramonės sektoriams, konkurencines sąlygas tarptautinėje erdvėje, šalis gali padidinti jos konkurencingumą kitų šalių atžvilgiu. Ekonominėje literatūroje vienas svarbiausių rodiklių, atspindinčių šalių konkurencingumą, įvardijami eksportas ir importas. Šalių bei jų pramonės sektorių konkurencingumo tarptautinėje rinkoje vertinimui, dažniausiai tiriami šie rodikliai (Sabonienė, 2007):

- eksporto ir importo rodikliai bei dinamika;

- grynosios pajamos iš užsienio prekybos;
- eksportuojamų prekių užimamos užsienio rinkos dalis;
- eksporto dalis kitų šalių eksporte;
- santykiniai atskleistojo konkurencinio pranašumo rodikliai – RCA ir RTB.

Užsienio prekybos rodikliai yra vienas iš matų parodančių šalies pramonės išsivystymą bei tobulėjimą kitų šalių atžvilgiu. Pasak Bernatonytės (2011), užsienio prekybos rezultatai rodo pramonės šakos įgytą pranašumą, sugebėjimą konkuruoti tarptautinėse rinkose. Aukštos užsienio prekybos rodiklių reikšmės yra vienas iš veiksnių skatinantis tiesiogines užsienio investicijas.

Vienas paprasčiausių bei unikaliausių pramonės konkurencingumo pranašumą vertinančių rodiklių yra eksporto ir importo apimčių rodiklis. Nors šis rodiklis dėl skaičiavimo paprastumo dažnai taikomas konkurencingumo vertinimui, tačiau jis turi tam tikrų trūkumų. Pasak Sabonienės (2007), pramonės šakų palyginimas pagal eksporto ir importo rodiklius nėra tikslus, nes priklauso nuo absoliutaus dydžio, susijusio su šaka. Kitaip tariant, šis rodiklis daugeliu atvejų rodo, kad pramonės šaka yra konkurencinga tuo atveju kai eksportas viršija importą. Tačiau toks vertinimas nėra tikslus. Pasak Sabonienės (2007), importo perteklius gali susidaryti dėl gamybos žaliavų ar įrengimų ir technologinių importo apimčių, todėl eksporto ir importo apimčių lyginimas nėra tikslus įvertinimas. Todėl norint atlikti objektyvų konkurencingumo vertinimui būtina taikyti ir kitus rodiklius.

Ekonominėje literatūroje produkto, įmonės bei pramonės sektoriaus konkurencingumo tarptautinėse rinkose vertinimui atlikti nurodomi įvairūs rodikliai, vieni iš jų – atskleistojo santykinio pranašumo rodikliai. Pramonės sektoriaus konkurencingumo analizavimui ir vertinimui atskleistojo santykinio pranašumo indekso skaičiavimo nauda yra akivaizdi. Pasak Sabonienės (2007), atskleistojo santykinio pranašumo rodiklis (RCA – Revealed comparative advantage) padeda nustatyti analizuojamos šakos tarptautinės prekybos lyginamąją dalį tarp kitų šakų. Šios metodologijos privalumas yra tas, kad empiriškai įvertinami pramonės sektoriaus rezultatai palyginami su didesnio ekonominio regiono rodikliais, kurie pateikia realią subjekto konkurencinę situaciją rinkoje.

Vertinant atskleistojo santykinio pranašumo teoriją Bruneckienė pateikia kiek kitokią nuomonę. Pasak Bruneckienės (2010), atskleistojo santykinio pranašumo indeksas (RCA) yra labiau skirtas atskleisti tarptautinėse ir vietinėse rinkose sėkmingiausiai konkuruojančias prekių grupes, o ne bendrą regiono, šalies ar pramonės konkurencingumą. Nors atskleistojo santykinio pranašumo rodiklis (RCA) apskaičiuotas visos šalies, pramonės šakos mastu nėra toks informatyvus ir tikslus, koks gali būti prekių grupių, tačiau jo skaičiavimo nauda šalies ar pramonės šakos konkurencingumo vertinimui išties yra didelė.

Vis dėlto, nepaisant pastarosios autorės nuomonės, atskleistojo santykinio pranašumo rodiklis (RCA) yra unikalus – tinkamas nustatyti ne tik prekių grupės, įmonės ar pramonės šakos, bet ir šalies konkurencinį pranašumą prieš kitas valstybes. Kaip teigia Liučvaitienė ir Peleckis (2011), atskleistojo

santykinio pranašumo rodiklis (RCA) leidžia nustatyti, ar kurios nors šalies ūkis turi galimybių lyginant su kitomis tos šalies ūkio šakomis įsitvirtinti tarptautinėje rinkoje. Kitaip tariant, atskleistojo santykinio pranašumo rodiklio (RCA) dinamika atskleidžia įmonės, pramonės sektoriaus galimybes bei grėsmes tarptautinėje rinkoje.

Originali atskleistojo santykinio pranašumo indekso formulė pagal Balassa (1965) yra:

$$RCA_{ij} = \frac{X_{ij} / X_{rj}}{X_{is} / X_{rs}} \quad (1)$$

Kur: X – eksportas;

t – prekė;

j – šalis;

r – prekių grupė;

s – šalių grupė.

Indekso reikšmių intervalai:

1. $RCA > 1$. Ši indekso reikšmė rodo, kad tam tikros prekės viso šalies eksporto dalis yra didesnė už atitinkamą jos dalį analizuojamoje šalių grupėje. Kitaip tariant, šalis specializuojasi tos prekės eksporte ir turi santykinį pranašumą tiriamosios bazės atžvilgiu.

2. $RCA = 1$. Ši rodiklio reikšmė rodo, kad šalis turi neutralų santykinį pranašumą, t. y. šalies padėtis rinkose yra artima vidutinei kitų tiriamosios bazės šalių padėčiai.

3. $RCA < 1$. Ši indekso reikšmė rodo, kad šalies padėtis tam tikros prekės eksporto rinkose yra žemesnė, lyginant su vidutiniu lygiu.

Apibendrinant galima teigti, kad atskleistojo santykinio pranašumo indeksas (RCA) strateginiu požiūriu yra tinkamas kiekybiniam tyrimams, siekiant įvertinti būklę konkrečiu momentu, arba tam tikram laikotarpiui. Tačiau šio indekso esminis trūkumas – jis neleidžia įvertinti konkurencinio pranašumo šaltinių, bei neatskleidžia visa tai lėmusių veiksnių.

Norint pagilinti analizuojamo subjekto analizę dažnai, be pastarojo, yra skaičiuojamas santykinis prekybos balansas (RTB – relative trade balance). Šis indeksas apskaičiuojamas pagal formulę:

$$RTB = \frac{X_i - M_i}{X_i + M_i} \quad (2)$$

Kur: X_i – eksporto dydis;

M_i – importo dydis.

Santykinis prekybos balanso indeksas kinta nuo $-1 \leq RTB \leq 1$. Indekso reikšmė tam tikru analizuojamu laikotarpiu rodo eksporto ir importo santykinio pasikeitimo gerėjimo arba blogėjimo tendencijas kitų analizuojamų šalių atžvilgiu. Aukšta ir teigiama RTB indekso reikšmė rodo stiprų analizuojamo objekto konkurencingumą.

Reziumuojant galima teigti, jog užsienio prekybos rodiklių analizavimo svarba pramonės sektorių konkurencingumui yra labai didelė. Užsienio prekyba yra svarbiausias prekių mainų būdas pasaulyje, todėl būtina analizuoti bei vertinti pastaruosius rodiklius siekiant padidinti šalies pramonės konkurencingumą tarptautinėje rinkoje.

2.2.3. Šalies konkurencingumo vertinimas

Pramonės konkurencingumo stiprinimui, lokaliaje ir tarptautinėje rinkoje, užsienio šalių investicijos yra vienas iš labiausiai efektyvumą įtakojančių veiksnių. Kaip teigia Šeputienė ir Brazauskienė (2013), konkurencinga yra ta šalis, kurioje įmonės ir žmonės nori investuoti, įsikurti ir kuri vykdo politiką, padedančią didinti produktyvumą.

Šaliai siekiant pritraukti užsienio šalių investicijas, būtina tarptautinėje rinkoje save reprezentuoti kaip ekonomiškai patrauklią ir sudarančią tinkamas konkurencines sąlygas verslui plėtoti, šalį. Mokslinėje literatūroje šalies patrauklumą nusakančių vertinimo metodikų pateikiama labai daug. Tarptautinės organizacijos, tokios kaip: Pasaulio bankas, Pasaulio ekonomikos forumas, Ekonominio bendradarbiavimo ir plėtros organizacija, Tarptautinis vadybos plėtros institutas ir kitos organizacijos, viešai pateikia šalių konkurencingumo vertinimus, kuriais remiantis investuotojai svarsto į kurią šalį perkelti turimą kapitalą yra efektyviausia. Navickas (2010), Sekliuckienė ir Repečkienė (2014) universaliausiais bei dažniausiai praktikoje taikomais investuotojų pasirinkimą nulemiančiais metodais nurodo:

- Pasaulio ekonomikos forumo pasaulinio konkurencingumo vertinimo indeksas (angl. Global Competitiveness Index, GCI);
- Pasaulio banko ir Tarptautinės finansų korporacijos „Doing Business“ verslo sąlygų palankumo indeksas.

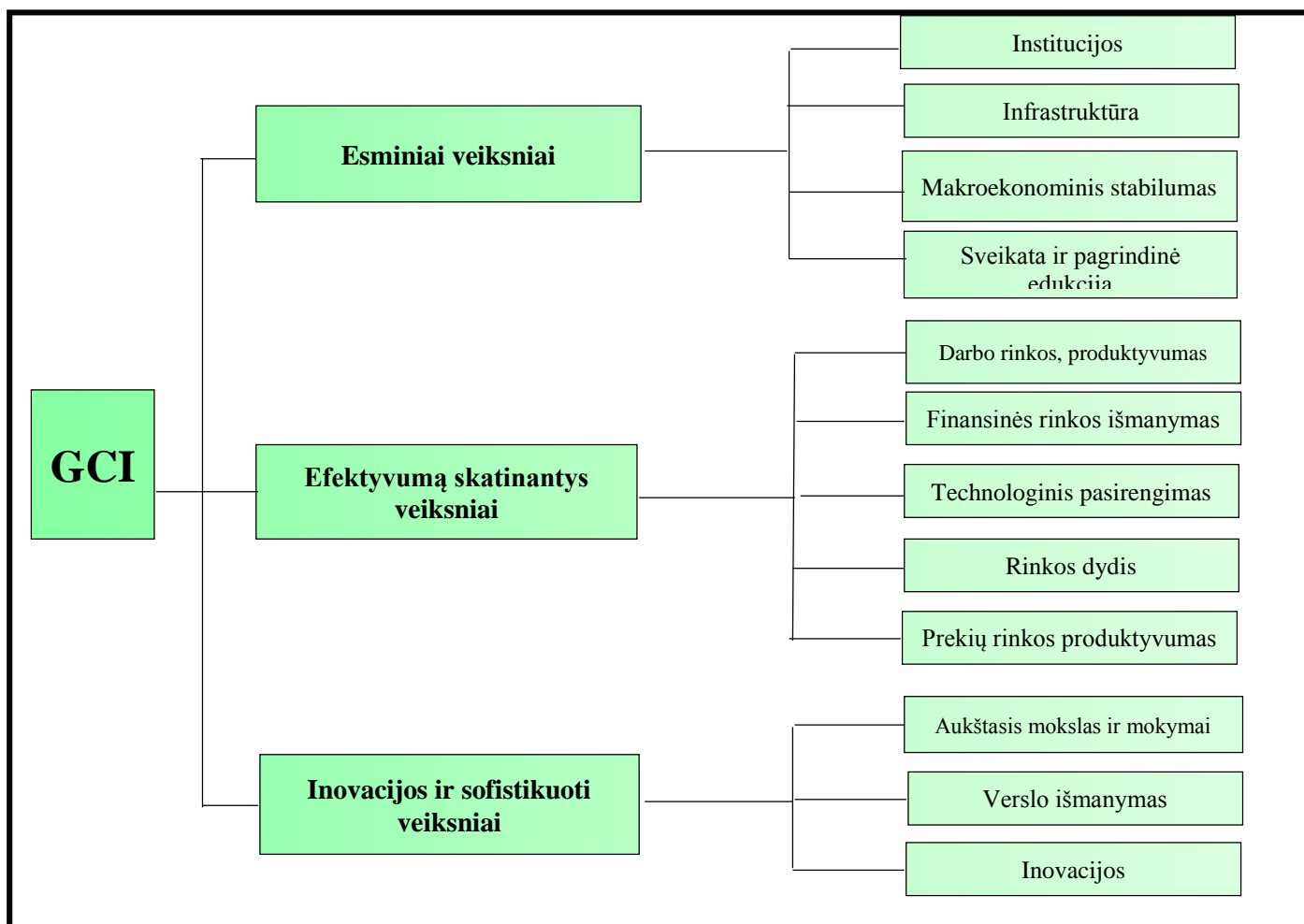
Vienas geriausiai žinomų pasaulinio konkurencingumo vertinimo centrų yra Pasaulio ekonomikos forumas (angl. World Economic Forum). Šis forumas veikia kaip nepriklausoma tarptautinė organizacija, kuri siekia sujungti politikos ir verslo lyderių pastangas plėtojant tarptautinę bei vietinę ekonomiką (Navickas, 2010).

Pasaulio ekonomikos forumas kiekvienais metais pateikia Pasaulio konkurencingumo ataskaitą. Pasak Weymouth ir Feinberg (2011), Pasaulio ekonomikos forumo parengtos konkurencingumo ataskaitos yra dažniausiai cituojamos, lyginant su kitais konkurencingumo vertinimais (cit. iš Šeputienė ir Brazauskienė, 2013). Tai rodo, jog šios ataskaitos turi didelį poveikį pritraukiant užsienio šalių investicijas taip užtikrinant konkurencingumo augimą tam tikrame objekte.

Analizuojant Pasaulio ekonomikos forumo ataskaitą pastebėta, kad joje pateikiami duomenys bei išvalgos apie valstybių ekonomikos produktyvumą ir gerovę. Pastarojoje ataskaitoje duomenų pateikimui naudojamas globalaus konkurencingumo indeksas (GCI), kitaip dar vadinamas augimo

konkurencingumo indeksu. Pasak Navicko (2010), šis indeksas nusako sąlyginę nacionalinių ekonomikų poziciją konkurencingumo aspektu kitų šalių ekonomikų kontekste. Vasiliauskaitė ir Stankevičius (2012) šią sąvoką kiek praplečia išskiriant šio rodiklio vertinimą ir šalies piliečių aspektu. Pasak pastarųjų autorių, GCI rodo ne tik šalies ekonomikos lygį kitų analizuojamų valstybių kontekste, bet ir nacionalinės ekonomikos augimo bei klestėjimo perspektyvas (Vasiliauskaitė ir Stankevičius, 2012). Aukštesnė šio indekso reikšmė rodo šalies ekonomikos augimą pasireiškiantį ne tik ekonomikos pagyvėjimu, bet ir gyventojų gerovės padidėjimu.

Siekiant nustatyti šalies globalaus konkurencingumo indeksą (GCI) būtina atsižvelgti į tam tikrus veiksnius, kurie veikia kiekvienos šalies ekonomiką. Sekliuckienė ir Repečkienė (2014) globalaus konkurencingumo indeksą (GCI) skirsto į tris kategorijas, kurios detalizuojamos į 12 subkategorijų (žr. 12 pav.). Pasak Šeputienės ir Brazauskienės (2013), GCI komponentų detalus skirstymas į dvylika ekonominio konkurencingumo veiksnių leidžia įvertinti konkurencingumą ne tik kaip rezultatą, bet ir kaip procesą.



12 pav. Globalaus konkurencingumo indekso sudėtis (sudaryta autorės pagal Sekliuckienė ir Repečkienė, 2014)

Globalaus konkurencingumo indekso detalumas rodo, jog šalis vertinama ne tik pagal bendruosius ekonominius rodiklius, bet ir gyventojų gerovės augimu. Pastebima, kad šalies ekonomikos konkurencingumo lygio vertinimas globalaus konkurencingumo indeksu (GCI) apima esmines sritis ir veiksnius, kurie turi poveikį ekonomikos stabilumui, darbo ir finansų rinkai, infrastruktūrai, technologiniam lygiui ir kita. Tačiau silpnose, besivystančiose valstybėse indekso rezultatai gali informuoti investuotojus apie nepakankamą šalies atvirumo lygį, taip stabdant investicijas į šalį.

Globalaus konkurencingumo indeksas kaip ir dauguma kitų indeksų turi trūkumų. Šis indeksas kritikuotinas dėl šalies ekonomikos plėtojimuisi svarbių veiksnių: šalyje veikiančių įmonių bei ūkio šakų efektyvumas, žmogiškasis kapitalas, rinkos dydis, atvirumas, ignoravimo (Sekliuckienė ir Repečkienė, 2014). Remiantis tuo iškyla abejonės dėl GCI indekso tinkamumo šalies konkurencingumui vertinti, todėl tikslinga analizuoti ir kitus šalies patrauklumą investuotojams nusakančius modelius.

Be GCI indekso investuotojai kitų šalių patrauklumą linkę vertinti pagal verslo sąlygų palankumo indeksą. Kitaip nei GCI, verslo sąlygų palankumo indeksas mokslinėje literatūroje vertinamas mikroekonominiu bei nacionalinio konkurencingumo aspektu. Pasak Sekliuckienės ir Repečkienės (2014) šis indeksas padeda įvertinti verslo riziką. Kai tuo tarpu GCI šios galimybės nesuteikia.

Tarp globalaus konkurencingumo indekso ir verslo sąlygų palankumo indekso vertinimo metodų išskiriama nemažai skirtumų. Pasak Sekliuckienės ir Repečkienės (2014), Pasaulio banko vertinimo indeksas remiasi kiekybine duomenų apdorojimo metodika, o Pasaulio ekonomikos forumo – faktiniais duomenimis, bei jų tarpusavio lyginimu ir vertinimu.

Reziumuojant galima teigti, kad norint pritraukti užsienio šalių investicijas yra tikslinga analizuoti šalies konkurencingumo indeksus, siekiant juos pagerinti. Šalia globalaus konkurencingumo indekso naudinga analizuoti „Doing Business“ verslo sąlygų palankumo indeksą. Pastarasis papildo konkurencingumo augimo indeksą, jį papildant šalies įmonių bei verslo aplinkos vertinimu. Taigi, globalaus konkurencingumo ir „Doing Business“ verslo sąlygų palankumo indeksai sudaro galimybę pateikti objektyvią šalies ekonominę situaciją investuotojams.

2.3. SSGG (SWOT) analizės nauda

Pasaulinėje praktikoje įmonių, regionų bei sektorių konkurencinių pranašumų rinkoje nustatymui neretai taikomas SSGG metodas. Lietuvos autorių literatūroje šis metodas įvardijamas kaip SSGG arba SWOT analizė (Vasiliauskas, 2007; Jucevičius ir Kriauciūnienė 2012). Nors šis metodas vertinamas įvairių autorių gan įvairiai tačiau jo esmė išlieka ta pati. Šis metodas atspindi analizuojamo subjekto stiprybes, silpnybes, galimybes ir grėsmes.

Mokslinėje literatūroje SSGG metodas dažniausiai analizuojamas įmonės lygmeniu. Pasak Vasiliausko (2007), SSGG analizė apibendrina ir sujungia išorinės aplinkos ir išteklių analizės rezultatus, suklasifikuojant organizacijos strategiją lemiančius veiksnius į keturias grupes: stiprybes,

silpnybes, galimybes ir grėsmes. Pažymėtina, kad siekiant tinkamai įvertinti įmonės veiklą veikiančius veiksnius, dėmesį reikia sutelkti į konkretų segmentą, kurioje įmonė veikia, tai sudarytų sąlygas nustatyti įmonės silpnybes bei stiprybes konkurentų atžvilgiu. Tačiau vien to nepakanka. Pasak Simanavičienės ir kt. (2013), siekiant tinkamai vertinti tam tikro subjekto veiklą svarbu nesiremti pasenusia informacija bei susiaurinti naudojamus elementus. Akivaizdu, SSGG analizė duos rezultatų tik tuomet, jeigu ji bus atlikti remiantis dabartine ir teisinga informacija.

Nors praktiškai SSGG analizės metodas dažniausiai taikomas įmonių konkurenciniai situacijai analizuoti, tačiau šį metodą galima pritaikyti ir pramonės veiklos vertinimui. Kaip teigia Simanavičienė ir kt. (2013), SSGG analizė sudarinėjama ne tik tam tikrai įmonei, bet ir konkurentams ar atskiroms rinkoms. Pasak Sabonienės (2007), SSGG analizė – tai sektoriaus konkurencingumą įvertinantis ir apibendrinantis metodas. Taigi, SSGG analizė suteikia galimybę įvertinti sektoriaus konkurencinį pranašumą, kurį parodo stipriosios savybės bei galimybės, o silpnybės ir grėsmės siejasi su pranašumo silpnėjimu arba praradimu.

Pagrindinis mokslininkų siūlymas rengiant SSGG analizę yra vengti pernelyg didelės detalizacijos ir nesistengti aptarti kiekvieną susijusį elementą. David (1998) siūlo sektoriaus ar įmonės stipriąsias, silpnąsias savybes, galimybes ir grėsmes vertinti, pasitelkus matricą (cit. iš Sabonienė, 2007). SSGG analizės matrica pateikiama 4 lentelėje.

4 lentelė. SSGG (SWOT) analizės matrica (Sabonienė, 2007, p. 39)

| | Stiprybės (S) | Silpnybės (W) |
|----------------------|--|--|
| Galimybės (O) | Stipriųjų savybių naudojimas galimybėms realizuoti | Silpnųjų savybių šalinimas naudojantis galimybėmis |
| Grėsmės (T) | Stipriųjų savybių naudojimas pavojams išvengti | Silpnųjų savybių stiprinimas |

Matricoje pateikiama keturios strateginių veiksnių alternatyvos, kurias pritaikius galima prognozuoti bei pagerinti analizuojamo subjekto veiklos rezultatus. Mokslinėje literatūroje išskiriamos šios alternatyvų strategijos:

- *Stiprybių – galimybių strategijos.* Jose naudojamos stiprybės siekiant gauti naudos iš galimybių. Pasak Tasica (2011), tai max – max tipo strategijos, kurios sujungia palankiausias elementus. Šią alternatyvią strategiją galima pritaikyti pramonės sektoriui siekiant gauti naudos iš išorinių galimybių. Tokia sektoriaus politika vietinėje ir tarptautinėje rinkoje paskatintų veiklos dinamiškumą įgyjant konkurencinį pranašumą prieš kitus rinkos veikėjus.

- *Stiprybių – grėsmių strategijos.* Šiose strategijose naudojamos stiprybės siekiant išvengti arba kiek įmanoma sumažinti grėsmes. Stiprybių – grėsmių strategijos dar kitaip įvardijamos kaip gynybos strategijos, tačiau tikslingai įvertinus vidinių ir išorinių jėgų santykį jos gali būti paverstos puolimo strategijomis (Tasica, 2011).

- *Silpnųjų – galimybių strategijos*. Jomis siekiama sumažinti silpnųjų poveikį naudojantis galimybių privalumais (Tasica, 2011). Kitaip tariant, vidinės silpnybės sujungiamos su išorinėmis galimybėmis.

- *Silpnųjų – grėsmių strategijos*. Šiomis strategijomis alternatyvomis siekiama panaikinti silpnas ir sumažinti grėsmių poveikį (Tasica, 2011). Mokslinėje literatūroje jos įvardijamos kaip gynybos strategijos, kurios naudojamos tais atvejais, kai siekiama išvengti nuostolių bei padidinti konkurencinį pranašumą.

Reziumuojant galima teigti, kad SSGG analizė naudinga įmonių ir pramonės sektorių konkurenciniai situacijai rinkoje analizuoti ir prognozuoti. Remiantis gautais analizės rezultatais įmanoma padidinti analizuojamo subjekto konkurencinį pranašumą pasinaudojant stipriosiomis savybėmis bei galimybėmis, silpnosioms savybėms ir grėšiančioms grėsmėms išvengti.

2.4. Pramonės sektoriaus konkurencingumo didinimas globalioje rinkoje

Globalizacijos sąlygomis kiekviena šalis įsilieja į pasaulinės integracijos procesus. Besivystančioms šalims pritaikant išsivysčiusių šalių patirtį, technologines naujoves įmanoma sušvelninti valstybių ekonominius skirtumus. Taigi, globalizacijos procesai stipriai įtakoja šalies pramonės sektorių konkurencingumą ir rinkų plėtrą. Siekiant išlikti konkurencinga šalimi tarptautinėje rinkoje būtina numatyti galimas šalies ekonomikos konkurencingumo didinimo galimybes.

Nuolatinis pramonės sektorių konkurencingumo didinimas, ekonominės globalizacijos ir tarptautinio atvirumo aplinkoje, yra vienas iš pagrindinių kiekvienos šalies ekonominės politikos uždavinių. Pasauliniu mastu, vykstantis ekonomikos globalizacijos didėjimo procesas skatina vis daugiau dėmesio skirti šalies pramonės sektorių konkurencingumo didinimui, norint išlikti agresyvioje tarptautinėje konkurencinėje rinkoje.

Veiksnių nusakančių tarptautinį konkurencingumą diapazonas mokslinėje literatūroje ganėtinai platus. Mokslininkai konkurencingumo didinimui pateikia įvairius tiesiogiai jį įtakančius veiksniai (žr. 5 lentelę).

5 lentelė. Konkurencingumo didinimo veiksniai (sudaryta autorės)

| Autoriai | Veiksniai |
|---|--|
| Garelli (2005) (cit. iš Sabonienė, 2007) | Ekonomikos veikimas, verslo, valstybės efektyvumas ir infrastruktūra |
| Sabonienė (2007) | Gamybos kaštų ekonomija, žmogiškieji ištekliai, technologija ir inovacijos, infrastruktūra, klasterizacija |
| Beniušienė ir Svirskienė (2008) | Žmogiškasis kapitalas, inovacijos, technologijos, produkto kaina ir/ ar išskirtinumas |
| Anisimovaitė ir Marcišauskienė (2008) | Technologinė pažanga, jungimasis į klasterius, inovacijos |
| Banytė ir Salickaitė (2008), Valodkienė ir Snieška (2011) | Inovacijos |
| Čegyė ir Miečinskienė (2009), Bernatonytė (2011) | Tiesioginės užsienio investicijos |

Konkretingumą analizuojant įvairiais aspektais vis dažniau pabrėžiama inovacijų, kaip vieno iš pagrindinių konkurencingumą didinančių veiksnių, svarba. Banytė ir Salickaitė (2008) pateikia klasikini požiūrį į inovacijas, kuriam būdingas pramonės produkcijos gerinimo procesas, bei produkto inovatyvumas siekiant padidinti konkurencingumą. Pasak Valodkienės ir Snieškos (2011), inovacija yra visaapimantis ir nuolat vykstantis procesas, inovacijos gali pasireikšti visose veiklos srityse priklausomai nuo kiekvienos veiklos srities personalo kompetencijos bei tikslų. Bendrąja prasme inovaciją galima apibrėžti kaip tikslingą ir pažangų seno pakeitimą nauju, siekiant gauti didesnės naudos ateityje.

Konkretingumo ir inovacijų interpretacijos yra ištis įvairios, tačiau esminiai jų siekiai yra bendri. Inovacinė veikla ir konkurencingumas glaudžiai siejami Hughesu (2004), akcentuojant įmonių veiklos reikšmę visos nacionalinės pramonės konkurencingumui, analizuojant realias ir potencialias įmonių galimybes esamomis sąlygomis kurti, gaminti ir parduoti prekes ir paslaugas (cit. iš Slavickas, Toločka ir Zabelavičienė, 2011). Kitaip tariant, nacionalinės pramonės konkurencingumas tiesiogiai priklauso nuo inovacinės veiklos diegimo pramonės šakų įmonėse.

Mokslinės literatūros analizė rodo, kad konkurencingumas ir ekonomikos augimas vis dažniau siejamas su inovacijų sklaida. Kaip teigia Laurinaitytė (2015), inovacijos yra ekonomikos augimo ir socialinės gerovės užtikrinimo variklis: technologijų, gaminio, organizacijos, rinkodaros ir proceso inovacijos sukuria didesnę vertę jų kūrėjams ir geriau patenkina vartotojų poreikius. Pogosian ir Dzemyda (2012), inovacijų svarbą vertina įmonės lygmeniu, kaip ir pastaroji autorė, teigdami, jog inovacijų taikymas yra vienas iš sėkmę lemiančių veiksnių. Taigi, efektyvus inovacijų diegimas gali padėti išspręsti pramonės įmonėse kylančias problemas, modernizuoti bei keisti veiklos struktūrą ir žinoma – didinti konkurencingumą.

Pateiktos autorių nuomonės dar kartą įrodo, jog dabartinėmis globaliomis rinkos sąlygomis užtikrinti šalies pramonės įmonių konkurencingumą vienas iš būdų yra inovacijos. Valodkienė, Snieška ir Gaidelis (2011), pramonės įmonių veikloje, inovacijas sieja su nauja produkcija, naujomis gamybos,

medžiagų, žaliavų technologijomis, naujais žaliavų bei medžiagų šaltiniais, nauja gamybos linijų įranga, bei jos realizavimo kanalais, naujomis įmonių veiklos organizavimo formomis. Galima pastebėti, jog pramonės įmonių inovacijos, kitaip nei atskirų ūkio subjektų, labiau orientuotos į produkciją, technologinį procesą bei paskirstymo kanalus.

Inovacijų nauda pramonės konkurencingumo didinimui yra išties akivaizdi. Kaip teigia Dapkus (2012), inovacijos daro didelę įtaką įmonių, pramonės sektorių bei šalies našumui, todėl jos yra svarbiausias ekonominio augimo veiksnys. Tačiau, pasak Giedraičio (2014), dėl inovacijų srities daugiaaspektiškumo ir dinamiškumo sudėtinga priimti galutinę išvadą, kiek inovacijos nulemia pramonės konkurencingumą. Nors daugelis mokslininkų inovacijas įvardija kaip esminį konkurencingumo didinimo veiksnį, tačiau vertėtų pabrėžti tai, jog ne kiek pati inovacija, o kiek jos specifiškumas bei pritaikymo tikslingumas yra pažangos veiksnys.

Inovacijas vertinti tik kaip pranašumo veiksnį nėra tikslinga, jos – ilgalaikio gyvavimo rinkoje užtikrinimo veiksnys. Kaip teigia Beniušienė ir Svirskienė (2008), šiuo metu rinkos susiduria su technologijų internacionalizacijos konkurencija, gamybos globalizacija dėl greitesnių žaliavų ir pinigų srautų, poreikiu siekti didesnės technologijų integracijos. Todėl tik inovacijomis grįsti sprendimai gali užtikrinti konkurencingumo augimą ateityje.

Inovacijos glaudžiai persipynę su kitu konkurencingumą didinančiu veiksniu – technologine pažanga. Visuotinai pripažįstama, kad svarbiausi produktyvumo, gamybos apimtys didėjimo veiksniai yra naujų technologijų bei inovacijų kūrimas ir platinimas (Ramanauskienė, 2010). Pasak Sabonienės (2007), Sekliuckienės ir Repečkienės (2014) technologinė pažanga – tai naujų technologijų kūrimas ir taikymas įvairiose sferose. Kitaip tariant, technologinę pažangą sąlygoja techninių inovacijų plėtra. Pasak Samuolio (2008), inovacinės veiklos plėtojimas ir aktyvinimas suteikia galimybę įvairiapusiškai modernizuoti gamybos ir paslaugų teikimo struktūras, kurti naujus ir tobulinti gaminamus produktus, naudojamas technologijas tuo pat metu didinant jų tarptautinį konkurencingumą. Taigi, technologiniai pažangai plėtoti neabejotinai reikalingos inovacijos, be kurių pasiekti aukštą pramonės konkurencingumo lygį tarptautinėje rinkoje yra neįmanoma.

Technologinės pažangos nauda pramonės sektorių konkurencingumo didinimui yra akivaizdi. Nuolatinis technologijų atnaujinimas, esamos tobulinimas leidžia išlaikyti ir didinti pramonės įmonių konkurencingumą. Technologinių naujovių diegimas sudaro sąlygas pramonės įmonėms teikti rinkai naujus gaminius, sumažinti kaštus, tobulinti produktų gamybos procesą, kurie sąlygoja ne tik pramonės sektorių darbo produktyvumo, bet ir jų pelningumo didėjimą.

Nors inovacinės ir technologinės programų diegimas yra vienas iš svarbiausių pramonės konkurencingumo veiksnių, tačiau praktikoje jų diegimas sukelia daug problemų. Remiantis Sabonienės (2014), atliktais kokybiniais tyrimais, pastebėta, jog Lietuvos pramonės įmonės siekdamos padidinti konkurencingumą inovacijų ir technologinės plėtros priemonėmis susiduria su šiomis problemomis:

- dideli inovacijų kūrimo kaštai;
- įmonių uždarumas ir bendradarbiavimo su inovacijų partneriais stoka;
- žmogiškųjų išteklių kuriančių inovacijas nepakankamumas;
- inovatyvių prekių ir paslaugų paklausos neapibrėžtumas;
- neišplėtota technologinė bazė.

Pastarieji veiksniai įrodo, jog inovacijų ir technologinės plėtros priemonių diegimas pramonės įmonėse yra sudėtingas. Jis priklauso ne tik nuo pramonės sektoriaus galimybių, bet kur kas daugiau – visos šalies ekonominės situacijos.

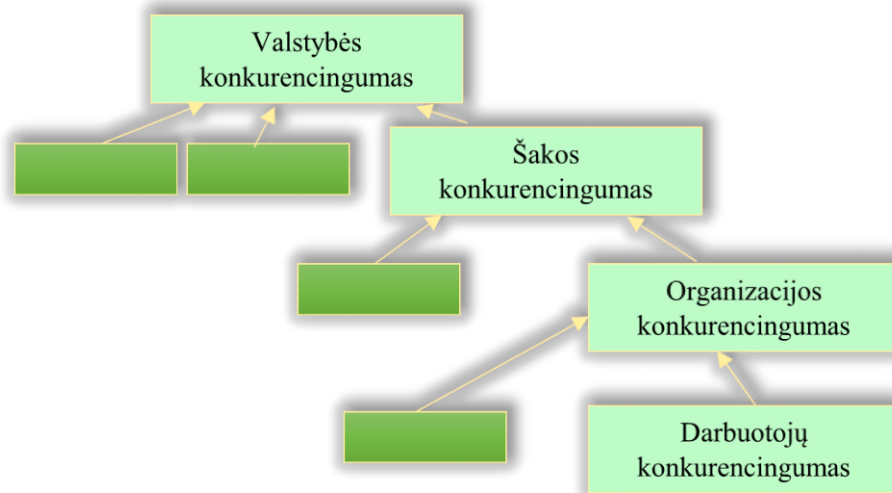
Pramonės sektorių konkurencingumo didinimas sietinas dar su vienu veiksniumi – investicijomis. Pasak Tomaševič ir Mackevičiaus (2010), investicijų didinimas į šalies ūkį yra viena iš veiksmingiausių priemonių, skatinanti ne tik bendrą ekonomikos augimą, bet ir prisidedant prie struktūrinių permainų, kurių dėka ekonomikos augimo tempai įgautų stabilumą. Tai rodo, jog investicijos yra reikšmingos šalies pramonės sektorių ekonominiai plėtrai bei visuomenės gerovei palaikyti. Jų dėka pramonės sektoriuose diegiamos modernios technologijos, sukuriama naujų darbo vietų, keliama darbuotojų kvalifikacija bei formuojami nauji darbo įgūdžiai. Investicijos lemia šalies pramonės sektorių galimybes prisidėti prie visos šalies ekonominio augimo ir plėtros, gerinant vietinių įmonių veiklos efektyvumą.

Remiantis mokslininkų atliktais rinkos tyrimais – investicijos yra labai brangus konkurencingumo didinimo veiksnys, kuris dažniausiai reguliuojamas šalies vyriausybės. Pasak Melniko (2014), kiekviena šalis reguliuoja bei nukreipia investicijas į tas šakas, kurios labiausiai jų stokoja. Taigi, nors šalys nėra pajėgios užtikrinti visų pramonės sektorių aukštą efektyvumo lygį, tačiau sumažinti jų atsilikimą panaudojant investicijas tikrai įmanoma.

Globalioje rinkoje dėl santykinai didelių gamybos kaštų vienoje šalyje investuotojai linkę dalį kapitalo perkelti į kitą šalį. Kitų šalių kapitalo srantai teigiamai įtakoja šalies, į kurią investuojama ekonomiką. Pasak Laskienės (2010), tiesioginės užsienio investicijos įgalina sumažinti kapitalo ir kitų strateginių išteklių trūkumą, padidina galimybę greičiau pereiti prie pažangių technologijų, parengti ir įgyvendinti sudėtingus projektus. Taigi, tiesioginės užsienio investicijos suteikia galimybę padidinti ne tik šalies pramonės sektorių konkurencinį pranašumą, bet ir šalies ekonomikos augimą.

Mokslininkų publikacijose konkurencingumo didinimui vis dažniau akcentuojama žmogiškojo kapitalo įtaka. Snieška ir Drakšaitė (2007), Kumpikaitė ir Rupšienė (2008) pripažįsta darbuotojus kaip pagrindinį išteklių, kurio efektyvus panaudojimas padidina pramonės šakos konkurencingumą. Tik motyvuotas, turintis visas reikalingas medžiagas ir priemones darbui atlikti, darbuotojas sukurs didesnę pridėtinę produkcijos vertę. Pasak Valodkienės ir Snieškos (2012), žmogiškojo kapitalo ištekliai šiuo metu yra vienas pagrindinių ramsčių, palaikančių šalies ekonominį augimą taip pat ir konkurencingumą, žiniomis grįstame pasaulyje. Tai dar kartą patvirtina, jog šalies, pramonės sektorių konkurencingumo augimas tiesiogiai priklauso nuo aukštos kvalifikacijos darbuotojų.

Žmogiškųjų išteklių svarba, nuožmioje konkurencinėje rinkoje, įgyja vis didesnę reikšmę. Kaip teigia Gottschalg ir Zollo (2007), žmogiškieji ištekliai kitaip nei materialusis turtas, kuris nėra unikalus ir pastovus, juos sunku imituoti ar perimti, jie susiję su specializacija ir taktinėmis žiniomis (cit. iš Beniušienė ir Svirskienė, 2008). Galima teigti, kad aukštas darbo jėgos išsilavinimo lygis šalyje, suteikia galimybę didinti pramonės sektoriuje konkurencinį pranašumą. Pasak Jurevičienės ir Komarovos (2010), dalis individo turimų žinių (kompetencijos), naudojamų darbe, didina organizacijos konkurencingumą, o kuo daugiau konkurencingų organizacijų, tuo konkurencingesnė ūkio šaka ir pati valstybė. Pastarųjų glaudžiai susijusių veiksnių ryšys pateikiamas 13 pav.



13 pav. Valstybės ir darbuotojų sąsajos (Jurevičienė ir Komarova, 2010)

Valstybės ir darbuotojų sąveikia pateikta 13 paveiksle perteikiama per įmonių ir sektorių konkurencingumo tarpines grandis, kurioje darbuotojai yra žemiausia pakopa. Tai rodo, jog siekiant padidinti šalies, pramonės ar organizacijos konkurencingumą, visų pirma, reikia dėmesį skirti žemiausios pakopos – darbuotojų, konkurencingumo stiprinimui ir gerinimui.

Clulow (2007) teigimu, pramonės įmonių konkurencingumas labiau lemiamas nematerialaus nei materialaus turto (cit. iš Beniušienė ir Svirskienė, 2008). Tačiau pastarojo autoriaus nuomonė nėra visiškai teisinga, ji daugiau tinkama išsivysčiusių šalių pramonės konkurencingumui analizuoti, nes besivystančiose šalyse jaučiamas kvalifikuotos darbo jėgos trūkumas, todėl pageidaujamas didesnis materialaus turto poreikis.

Mokslinėje literatūroje vis plačiau analizuojama klasterių įtaka pramonės sektorių gamybos produktyvumo didinimui bei konkurencingumo užtikrinimui. Sabonienė (2007), Simanavičienė ir kt. (2007), klasterius įvardija kaip pagal geografinį principą sukongcentruotų, sąveikaujančių, vykdančių bendrą veiklą ir savo specifine veikla papildančių viena kitą pramonės šakų, vietos tiekėjų, mokslo institucijų ir kitų organizacijų sistemą. Tokie ryšiai gali kuo puikniausiai aprūpinti pramonės šakos įmones būtinomis žaliavomis, įranga bei technologija, naujausios informacijos gavimu, verslo idėjomis ir inovacijomis.

Pramonės šakų ir susijusių įmonių jungimasis į klasterius yra vienas iš būdų stiprinti bei efektyvinti veiklą. Pasak Sabonienės (2007) veiklos pasidalijimas skatina plėtoti bendras technologijas, gamybos procesus, marketingo bei aptarnavimo paslaugas. Šių veiksnių dėka yra galimybė sukurti stiprią konkurencinę bazę pramonės sektoriams tarptautinėje rinkoje. Plačiau klasterizacijos įtaka pramonės veiklai analizuojama kitame poskyryje.

Daugelyje šalių pramonė yra vienas iš pagrindinių ekonomikos ramsčių, todėl vyriausybės vaidmuo formuojant ir vykdant pramonės politiką yra labai svarbus. Kiekvienos šalies pramonės sektoriai yra įtakojami konkurencinės, geografinės aplinkos, darbuotojų kvalifikacijos bei konkurencinės politikos, kurią formuoja šalių vyriausybės. Kaip teigia Asiminovaitė ir Marcišauskienė (2008), šalies vyriausybės vykdoma investicijų ir inovacijų politika turi užtikrinti ūkio sektorių plėtros programų įgyvendinimą ir sudaryti sąlygas, skatinančias gaminti naujus produktus, parengti teisinę bazę, darbo saugos reikalavimams užtikrinti. Taigi nuo šalies vykdomos politikos bei konkurencijos sudarymo sąlygų priklauso pramonės sektorių efektyvumas.

Kita vertus, vyriausybės vaidmuo, siekiant sudaryti palankias sąlygas aukštam šalies pramonės įmonių konkurencingumui, turi būti saikingas. Kaip teigia Lerner (2010), valstybės įsikišimas stimuliuoti ekonomiką per pastaruosius metus tapo rutina (cit. iš Valodkienė ir Snieška, 2012). Tačiau tik vyriausybės vykdoma politika, su tam tikromis priemonėmis, gali sušvelninti konkurencinės rinkos trūkumus išvengiant pramonės sektorių konkurencingumo mažėjimo tendencijos ateityje.

Šalies vyriausybės priima įvairius sprendimus pramonės sektorių konkurencingumo klausimais, kurie siejami su pramonės veiklos plėtra. Atlikus mokslinės literatūros analizę, nustatyta, kad šalių vyriausybės, formuodamos pramonės politiką, siekia šių tikslų:

- skatinti mokslo tyrimų ir naujų technologijų diegimą;
- skatinti naujo verslo kūrimąsi;
- parengti techninius standartus;
- nustatyti pramonės struktūros pokyčių tendencijas;
- neefektyvių pramonės šakų numatymas;
- užimtumo lygio išlaikymas ir kt.

Kaip pastebima, vyriausybės taikomų priemonių diapazonas yra labai platus. Vienos iš dažniausiai šalies taikomų priemonių yra tarifai ir kvotos, keitimo kursų bei kredito politikos, kainų kontrolė, licencijos, techniniai standartai ir kitos reguliavimo priemonės.

Reziumuojant galima teigti, kad siekiant padidinti pramonės konkurencingumą būtina nuolatos analizuoti šalį ir tarptautinę rinką veikiančius veiksnius taip prisitaikant prie kintančių rinkos sąlygų. Svarbu sudaryti tinkamas sąlygas inovacijų diegimui, technologinei pažangai, užtikrinti kvalifikuotą žmogiškąjį kapitalą, skatinti investicijas bei pramonės įmonių tarpusavio bendradarbiavimą jungiantis į klasterius.

2.5. Klasterizacijos įtaka konkurencingumui

Šiuolaikiniai globalizacijos procesai ir sparčiai besikeičianti technologinė pažanga radikaliai keičia nusistovėjusias konkurencines sąlygas. Augantis konkurencinis spaudimas lemia naujų veiklos efektyvumo metodų ir būdų ieškojimą. Vienas iš būdų – jungimasis į klasterius. Lietuvos klasterių plėtros koncepcijoje, parengtoje vadovaujantis Valstybės pažangos strategija „Lietuvos pažangos strategija „Lietuva 2030“, klasteris apibūdinamas kaip įmonių ir (arba) mokslo ir studijų institucijų bei kitų subjektų santalka, funkcionuojanti partnerystės principu, kurios nariai, veikdami tarpusavyje susijusiose įvairiose ekonominės veiklos ir iniciatyvų srityse, siekia padidinti ekonominę veiklos efektyvumą. Pastarasis apibrėžimas yra siejamas konkrečiai su veikla apibrėžtoje srityje ir tarpusavio bendradarbiavimu, tačiau klasterį galima apibrėžti ir plačiaja prasme kaip šalies ar sektoriaus socialinė gamybos ir inovacijų sistema, kuriai būdinga didelė veikėjų koncentracija su skirtingomis kompetencijomis, kurių glaudūs tarpusavio ryšiai ne tik garantuoja ekonominę veiklos efektyvumą, bet ir skatina dalinimąsi žiniomis, technologijų perkėlimą ir naujų produktų kūrimą (Jucevičius, 2008). Glaudūs klasterio įmonių ir organizacijų ryšiai stiprina prisijungusių narių technologinius, žmogiškuosius, mokslinius, inovacinius ar kitokius pajėgumus, kurie labai svarbūs siekiant užtikrinti aukštą konkurencingumo lygį.

Paprastai, klasteriai jungia skirtingas susijusių ir palaikančių šakų, kompanijų veiklas. Pagal Porter „Deimanto“ modelį būtent ryšių tarp susijusių ir palaikančių pramonės šakų ir įmonių kūrimas yra vienas iš konkurencinių pranašumų formavimo veiksmų rinkoje. Klasteris, kaip ekonominės veiklos organizavimo forma, padeda atremti šiuolaikinės konkurencinės aplinkos iššūkius. Jo dėka, sujungiant įvairių konkurencinių šakų ir įmonių pajėgumus, užtikrinamas ir stiprinamas konkurencinis pranašumas tarptautinėje rinkoje.

Klasteris naudingas ne vienai, o visoms jo dalyvėms, kadangi didinimas ne vienos, o visos sistemos konkurencingumas. Pasak Jucevičiaus (2008), klasteris pats savaime vargu ar gali būti konkurencingas arba nekonkurencingas, konkurencingumą lemia jame veikiančių įmonių veiklos produktų sėkmė rinkoje. Taigi, kuo geresnes sąlygas įmonėms sudarys klasterio sistema, tuo daugiau klasteryje veiks konkurencingų įmonių. Todėl pramonės sektoriaus konkurencingumo didinimui klasterio kūrimas yra naudingas.

Klasteriai yra laikomi daugelio išsivysčiusių šalių aukšto ekonominio efektyvumo reiškiniu. Šalyse jie formuojasi tose šakose, kuriose yra palankios sąlygos jiems specializuotis. Klasteriai yra vienas veiksmų užtikrinantis pramonės konkurencingumo augimą. Garvey (2002) ir Porter (2000) nurodo, kad klasteriai konkurencingumą veikia trimis būdais (cit. iš Navickas ir Malakauskaitė, 2008):

- padidina atitinkamų įmonių produktyvumo lygį;
- skatina produktyvumo augimą ir inovacinį potencialą;

- skatina naujų verslų atsiradimą ir įmonių formavimąsi.

Taigi įmonių veiklos efektyvumo ir pelningumo lygio gerinimui naudinga jungtis į klasterį. Klasterizacijos procesai lemia įmonėms palankesnes sąlygas, nei už klasterio ribų veikiantys ūkio subjektai, glaudžiai bendradarbiauti su tiekėjais, lengviau gauti informaciją, susirasti pageidaujamos kvalifikacijos darbuotojų.

Kiekviena įmonė suinteresuota gaminti produkcija su kuo mažesniais gamybos kaštais, taip padidinat gaunamo pelno dalį. Prie klasterio prisijungusi įmonė gali specializuotis gaminti tokią produkciją, kurioje ji gali įgyti santykinį pranašumą prieš kitas rinkos dalyves, atsisakant nepelningų veiklų. Pasak Jucevičiaus (2008), klasterio kompanijoms nereikia skirti dėmesio veiklos infrastruktūrai, sudaromos mažesnės funkcinės valdymo sąnaudos, dėl bendrų pirkimo, marketingo ar prekių pardavimo veiksmų didėja derybinė jėga. Taigi, tokie procesai padidina darbo produktyvumą, nes įmonės darbuotojai per tą patį laiką su taip pačiais ištekliais sukuria didesnę gaminių pridėtinę vertę.

Klasterį sudarančioms įmonėms tiesiogiai bendradarbiaujant su tiekėjais įmanoma užtikrinti gamybą su santykinai pigesniais žaliavomis. Pasak Jucevičiaus (2008), vienai įmonei, ypač – mažai, derėtis dėl medžiagų ar kitų išteklių tiekimo yra kur kas sunkiau negu įmonių grupei, nes tokiu atveju užsakymo apimtys būna kur kas didesnės. Tokia situacija pagerina įmonių tarpusavio derybas dėl kainų, mokėjimo terminų, kitų sąlygų. Taigi, bendro tiekimo nauda rinkos dalyviams akivaizdi. Taip sumažinamos žaliavų kainos, dideli sandėliavimo ir transportavimo kaštai, pasiekiami masto ekonomija.

Daugelis rinkoje funkcionuojančių įmonių apie esamus ir potencialius vartotojus, konkurentus, technologines naujoves, gamybos medžiagas žino nedaug. Tai įtakoja dideli mokslinės ir eksperimentinės veiklos, rinkos, vartotojų poreikių tyrimų kaštai bei kompetencijos stoka. Vertėtų pastebėti, kad ta pati informacija yra aktuali ne vienai, o keletui susijusių rinkos įmonių. Todėl verslo informacijos sklaidai yra patrauklus klasteris. Jo dėka įmonės turi galimybę gauti joms aktualią ir svarbią informaciją greitai ir tiksliai, taip pasidalijant informacijos kaštus tarp klasterio įmonių. Kita vertus, informacijos prieinamumas dar neužtikrina įmonės teigiamų veiklos rezultatų, svarbu kaip ūkio subjektas sugebės pasinaudoti prieinama informacija.

Kitas klasterio naudą patvirtinantis veiksnys yra kvalifikuota darbo jėga. Pramonės įmonės koncentruojasi tose šalies geografinėse vietose, kuriose yra užtikrinamas pakankamas žaliavų kiekis, patogi infrastruktūra veiklai. Akivaizdu, kad tokia situacija lemia tam tikros kvalifikacijos darbuotojų paklausą, kuri kaip ir verslas specializuojasi. Dėka klasterio mokslo institucijos, specialistų rengimo centrai yra suinteresuoti palaikyti ryšius rengiant kvalifikuotą darbo jėgą atsižvelgiant į rinkos poreikius.

Reziumuojant galima teigti, kad klasterių kūrimo reikšmingumas pramonės sektorių konkurencingumo didinimui yra akivaizdus. Klasterių dėka padidinamas prisijungusių įmonių produktyvumas, pardavimai, vykdomi bendri mokslinės ir eksperimentinės veiklos, rinkos tyrimai taip lengviau prisitaikant prie kintančių konkurencijos sąlygų.

3. ALKOHOLINIŲ GĖRIMŲ PRAMONĖS KONKURENCINGUMO TYRIMO METODOLOGIJA

Šiandieninis šalių ekonomikos augimas paremtas aukštu konkurencingumo lygiu užimant aukštas pozicijas vietinėje ir tarptautinėje erdvėje. Šalies pramonės sektorių konkurencingumo augimą sąlygoja nuolatinės rinkos analizės, vertinimai ir ateities veiklos scenarijų planavimas. Pramonės sektorių analizavimas naudingas ne tik realiai situacijai pateikti, bet ir dabartinėms problemoms spręsti bei išvengti jų ateityje.

Mokslinėje literatūroje, praktiniam pramonės konkurencingo vertinimui atlikti, pateikiami įvairūs rodikliai ir metodai. Neretai, taikant keletą metodų gaunami skirtingi rezultatai, todėl pramonės konkurencingumo vertinimui svarbu pasirinkti objektyviai situaciją atspindinčius tyrimo rodiklius ir metodus. Pasak Kardelio (2007), nuo teisingai pasirinkto tyrimo metodo priklauso viso tyrimo sėkmė, o remdamasis tinkamai parinktais tyrimo metodais net ir nelabai gabus žmogus gali daug padaryti.

Moksliniame darbe iškeltos ir nagrinėjamos šios hipotezės:

- **H₁** – *Lietuvos alkoholinių gėrimų pramonėje didžiausias konkurencines pozicijas užima alaus gamyba.*
- **H₂** – *Lietuvos alkoholinių gėrimų pramonės reikšmingumas šalies ūkyje didėja ir numatomos didėjimo perspektyvos.*
- **H₃** – *Lietuvos alkoholinių gėrimų pramonė užsienio prekybos rodiklių atžvilgiu, ES (28) kontekste, yra konkurencinga.*

Numatytoms hipotezėms patvirtinti arba paneigti būtinas darbo eiliškumas, kuris padeda tyrimą atlikti objektyviau. Taigi, mokslinio darbo tyrimo eiga:

- statistikos, įmonių duomenų paieška, atranka, sisteminimas ir kaupimas;
- rodiklių alkoholinių gėrimų pramonės konkurencingumui vertinti apskaičiavimas;
- gautų rezultatų analizė, sintezė ir apibendrinimas;
- iškeltų hipotezių pagrįstumas.

Analitinėje – tiriamojoje darbo dalyje siekiant pagrįsti arba paneigti iškeltas hipotezes, atliekama alkoholinių gėrimų pramonės konkurencinių rodiklių duomenų analizė taikant statistinius metodus. Duomenų analizavimas naudojant statistinius metodus suteikia galimybę daryti svarias išvagas apie pramonės sektoriaus efektyvumą ir vystymąsi šalies ar kito sektoriaus atžvilgiu.

Mokslinio darbo konstruktyviojoje dalyje pramonės veiklos pokyčiams analizuoti, taikomos dinamikos eilutės. Dinamikos eilutes taikyti yra naudinga, nes jos rodo socialinių – ekonominių reiškinių kitimus laiko atžvilgiu, kurių dėka objektyviai įvertinama dabartinė situacija (Bagdanavičius, Šiaudytis ir Vaitelienė, 2007). Tiriamojoje darbo dalyje taikomi šie dinamikos eilučių rodikliai: absoliutus lygio padidėjimas (sumažėjimas), didėjimo (mažėjimo) tempas, padidėjimo (sumažėjimo) tempas.

Ryšiams tarp atskirų reiškinių tirti darbo analitinėje dalyje taikomos koreliacinė ir regresinė analizės. Šių analizių dėka nustatomas reiškinių tarpusavio ryšių glaudumas ir jį įtakojantys veiksniai. Pasak Bilevičienės ir Jonušauskas (2011), koreliacija nusako ar egzistuoja ryšys tarp požymių, kokia jo kryptis ir stiprumas, o regresija konkretizuoja ryšio formą. Remiantis tuo galima teigti, jog koreliacinė analizė sudaro pagrindą regresinei analizei atlikti.

Tiriamosioje darbo dalyje, reiškinių tarpusavio ryšių glaudumui įvertinti, naudojamas tiesinės koreliacijos koeficientas. Taikant koreliacijos koeficientą įvertinama ryšių tarpusavio priklausomybė bei eiga. Koreliacijos koeficientas (r) apskaičiuojamas:

$$r_t = \frac{\bar{x}y - \bar{x} \cdot \bar{y}}{\sigma_x \cdot \sigma_y} \quad (3)$$

Kur: x, y – požymiai;

\bar{x}, \bar{y} – požymių vidurkiai;

σ_x, σ_y – požymių vidutiniai kvadratiniai nuokrypiai.

Koreliacijos koeficiento kitimo reikšmės pateikiamos 6 lentelėje.

**6 lentelė. Koreliacijos kitimo reikšmės
(sudaryta autorės pagal Bilevičienė ir Jonušauskas, 2012)**

| | | | | | |
|-------------------|---------------------------|-------------------------------------|-------------------------------------|-------------------------------------|---------------------------------|
| Intervalas | (-0,3 – 0);(0-0,3) | (-0,5-(-0,3)); (0,3-0,5) | (-0,7-(-0,5)); (0,5-0,7) | (-0,9-(-0,7)); (0,7-0,9) | (-1-(-0,9)); (0,9-1) |
| Reikšmė | ryšio tarp požymių nėra | ryšys silpnas | ryšys vidutinis | ryšys stiprus | esminis |

Koreliacijos koeficientas svyruoja nuo 0 iki plus 1 arba minus 1. Koeficiento reikšmė – 1 arba 1 rodo, jog tarp požymių egzistuoja tiesioginis funkcinis ryšys, o reikšmė lygi 0 – ryšio tarp požymių nėra. Jeigu tiesinės koreliacijos koeficientas teigiamas, ryšys tarp kintamųjų yra teigiamas, t.y. didėjant vienam, didėja kito reikšmė. Tačiau jei koeficiento reikšmė neigiama – santykis neigiamas. Tiriamosioje magistrinio darbo dalyje taikant tiesinės koreliacijos koeficientą įvertinamas ryšys tarp darbo produktyvumo ir išlaidų darbo užmokesčiui, darbo produktyvumo ir materialinių investicijų tenkančių vienam dirbančiajam. Darbe koreliacijos koeficientų skaičiavimas paremtas tikslu – nustatyti veiksnius labiausiai įtakančius darbo produktyvumą alkoholinių gėrimų pramonėje.

Koreliacijos koeficientas tik kiekybiškai išmatuoja reiškinių stiprumą, bet neatskleidžia ryšių tarp analizuojamų reiškinių atsiradimo priežasčių, todėl darbo konstruktyviojoje dalyje taikoma regresinė analizė. Ši analizė yra svarbi tyrimo dalis, nes koreliacija apibūdina tik ryšio tarp kintamųjų stiprumą, kai tuo tarpu regresinė analizė įgalina nustatyti šio ryšio pobūdį ir aprašyti priklausomojo (pasekmės) kintamojo vidutinių reikšmių priklausomybę nuo vieno ar kelių nepriklausomų (priežasties) kintamųjų reikšmių matematine formule ir kartu prognozuoti šio kintamojo reikšmes (Martišius, 2014). Konstruktyviojoje dalyje taikytas vienas iš regresinės analizės rodiklių – determinacijos koeficientas.

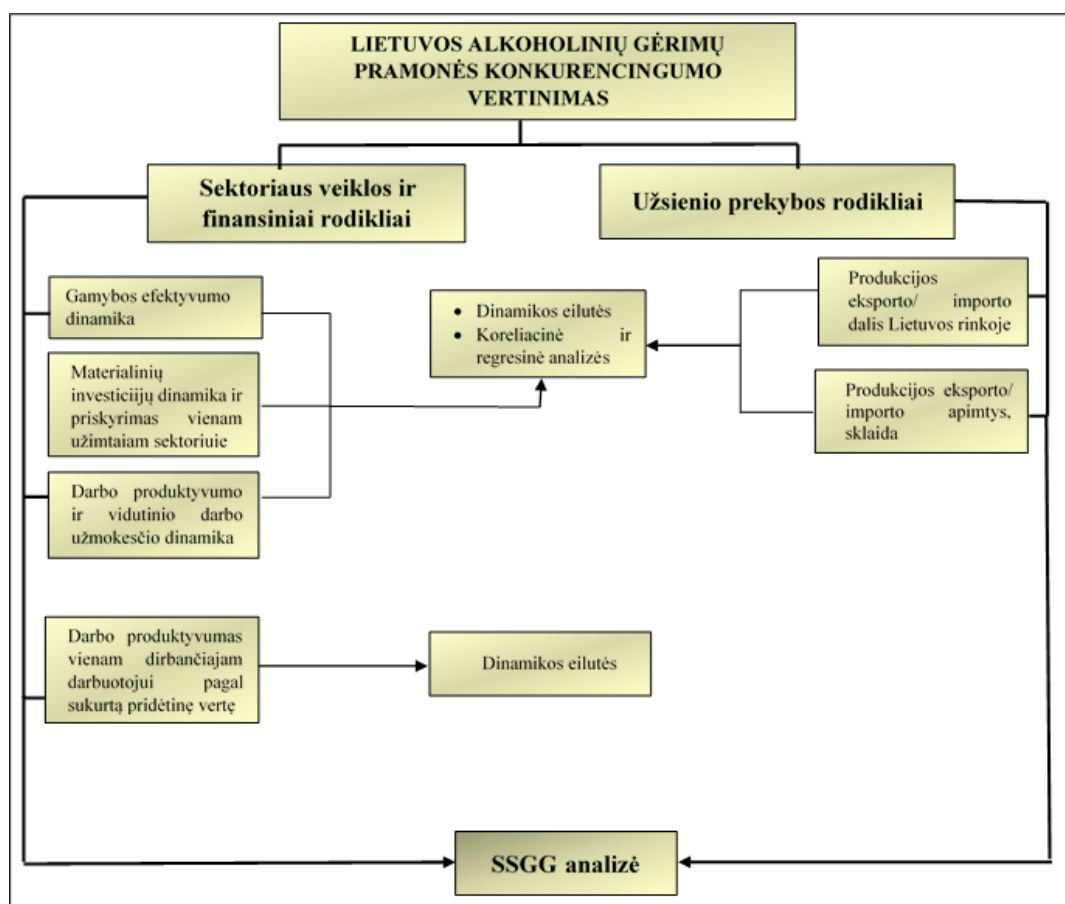
Šis koeficientas rodo, kuri vieno požymio bendro kitimo dalis gali būti paaiškinta kito požymio reikšmių kitimu. Jis apskaičiuojamas pagal formulę:

$$R_x^2 = 1 - \frac{\sum (x - \bar{x})^2}{\sum (y - \bar{y})^2} \quad (4)$$

Kur: R_x^2 – determinacijos koeficientas;
 x, y – požymiai;
 \bar{x}, \bar{y} – požymių vidurkiai.

Darbo tiriamosios dalies skaičiavimams atlikti naudojama Microsoft Office programa Excel.

Taigi iškeltoms hipotezėms pagrįsti arba paneigti, 14 paveiksle sudaroma pramonės konkurencingumo analizės rodiklių sistema, kuria remiantis darbo konstruktyviojoje dalyje atliekamas Lietuvos alkoholinių gėrimų pramonės konkurencingumo vertinimas.



14 pav. Lietuvos alkoholinių gėrimų pramonės konkurencingumo vertinimo sistema (sudaryta autorės)

Numačius tyrimo metodologiją bei eigą sudaromas pagrindas darbo analitinėje dalyje atlikti Lietuvos alkoholinių gėrimų pramonės konkurencingumo analizę ir vertinimą. Taigi, naudojant pasirinktą tyrimo metodologiją (žr. 14 pav.), darbo empirinėje dalyje atliekamas Lietuvos alkoholinių gėrimų pramonės konkurencingumo vertinimas bei pagrindžiamas hipotezių teisingumas.

4. LIETUVOS ALKOHOLINIŲ GĖRIMŲ PRAMONĖS KONKURENCINGUMO ANALIZĖ IR VERTINIMAS

Baigiamojo darbo tikslui pasiekti bei hipotezėms pagrįsti arba paneigti, tiriamojame dalyje atliekama Lietuvos alkoholinių gėrimų pramonės konkurencingumo analizė ir vertinimas šalies bei užsienio valstybių kontekste. Analizė ir vertinimas atliekamas pagal darbo konceptualioje dalyje aptartus konkurencingumą lemiančius veiksnius ir konkurencingumo vertinimo rodiklius. Galiausiai atlikto empirinio tyrimo rezultatai apibendrinami SSGG analizėje.

4.1. Lietuvos alkoholinių gėrimų pramonės sukurtos produkcijos vertės ir pardavimų analizė

Kiekvienas konkurencinėje rinkoje veikiantis subjektas orientuotas gaminti gaminius su kuo mažesniais kaštais, o parduoti – didesne, tačiau konkurencinga, kaina. Dėl rinkos nepastovumo bei vartotojų skonių skirtumų į rinką tiekti tik aukštą pridėtinę vertę sukuriančius gaminius nėra lengva. Analizuojant Lietuvos alkoholinių gėrimų pramonės sukurtos produkcijos vertės kitimą 2009 – 2013 m. pastebėta, kaip ir apdirbamosios pramonės bei šalies ūkio, didėjimo tendencija (žr. 7 lentelę). 2009 m. alkoholinių gėrimų sektoriuje sukurta produkcijos vertė siekė 305,095 mln. Eur, tai sudarė 2,67 proc. visos sukurtos produkcijos vertės apdirbamojoje pramonėje, o šalies ūkyje – 0,99 proc.

**7 lentelė. Sukurtos produkcijos vertės dinamika 2009 – 2013 m.
(sudaryta autorės, remiantis Lietuvos statistikos departamento duomenimis)**

| | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 |
|---|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| Alkoholinių gėrimų sektorius, mln. Eur | 305,10 | 352,22 | 395,40 | 387,74 | 424,37 |
| Indeksas palyginti su ankstesniu laikotarpiu, proc. | - | 115,45 | 112,26 | 98,06 | 109,45 |
| Indeksas palyginti su 2009 m., proc. | - | 115,45 | 129,60 | 127,09 | 139,10 |
| Apdirbamoji pramonė, mln. Eur | 11425,40 | 14001,59 | 17771,45 | 18742,45 | 19098,92 |
| Indeksas palyginti su ankstesniu laikotarpiu, proc. | - | 122,55 | 126,92 | 105,46 | 101,90 |
| Indeksas palyginti su 2009 m., proc. | - | 122,55 | 155,54 | 164,04 | 167,16 |
| Visas šalies ūkis, mln. Eur | 30747,88 | 34813,93 | 42190,77 | 43954,06 | 45704,17 |
| Indeksas palyginti su ankstesniu laikotarpiu, proc. | - | 113,22 | 121,19 | 104,18 | 103,98 |
| Indeksas palyginti su 2009 m., proc. | - | 113,22 | 137,22 | 142,95 | 148,64 |
| Sektoriaus dalis apdirbamosios pramonės struktūroje, proc. | 2,67 | 2,52 | 2,22 | 2,07 | 2,22 |
| Sektoriaus dalis šalies ūkio struktūroje, proc. | 0,99 | 1,01 | 0,94 | 0,88 | 0,93 |

Per analizuojamus penkerius metus alkoholinių gėrimų pramonės sukurtos produkcijos vertė padidėjo 39,10 proc. Tačiau sektoriaus dalis apdirbamosios pramonės gaminių sukurtos produktų vertės struktūroje sumažėjo iki 2,22 proc., o visos šalies iki 0,93 proc. 2013 m. alkoholinių gėrimų sektorius

pagal sukurta produkcijos vertę apdirbamojoje gamyboje, buvo 9 pozicijoje (žr. 4 priedą). Tai rodo, kad alkoholinių gėrimų pramonė bendrame apdirbamosios gamybos kontekste užima gana aukštas pozicijas.

Analizuojamu 2009 – 2013 metų laikotarpiu sukuriama produkcijos vertės kitimas alkoholinių gėrimų pramonėje nebuvo pastovus. Nuo 2009 m. iki 2011 m. sukurtos produkcijos vertė didėjo, tačiau 2012 m. palyginti su 2011 m. vertė sumažėjo 7,664 mln. Eur., tai sąlygojo alkoholinių gėrimų gamybos sumažėjimas, kiekybine išraiška 4,04 proc. Būtent 2012 m. alkoholinių gėrimų sektoriaus produkcijos vertė apdirbamosios pramonės struktūroje, penkerių metų laikotarpyje, buvo mažiausia ir siekė 2,07 proc., bei visos šalies mastu – 0,88 proc.

Vertinant alkoholinių gėrimų pramonėje sukuriama produkcijos kitimą su šalies apdirbamąja gamyba, pastebėti nevienodi augimo tempai. Apdirbamosios pramonės sukurtos produkcijos vertė 2009 – 2012 metais augo sparčiau. Tuo tarpu 2013 m. alkoholinių gėrimų pramonės sukurtos produkcijos vertė padidėjo 9,45 proc., o apdirbamosios pramonės vos 1,90 proc. Šiuos alkoholinių gėrimų pramonės sukurtos produkcijos vertės pokyčius galėjo sąlygoti žaliavų brangimas, išlaidų darbo atlygiui augimas, taip įtakojant gamybos sąnaudų augimą.

Didėjanti alkoholinių gėrimų pramonės gaminių paklausa didina sektoriaus pardavimus bei sąlygoja produkcijos gamybos augimą. 2009 m. alkoholinių gėrimų pramonėje pagamintos produkcijos parduota už 293,4 mln. Eur, o 2013 m. 329,602 mln. Eur, tai 12,33 proc. daugiau nei 2009 m. (žr. 8 lentelę). Tokia tendencija rodo augančią pramonės gaminių paklausą rinkoje, kuri įtakoja produkcijos gamybos apimčių didinimą. Pastebėta, kad 2013 m. palyginti su 2009 m. sektoriaus produkcijos pardavimai, natūrine išraiška, padidėjo net 46,846 mln. vnt., t. y. 13,98 proc. O tai padidino alkoholinių gėrimų pramonės šalies eksporto struktūroje užimamą dalį iki 1,17 proc. Tikslinga manyti, kad alkoholinių gėrimų produkcijos paklausą sąlygojo šalies ekonomikos pagyvėjimas, kuris padidino šalies gyventojų pajamas (padidėjo vartojimas), įėjimas į naujas rinkas bei gerėjančios rinkos plėtros galimybes.

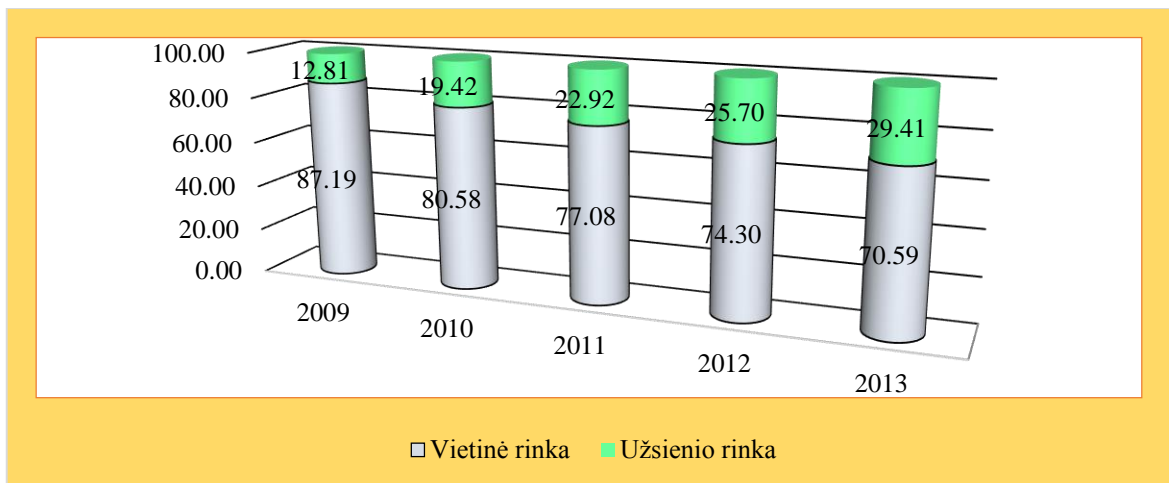
8 lentelė. Lietuvos alkoholinių gėrimų pramonės produkcijos pardavimai 2009 – 2013 m. (sudaryta autorės, remiantis Lietuvos statistikos departamento duomenimis)

| Metai | Parduota gaminių mln. vnt. (pagamintos iš vietinių žaliavų) | Pokytis, palyginti su 2009 m. mln. vnt. | Padidėjimo/sumažėjimo tempas, proc. | Pardavimai, mln. Eur | Pokytis, palyginti su 2009 m. mln. Eur | Padidėjimo/sumažėjimo tempas, proc. |
|-------|---|---|-------------------------------------|----------------------|--|-------------------------------------|
| 2009 | 335,05 | - | - | 293,42 | - | - |
| 2010 | 355,46 | 20,42 | 6,09 | 281,97 | -11,45 | -3,90 |
| 2011 | 378,31 | 43,27 | 12,91 | 297,02 | 3,60 | 1,23 |
| 2012 | 365,08 | 30,03 | 8,96 | 298,82 | 5,39 | 1,84 |
| 2013 | 381,89 | 46,85 | 13,98 | 329,60 | 36,18 | 12,33 |

Detaliau analizuojant Lietuvos alkoholinių gėrimų pramonės gamybos pokyčius pagal EVRK 2 red. skirstymą¹ nustatyta, kad per penkerius metus šakoje labiausiai padidėjo sidro, vyno ir kitų fermentuotų gėrimų gamyba (natūrine išraiška), t. y. 73,63 proc., tačiau vienas produkcijos vienetas 2013 m. sukūrė 0,03 Eur mažesnę vertę nei 2009 m. (žr. 5 priedą). Analizuojamu penkerių metų laikotarpiu pastebėta nepalanki rinkos situacija spiritinių gėrimų gamybos subsektoriui. Nors pardavimai, pastarajame subsektoriuje išaugo 2,15 proc., tačiau vienas pardavimo vienetas sukūrė net 0,99 Eur mažesnę vertę. Tikslinga teigti, kad tai įtakojo produkcijos kainų sumažėjimas tarptautinėje rinkoje, ypač prekybiniuose mainuose su Rusijos, Baltarusijos ir Ukrainos šalimis. Mažėjančios rinkos kainos mažina spiritinių gėrimų subsektoriaus įmonių pelningumus, to eigoje gamyba tampa mažiau pelninga. Kiek kitokia tendencija nustatyta alaus subsektoriuje. Žymus lūžis 2012 m. įvyko alaus subsektoriuje, kuomet pardavimai palyginti su 2011 m. sumažėjo 6,11 proc. Tai sąlygojo nepalankus 2012 m. šalies vasaros sezono klimatas bei emigracija, nes, kaip buvo minėta, alaus gamintojai daugiausia orientuoti į vietinę rinką, todėl pokyčiai lokaliaje erdvėje stipriai įtakoja alkoholinių gėrimų pramonės įmonių veiklą. Tačiau analizės rezultatai rodo, kad alaus pardavimų sumažėjimas 2012 m. palyginti su 2011 m. padidino sukuriamą vieno gaminio vertę 0,03 Eur. Apibendrinant alkoholinių gėrimų pramonės pardavimų tendencijas tikslinga manyti, kad šalies bei užsienio vartotojai vis daugiau orientuojasi į Vakarų šalių kultūrą bei įpročius pirmenybę teikiant silpniesiems gėrimams, o paklausa stipriesiems bei spiritiniams gėrimams išlieka mažiausia.

Norint sėkmingai ilgą laiką vykdyti veiklą apsiriboti tik vietine rinka nepakanka. Didėjanti užsienio šalių konkurencija vietinėje rinkoje skatina plėsti veiklą už valstybės ribų. Dėl šalies demografinių problemų, mokestinės politikos pokyčių 2009 – 2013 metų laikotarpiu alkoholinių gėrimų pramonės koncentravimasis į vietinę rinką mažėjo (žr. 15 pav.). Tačiau kiekvienais metais šalyje augantis legalaus alkoholinių gėrimų suvartojimas, 2009 m. suvartota 372,57 mln. litrų alkoholio, dėl turizmo, šalyje įsigytų alkoholinių gėrimų išvežimo į kitas šalis, skatina pramonės gamintojus didinti gamybą bei plėsti asortimentą, siekiant atremti užsienio šalių konkurenciją (žr. 6 priedą). Atlikta alkoholinių gėrimų pramonės analizė rodo, kad dideli šalies suvartojimo kiekiai lėmė, kad 2009 m. visos alkoholinių gėrimų pagamintos ir importuotos produkcijos pardavimai vietinėje rinkoje sudarė daugiau kaip 87 proc. visų sektoriaus pardavimų.

¹ Lietuvos statistikos departamentas. (2008). Ekonominės veiklos rūšių klasifikatorius: EVRK 2 red. [žiūrėta 2015-03-17]. Prieiga per internetą http://www.lb.lt/ekonomines_veiklos_rusiu_klasifikatorius



15 pav. Lietuvos alkoholinių gėrimų pardavimų rinka 2009 – 2013 m., proc. (sudaryta autorės, remiantis Lietuvos statistikos departamento duomenimis)

Nors alkoholinių gėrimų suvartojimas šalyje per 2009 – 2013 m. padidėjo 16,33 proc. tačiau gamybos augimo tempai mažesni – padidėjo 14,37 proc. Tuo tarpu sparčiausiai, analizuojamu laikotarpiu, augo šakos importo bei eksporto rodikliai. Tikslinga manyti, kad padidėjęs užsienio šalių alkoholinių gėrimų importas, kiekinė išraiška, į Lietuvą 2,41 karto nulėmė eksporto potencialo padidėjimą 3,3 karto. Taigi eksporto didėjimo tendencija sąlygojo pardavimų į užsienio rinkas 2013 m. padidėjimą iki 29,41 proc. visų šakos pardavimų. Apibendrinant galima teigti, kad alkoholinių gėrimų pramonė vis daugiau orientuojasi į užsienio rinką, kurioje eksporto potencialas pilnai nėra išnaudotas. Akivaizdu, tai sąlygoja perpildyta vietinė rinka bei agresyvi konkurencija.

4.2. Pramonės sektoriaus sukurtos pridėtinės vertės (gamybos kainomis) pokyčių analizė ir vertinimas

Atlikus Lietuvos alkoholinių gėrimų pramonės pardavimų analizę paaiškėjo, kad kiekvienais analizuojamais metais šakos gaminių pardavimai augo. Tačiau spręsti pramonės sektoriaus efektyvumą remiantis tik parduotų gaminių analize – netikslinga. Rinkos tyrimai rodo, kad vienas iš geriausiai pramonės sektoriaus efektyvumą apibūdinančių rodiklių yra sukurta pridėtinė vertė.

Bendriausiąja prasme pridėtinė vertė yra skirtumas tarp įmonės pagamintos produkcijos rinkoje kainos ir jos tiesioginių gamybos kaštų. Pridėtinės vertės rodiklis mokslinio darbo konstruktyviojoje dalyje taikomas siekiant palyginti alkoholinių gėrimų pramonės sektorių su kitais šalies sektoriais bei įvertinti šakos konkurencingumą ES (28) kontekste.

Atlikus Lietuvos alkoholinių gėrimų pramonės subsektorių (skirstymas pagal EVRK 2 red.) 2009 – 2013 m. sukurtos pridėtinės vertės (gamybos kainomis) analizę, nustatytas netolygus vertės kitimas (žr. 9 lentelę).

**9 lentelė. Sukurtos pridėtinės vertės (gamybos kainomis) dinamika 2009 – 2013 m.
(sudaryta autorės, remiantis Lietuvos statistikos departamento duomenimis)**

| Subsektorius | Metai | | | | |
|--|---------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 |
| Spirito distiliavimas, rektifikavimas ir maišymas, tūkst. Eur | 17559 | 8119 | 17391 | 16315 | 17700 |
| Indeksas palyginti su ankstesniu laikotarpiu, proc. | - | 46,24 | 214,20 | 93,81 | 108,49 |
| Indeksas palyginti su 2009 m., proc. | - | 46,24 | 99,04 | 92,92 | 100,80 |
| Sidro ir kitokių vaisių, uogų vynų gamyba, tūkst. Eur | 6837 | 6501 | 5292 | 5395 | 10291 |
| Indeksas palyginti su ankstesniu laikotarpiu, proc. | - | 95,09 | 81,40 | 101,95 | 190,75 |
| Indeksas palyginti su 2009 m., proc. | - | 95,09 | 77,40 | 78,91 | 150,52 |
| Alaus gamyba, tūkst. Eur | 76182 | 64752 | 52913 | 55133 | 46097 |
| Indeksas palyginti su ankstesniu laikotarpiu, proc. | - | 85,00 | 81,72 | 104,20 | 83,61 |
| Indeksas palyginti su 2009 m., proc. | - | 85,00 | 69,46 | 72,37 | 60,51 |
| Salyklo gamyba, tūkst. Eur | 8845 | 5838 | 3888 | 8707 | 7484 |
| Indeksas palyginti su ankstesniu laikotarpiu, proc. | - | 66,00 | 66,60 | 223,95 | 85,95 |
| Indeksas palyginti su 2009 m., proc. | - | 66,00 | 43,96 | 98,44 | 84,61 |
| Alkoholinių gėrimų sektorius, tūkst. Eur | 109423 | 85210 | 79484 | 85550 | 81572 |
| Indeksas palyginti su ankstesniu laikotarpiu, proc. | - | 77,87 | 93,28 | 107,63 | 95,35 |
| Indeksas palyginti su 2009 m., proc. | - | 77,87 | 72,64 | 78,18 | 74,55 |

Analizuojamu penkerių metų laikotarpiu, ryškiausi pasikeitimai pastebėti alaus gamybos subsektoriuje, kuriame 2009 – 2011 m. bei 2013 m. sukurta pridėtinė vertė (gamybos kainomis) mažėjo. Alaus subsektoriaus veiklos efektyvumas yra labai svarbus alkoholinių gėrimų pramonės konkurencingumo užtikrinimui, nes šis subsektorius užima didžiąją šakos struktūros dalį. 2009 m. alaus gamybos sukuriamą pridėtinę vertę (gamybos kainomis) siekė 76,18 mln. Eur, tai net 70 proc. visos alkoholinių gėrimų pramonėje sukurtos pridėtinės vertės. Tačiau vėlesnių metų analizė rodo, kad alaus subsektorius praranda konkurencines pozicijas rinkoje, 2013 m. palyginti su 2009 m. alaus gamybos sukurta pridėtinė vertė (gamybos kainomis) sumažėjo 39,49 proc., žymus pasikeitimas sumažino alkoholinių gėrimų pramonėje užimamos struktūros dalį iki 54,51 proc. Viena iš to priežasčių – sumažėję alaus pardavimai.

Gerėjanti ekonominė situacija brangina ne tik žaliavų, gamybos, bet ir didina alkoholinių gėrimų rinkos kainas. Nors 2012 m. sumažėjo alkoholinių gėrimų pramonės produkcijos pardavimo apimtys, tačiau sukurta pridėtinė vertė šakoje padidėjo 7,63 proc. Tai įtakojo visuose, išskyrus spirito distiliavimo, rektifikavimo ir maišymo, subsektoriuose sukurtos pridėtinės vertės (gamybos kainomis) didėjimo tempai, palyginti su prieš tai buvusiu laikotarpiu. Sukurta pridėtinė vertė (gamybos kainomis) atitinkamai sidro ir kitokių vaisių, uogų vynų gamyba padidėjo 1,95 proc., alaus gamyba 4,20 proc., bei ryškiausiai salyklo gamyba – 123,95 proc. Tikslinga manyti, kad tai sąlygojo padidėjusios gaminių kainos rinkoje bei gerėjanti ekonominė šalies situacija, skatinanti vartojimą. Tačiau 2013 m. situacija pasikeitė, subsektorių pridėtinės vertės sukūrimas palyginti su 2012 m. sumažėjo 4,65 proc. Taigi nevienodi ir nenuspėjami pardavimų bei pridėtinės vertės svyravimai rodo, kad išlikti konkurencingiems

ilgą laiką rinkoje sunku, todėl būtini nuolatiniai rinkos tyrimai vartotojų poreikiams tirti bei galimiems pasikeitimams prognozuoti.

Mažėjanti alkoholinių gėrimų pramonės sektoriaus pridėtinė vertė (gamybos kainomis) rodo, kad šaka susiduria su tam tikromis problemomis, kurių išvengti nepavyksta. Visų pirma, sektorius tik 29,41 proc. produkcijos realizuoja užsienio rinkose, o ir vietinėje rinkoje, liberalizavus tarptautinę prekybą įstojus į ES (28), išlikti darosi vis sudėtingiau. Padidėjusi konkurencija rinkoje mažina pramonės gamintojų veiklos pelningumą, todėl dalis įmonių priverstos trauktis iš rinkos. Antra, dėl didėjančių darbo jėgos kaštų, sektoriaus įmonės priverstos mažinti darbuotojų skaičių, nes brangstanti darbo jėgos kaina padidina gamybos kaštus, o tai neigiamai įtakoja pridėtinės vertės sukūrimą visame šalies ūkyje. Todėl siekiant sumažinti gamybos kaštus sektorius suinteresuotas investuoti į naujas technologijas, įrenginius taip pagerinant produkcijos kokybę bei padidinant gaminių sukuriama pridėtinę vertę.

Apibendrinant galima teigti, kad mažėjanti alkoholinių gėrimų pramonės sukuriama pridėtinė vertė (gamybos kainomis) rodo, jog sektoriaus įmonėms, ypač alaus gamintojoms, pastaruoju laikotarpiu efektyviai vykdyti veiklą nepavyksta. Tai lemia gamybos kaštų didėjimas dėl žaliavų brangimo, išlaidų darbo užmokesčiui augimo, gaminių paklausos sumažėjimo bei konkurencijos padidėjimo.

4.3. Lietuvos alkoholinių gėrimų pramonės darbo produktyvumo kitimo analizė ir vertinimas

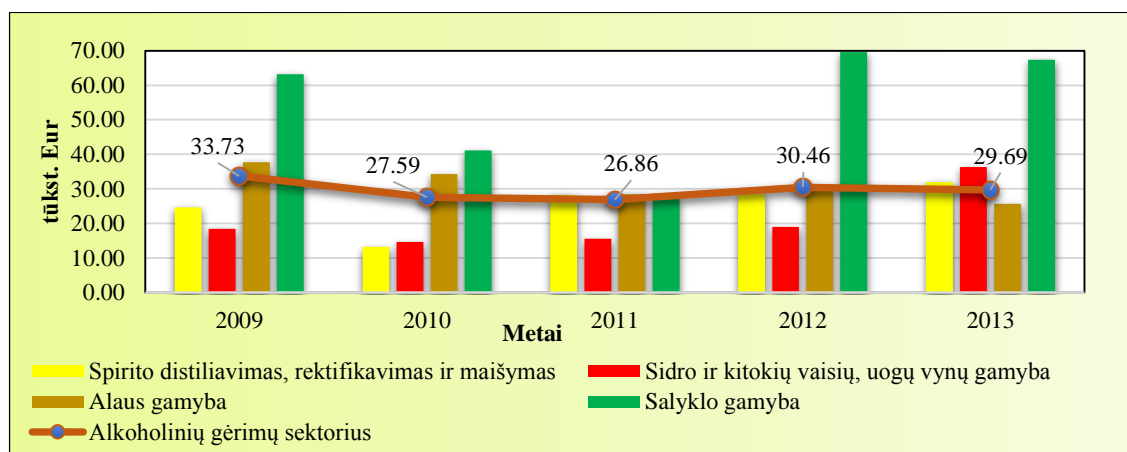
Kiekvienas pramonės sektorius suinteresuotas gaminti produkciją kuo efektyviau, t.y. reikalaujančią mažų darbo sąnaudų. Todėl pramonės sektorių konkurencingumo lygio įvertinimui tikslinga atlikti darbo produktyvumo analizę. Darbo produktyvumas rodo darbo jėgos panaudojimo efektyvumą, nes jam augant darbuotojai kuria daugiau produkcijos. Tuo tarpu, gamybos padidėjimas lemia pramonės įmonių pelno didėjimą, sumažinant produkcijos gamybos kaštus. Šio rodiklio augimas rodo apie sektoriaus konkurencingumo lygio didėjimą konkurencinėje aplinkoje.

Šalies ūkyje, analizuojamu penkerių metų laikotarpiu, darbo našumas pastebimai augo, 2013 m. palyginti su 2009 m. jis padidėjo 6,00 tūkst. Eur. tenkančiu vienam darbuotojui (žr. 7 priedą). Tuo tarpu apdirbamojoje pramonėje darbo našumui 2009 – 2013 m. padidėjus 11,40 tūkst. Eur sukurta pridėtinė vertė (gamybos kainomis) išaugo 1,3 karto. Tokia tendencija rodo, kad darbo našumo didėjimas sąlygojo pridėtinės vertės didėjimą. Tačiau alkoholinių gėrimų pramonės darbo produktyvumas² neatitinka bendrų šalies ekonominių plėtojimosi tendencijų. Šiame sektoriuje darbo produktyvumas 2009 – 2013 m. svyravo tarp 26,9 – 33,7 tūkst. Eur. Nepalankiausia situacija šakoje nustatyta 2011 m., kuomet vienas darbuotojas sukūrė 6,8 tūkst. Eur mažesnę vertę nei 2009 m. Tikslinga manyti, kad tai sąlygoja intensyvėjanti konkurencija bei nepastovios gaminių kainos rinkoje. Taigi, remiantis 2011 – 2013 m.

² Sukurta pridėtinė vertė (gamybos kainomis, nefinansinių įmonių) tenkanti vienam dirbančiajam sektoriuje.

nežymiais augimo pokyčiais sektoriuje labai tikėtina, kad panaši pramonės darbo produktyvumo tendencija gali išlikti ir ateityje.

Vertinant alkoholinių gėrimų subsektoriuose sukuriamos pridėtinės vertės vienam dirbančiajam pasikeitimus 2009 – 2013 m. nustatyta netolygi kitimo tendencija. Žymiausi pasikeitimai nustatyti salyklo gamyboje, kuomet pridėtinė vertė, per trejus metus, sumažėjo 35,41 tūkst. Eur, o 2012 m. išaugo iki rekordinių aukštumų – 69,66 tūkst. Eur (žr. 16 pav.). Salyklo gamybos įmonės yra pasiekusios 2,11 karto – spirito distiliavimo, rektifikavimo ir maišymo, 1,85 karto – sidro ir kitokių vaisių, uogų vynu gamybos bei 2,63 karto – alaus gamybos, didesnę darbo našumą. Atlikta 2009 – 2013 m. analizė parodė, kad salyklo gamybos pramonėje sukurta pridėtinė vertė tenkanti vienam dirbančiajam buvo didžiausia. Tikslinga manyti, jog tai įtakojo technologiniai pajėgumai (paaiškėjo atlikus materialinių investicijų analizę).



16 pav. Sukuriamos pridėtinės vertės (gamybos kainomis) tenkančios vienam dirbančiajam dinamika alkoholinių gėrimų subsektoriuose 2009 – 2013 m. (sudaryta autorės, remiantis Lietuvos statistikos departamento duomenimis)

Atlikus 2009 – 2013 m. sukuriamos pridėtinės vertės vienam darbuotojui analizę alkoholinių gėrimų pramonėje paaiškėjo, kad spirito distiliavimo, rektifikavimo ir maišymo subsektoriuje ji padidėjo 7,32 tūkst. Eur, o sidro ir kitokių vaisių, uogų vynu gamyboje 18,93 tūkst. Eur. Galima traktuoti, kad tai lėmė aukštas materialinių investicijų lygis, kuris padeda sumažinti darbo jėgos poreikį.

Neabejotina, kad pramonės šakoje darbuotojams tenka didžiausia atsakomybė už sukuriamos pridėtinės vertės didėjimą. Siekiant įvertinti darbuotojų skaičiaus įtaką pridėtinės vertės sukūrimui naudinga taikyti multiplikatyvų modelį, kuris padeda numatyti tolimesnes pramonės plėtros gaires. Taigi, taikant multiplikatyvų modelį nustatyta, kad alkoholinių gėrimų pramonės sektoriuje darbuotojų skaičiui sumažėjus 15,32 proc., sukuriamą pridėtinę vertę sumažėjo 25,45 proc. Dešimtoje lentelėje gauti rezultatai rodo, kad dėl darbuotojų mažėjimo sektorius nesukūrė pridėtinės vertės už 16,76 mln. Eur. Šiuos nuostolius labiausiai įtakojo alaus gamybos subsektoriaus darbuotojų sumažėjimas lėmęs 8,33 mln. Eur pridėtinės vertės nesukūrimo (žr. 10 lentelę).

10 lentelė. Darbuotojų skaičiaus įtaka pridėtinės vertės kūrimo 2009 – 2013 m. (apskaiciuota autorės, remiantis Lietuvos statistikos departamento duomenimis)

| Rodikliai | Spirito distiliavimas, rektifikavimas ir maišymas | | Sidro ir kitokių vaisių, uogų vynuų gamyba | | Alaus gamyba | | Salyklo gamyba | | Alkoholinių gėrimų pramonė | |
|--|---|-------|--|-------|--------------------|-------|--------------------|-------|----------------------------|-------|
| | 2009 | 2013 | 2009 | 2013 | 2009 | 2013 | 2009 | 2013 | 2009 | 2013 |
| Sukurta pridėtinė vertė (gamybos kainomis) per metus, tūkst. Eur (Q) | 17559 | 17700 | 6837 | 10291 | 76182 | 46097 | 8845 | 7484 | 109423 | 81572 |
| Dirbančiųjų skaičius, asm. (V) | 713 | 554 | 371 | 283 | 2020 | 1799 | 140 | 111 | 3244 | 2747 |
| Darbo našumas (E = Q/V), tūkst. Eur | 24,63 | 31,95 | 18,43 | 36,36 | 37,71 | 25,62 | 63,18 | 67,42 | 33,73 | 29,69 |
| $\Delta Q(E)=(E_{2013} - E_{2009}) \times V_{2013}$ | 4,057 | | 5,076 | | -21,750 | | 0,471 | | -11,087 | |
| $\Delta Q(V)=(V_{2013} - V_{2009}) \times E_{2009}$ | -3,916 | | -1,622 | | -8,335 | | -1,832 | | -16,764 | |
| $\Delta Q=\Delta Q(E) + \Delta Q(V)$ | 0,14 | | 3,45 | | -30,09 | | -1,36 | | -27,85 | |
| Plėtros pobūdis | Intensyvus | | Intensyvus | | Ekstensyvus | | Ekstensyvus | | Ekstensyvus | |

Indėlis į alkoholinių gėrimų sektoriaus surinktą pridėtinę vertę 2009 – 2013 m. subsektorių buvo nevienodas – svyravo tarp 7,48 ir 76,18 mln. Eur. Analizuojamu laikotarpiu darbuotojų metinis produktyvumas visuose, išskyrus alaus, subsektoriuose didėjo. Taigi, žymus alaus gamybos produktyvumo sumažėjimas neigiamai įtakoja alkoholinių gėrimų pramonės sektoriaus efektyvumą, nes būtent šiame subsektoriuje, nepaisant sumažėjimo, 2009 – 2013 m. surakta didžiausia pridėtinė vertė šakoje.

Siekiant detaliau atlikti konkurencingumo vertinimą pramonės sektoriuje, tikslinga atlikti vieno darbuotojo per metus dirbto laiko pasikeitimų analizę, t. y. palyginant darbuotojo per metus surinktą pridėtinę vertę su jo dirbtomis valandomis (žr. 11 lentelę).

11 lentelė. Darbuotojo dirbto laiko pokyčio įtaka pridėtinės vertės sukūrimui 2009 – 2013 m. (apskaiciuota autorės, remiantis Lietuvos statistikos departamento duomenimis)

| Rodikliai | Spirito distiliavimas, rektifikavimas ir maišymas | | Sidro ir kitokių vaisių, uogų vynuų gamyba | | Alaus gamyba | | Salyklo gamyba | | Alkoholinių gėrimų pramonė | |
|---|---|-------|--|-------|--------------------|-------|-------------------|-------|----------------------------|-------|
| | 2009 | 2013 | 2009 | 2013 | 2009 | 2013 | 2009 | 2013 | 2009 | 2013 |
| Sukurta pridėtinė vertė (gamybos kainomis) vieno dirbančiojo per metus, tūkst. Eur (Q) | 24,63 | 31,95 | 18,43 | 36,36 | 37,71 | 25,62 | 63,18 | 67,42 | 33,73 | 29,69 |
| Darbuotojų skaičius, asm. | 713 | 554 | 371 | 283 | 2020 | 1799 | 140 | 111 | 3244 | 2747 |
| Per metus darbuotojų dirbtas valandų skaičius, tūkst. val. | 855 | 948 | 728 | 482 | 3353 | 3025 | 223 | 189 | 5160 | 4644 |
| Darbuotojo dirbtas laikas per metus, tūkst. val. (V) | 1,200 | 1,711 | 1,963 | 1,704 | 1,660 | 1,682 | 1,591 | 1,703 | 1,591 | 1,691 |
| Darbo našumas (E = Q/V), tūkst. Eur | 20,53 | 18,67 | 9,39 | 21,34 | 22,72 | 15,24 | 39,70 | 39,60 | 21,21 | 17,56 |
| $\Delta Q(E)=(E_{2013} - E_{2009}) \times V_{2013}$ | -3,18 | | 20,37 | | -12,58 | | -0,17 | | -6,16 | |
| $\Delta Q(V)=(V_{2013} - V_{2009}) \times E_{2009}$ | 10,50 | | -2,43 | | 0,49 | | 4,41 | | 2,13 | |
| $\Delta Q=\Delta Q(E) + \Delta Q(V)$ | 7,32 | | 17,94 | | -12,09 | | 4,24 | | -4,04 | |
| Plėtros pobūdis | Intensyvus | | Intensyvus | | Ekstensyvus | | Intensyvus | | Ekstensyvus | |

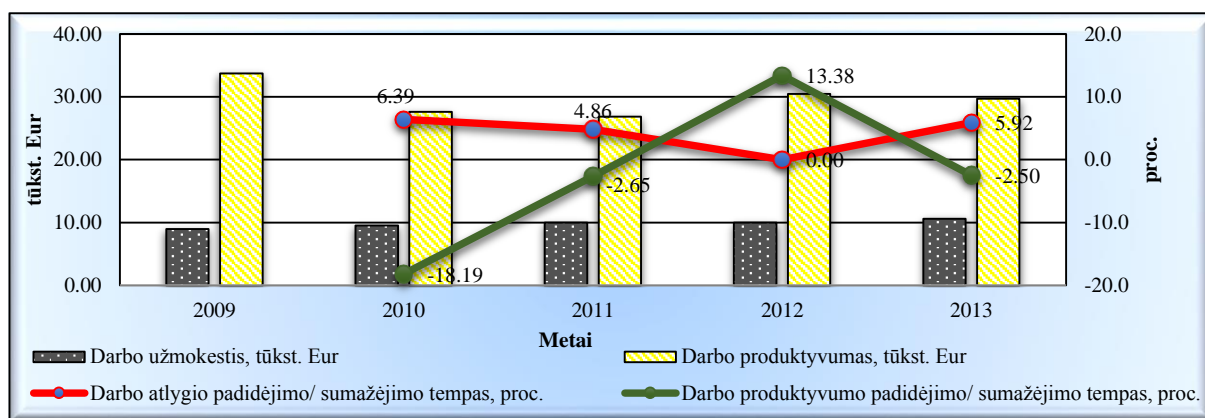
Gauti rezultatai rodo, kad nors alkoholinių gėrimų pramonės sektoriuje per penkerius metus darbuotojo dirbtas valandų skaičius padidėjo 100 valandų, tačiau metinis produktyvumas sumažėjo 3,65 tūkst. Eur. Tokia tendencija rodo, kad darbuotojų skaičiaus ir jų dirbto laiko pokyčiai yra labai svarbūs veiksniai lemiantys pridėtinės vertės sukūrimą pramonės sektoriuje.

Darbo produktyvumo ir išlaidų darbuotojų atlyginimams kitimo tendencijų lyginamoji analizė. Kiekviename pramonės sektoriuje augantis darbo našumas didina šakos konkurencingumą teigiamai įtakojant šalies ekonomiką. Didėjantis darbo produktyvumas suteikia galimybę nedidinant produkcijos kainų ir nemažinant pelno dalies padidinti darbuotojų darbo užmokesť. Tačiau ne visuomet tarp darbo našumo ir mokamo darbo užmokesčio egzistuoja tarpusavio ryšys. Tai lemia šalies ekonomikos išsivystymas, valstybės politika, pramonės sektorius, darbo rinka ir kiti veiksniai tiesiogiai įtakojantys darbo užmokesčio dydį.

Lietuvos alkoholinių gėrimų pramonės sektorius priskiriamas žemų arba vidutiniškai žemų technologijų grupei. Alkoholinių gėrimų pramonės analizė rodo, kad sektoriuje vidutinis darbo užmokestis tenkantis vienam dirbančiajam žymiai viršija šalies bei apdirbamosios pramonės darbo rodiklius. Šalies ūkyje vienas darbuotojas vidutiniškai per metus 2009 m. uždirbo 5,42 tūkst. Eur, apdirbamojoje pramonėje 5,83 tūkst. Eur, o alkoholinių gėrimų sektoriuje – 8,95 tūkst. Eur metinių pajamų. Tai 1,54 karto daugiau nei apdirbamojoje pramonėje bei 1,65 karto daugiau nei šalies ūkyje gaunantis vienas dirbantysis (žr. 8 priedą). Tokia tendencija rodo, kad alkoholinių gėrimų pramonėje išlaidos vienam dirbančiajam yra kur kas didesnės nei visos šalies vidurkio. Todėl tikslinga traktuoti, kad sektorius yra pajėgus konkuruoti darbo rinkoje su kitomis pramonės šakomis dėl aukštos kvalifikacijos darbuotojų pritraukimo bei išlaikymo.

Remiantis aukštos kvalifikuotos darbo jėgos poreikiu, tikslinga įvertinti darbo jėgos išlaidų įtaką darbo produktyvumui. Šiai intencijai apskaičiuotas koreliacijos koeficientas parodė, kad tarp darbo produktyvumo ir išlaidų personalui analizuojamu laikotarpiu egzistavo silpnas atvirkštinis ryšys ($r = -0,49$), t. y. didėjant sektoriaus išlaidoms personalui mažėjo darbo produktyvumas ir priešingai (9 priede pateiktas grafinis darbo našumo ir darbo atlygio ryšio vaizdas). Apskaičiuotas alkoholinių gėrimų pramonės pastarųjų rodiklių regresijos koeficientas rodo, kad 24,22 proc. darbo produktyvumo kitimo įtakoją išlaidų vienam dirbančiajam pasikeitimas. Atlikta regresinė analizė rodo, kad išlaidoms darbo užmokesčiui padidėjus 1 tūkst. Eur, darbo produktyvumas sektoriuje sumažėja 0,110 tūkst. Eur.

Siekiant įvertinti alkoholinių gėrimų pramonės išlaidų vienam dirbančiajam įtaką darbo produktyvumui, tikslinga atlikti šių veiksnių tarpusavio kitimo analizę pramonės sektoriuje (žr. 17 pav.).



17 pav. Alkoholinių gėrimų pramonės darbo produktyvumo ir išlaidų darbo užmokesčiui kitimas 2009 – 2013 m.
(sudaryta autorės, remiantis Lietuvos statistikos departamento duomenimis)

Vertinant šakos darbo produktyvumą bei darbo atlygio išlaidas darbuotojams 2009 – 2013 m. laikotarpiu pastebėti skirtingi didėjimo/ mažėjimo tempai. Nustatyta, kad analizuojamu laikotarpiu alkoholinių gėrimų pramonės darbo produktyvumas kito labiau nei išlaidos vienam dirbančiajam. Nors 2010 m. išlaidos vienam dirbančiajam padidėjo 6,39 proc., tačiau tai sektoriuje sumažino darbo produktyvumą net 18,19 proc. Tokia tendencija, patvirtina koreliacijos koeficiento rezultata, kad darbo išlaidų didėjimas pramonėje neigiamai įtakojo darbo produktyvumo kitimą. Tačiau bėgant laikui atotrūkis tarp šių rodiklių šakoje mažėjo. 2011 m. palyginti su 2010 m. darbo išlaidų padidėjimas 4,86 proc. lėmė kiek mažesnę produktyvumo sumažėjimą – 2,65 proc. Žymus pokytis nustatytas 2012 m. kuomet nepakitus išlaidoms darbuotojams darbo produktyvumas šoktelėjo 13,38 proc., t. y. iki 30,46 tūkst. Eur. Taigi 2013 m. išlaidoms vienam dirbančiajam padidėjus 5,92 proc., palyginti su 2009 m., darbo produktyvumas sumažėjo 2,50 proc. Tikslinga manyti, jeigu ateityje ir toliau augs išlaidos darbo jėgai, sektoriuje išlaikyti aukštesnę nei šalies darbo našumą, gali būti sunku.

Apibendrinant galima teigti, kad dabartinėje konkurencinėje rinkoje labai svarbu kontroliuoti išlaidas personalui, nes tai yra vienas iš veiksnių sudarantis galimybę konkuruoti. Konkurencijos palaikymui, sumažinant išlaidas personalui, yra investavimas į materialines investicijas, kurių dėka atnaujinamos technologijos, gerinama gaminių kokybė bei, žinoma, sumažinamos darbo išteklių sąnaudos.

4.4. Lietuvos alkoholinių gėrimų pramonės materialinių investicijų analizė ir vertinimas

Šiandieninėje nuožmioje konkurencinėje aplinkoje norint išlikti konkurencingiems svarbu užtikrinti aukštą gamybos produktyvumą bei gaminių kokybę. Tai pasiekama įdiegus į gamybą pažangias technologijas bei nuolat vykdant ilgalaikio materialaus turto atnaujinimą. Materialinių investicijų dėka rinkai teikiami ne tik žinomi ir paklausūs gaminiai konkurencinga kaina, bet ir

produkcijos inovacijos. Nuolatinės įmonių materialinių investicijų programos užtikrina gamybos efektyvumą bei veiklos plėtimąsi, tuo pačiu apsisaugant nuo darbo jėgos trūkumo ir gamybos kaštų didėjimo.

Atlikus tyrimą nustatyta, kad bendrame šalies ūkyje ir apdirbamojoje pramonėje 2009 – 2013 m. materialinės investicijos didėjo. Tačiau alkoholinių gėrimų pramonės įmonių įdėjiniai į materialųjį turtą analizuojamu laikotarpiu bendrų rinkos tendencijų. Analizuojamo sektoriaus reikšmingumas bendroje šalies ūkio materialinių investicijų struktūros dalyje 2009 – 2013 m. sumažėjo 0,11 proc. o apdirbamojoje pramonėje – 1,88 proc. (žr. 10 priedą). Nors alkoholinių gėrimų pramonės sektoriaus materialinių investicijų dalis šalies bendroje struktūroje nėra didelė, tačiau vertėtų nepamiršti, kad šis sektorius nėra toks didelis bei efektyvus kaip kiti šalies pramonės sektoriai, pvz. tekstilės, baldų, chemijos, maisto, kuriuose veikia kur kas daugiau įmonių bei dirba darbuotojų, todėl ir materialinių investicijų idėjiniai žymiai skiriasi.

Detaliau analizuojant alkoholinių gėrimų pramonės sektoriaus materialines investicijas į žemę, naujus įrenginius bei mašinas, naują statybą, bei įsigyjant senus pastatus nustatyta, kad per 2009 – 2013 m. jos šakoje sumažėjo 5,16 proc. (žr. 12 lentelę).

12 lentelė. Alkoholinių gėrimų pramonės materialinių investicijų dinamika 2009 – 2013 m. (sudaryta autorės pagal Lietuvos statistikos departamento duomenis)

| Metai | Materialinės investicijos, tūkst. Eur | | | | | Padidėjimo/ sumažėjimo tempas (palyginimas su 2009 m.) | Padidėjimo/ sumažėjimo tempas (palyginimas su prieš tai buvusiais metais) |
|-------------------------|--|-------------|---|--|---------------|--|---|
| | Įsigyjant senus pastatus ir statinius | Į žemę | Į mašinas, įrengimus transporto priemones ir inventorių | Į naują statybą (naujus pastatus ir statinius) | Iš viso | | |
| 2009 | 746 | 243 | 6518 | 8355 | 15862 | - | - |
| 2010 | 856 | 0 | 6341 | 7536 | 14733 | -7,12 | -7,12 |
| 2011 | 855 | 0 | 7317 | 10739 | 18911 | 19,22 | 28,36 |
| 2012 | 834 | 18 | 12866 | 4191 | 17909 | 12,91 | -5,30 |
| 2013 | 322 | 0 | 6772 | 7950 | 15044 | -5,16 | -16,00 |
| Iš viso | 3613 | 261 | 39814 | 38771 | 82459 | - | - |
| Struktūra, proc. | 4,38 | 0,32 | 48,28 | 47,02 | 100,00 | - | - |

Pateikti duomenys dvyliktoje lentelėje rodo, kad analizuojamu laikotarpiu Lietuvos alkoholinių gėrimų pramonės materialinės investicijos kito netolygiai, nors pasikeitimai nebuvo labai žymūs. Reikšmingi pokyčiai nustatyti 2011 m., kuomet materialinės investicijoms, skirtos sektoriaus veiklai gerinti, siekė 18,91 mln. Eur, tai 19,22 proc. daugiau nei 2009 m., taip pat 2013 m. – kuomet investicijų programa palyginti su 2012 m. sumažėjo 16,00 proc. Tikslinga manyti, kad dalis technologiškai pažangių įrengimų, mašinų, pastatų buvo įsigyti anksčiau arba įsigyjamai daryti palaipsniui, todėl materialinės investicijos šakoje sumažėjo. Taip pat, viena iš priežasčių gali būti sumažėjęs per analizuojamą laikotarpį sektoriuje veikiančių įmonių skaičius. Būtent materialinės investicijos yra

pagrindinė priemonė įmonėms atnaujinti nusidėvėjusius bei technologiškai pasenusius įrenginius, kurių dėka galima padidinti darbo našumą bei veiklos efektyvumą.

Per penkerius analizuojamus metus alkoholinių gėrimų pramonės sektoriaus materialinių investicijų idėjiniai, į atitinkamas investicijų grupes, buvo nevienodi. Atlikta analizė rodo, kad 2009 – 2013 m. šakoje daugiausiai investuota į mašinas, įrengimus, transporto priemones bei naują statybą. Reikšmingi investiciniai pokyčiai į mašinas įrenginius bei transporto priemones nustatyti 2012 m., kuomet investicijos palyginti su 2009 m. padidėjo beveik du kartus. Tuo tarpu pramonės sektoriaus investicijos naujai statybai žymiai išaugo 2011 m. ir siekė 10,74 mln. Eur, tačiau po to sekė šuolis žemyn, t. y. 2012 m. palyginti su 2011 m., jos mažėjo beveik 61 proc. Tikslinga manyti, kad investicijų į naujus pastatus, poreikį 2011 m. galėjo sąlygoti padidėjusi vietinė bei užsienio klientų paklausa susijusi su pagerėjusiomis po krizinėmis sąlygomis, kurios reikalavo permainų sektoriuje norint plėsti veiklą.

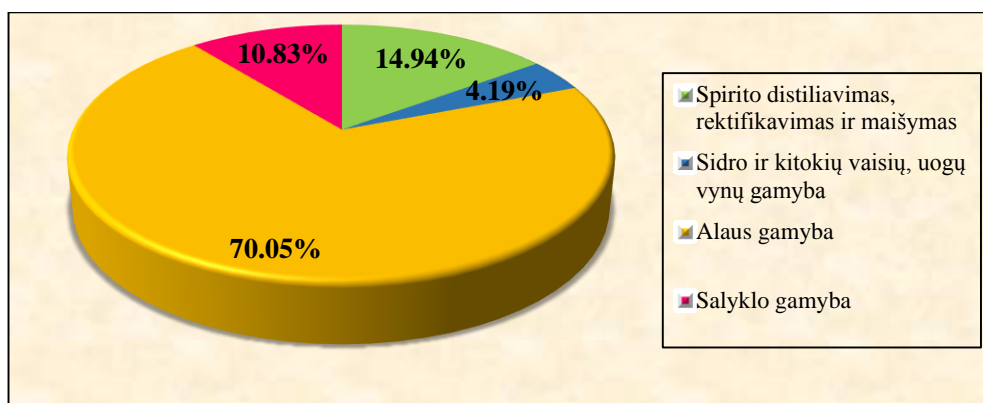
Pastaroji pasaulinė ekonominė krizė stipriai paveikė daugelį šalies pramonės sektorių, ne išimtis alkoholinių gėrimų pramonės sektorius. Siekiant pagerinti alkoholinių gėrimų pramonės veiklą, bei sumažinti neigiamus krizės padarinius, įmonės koncentravosi į materialinio turto investicijas. Atlikus alkoholinių gėrimų pramonės materialinių investicijų analizę, gauti rezultatai rodo, kad per penkerius analizuojamus metus šakos įmonės į materialųjį turtą investavo 82,46 mln. Eur. Tačiau pastebėta, kad materialinės investicijas į senus pastatus ir statinius, 2009 m. palyginti su 2013 m. sumažėjo 424 tūkst. Eur. Analizuojant sektoriaus materialinių investicijų struktūrą nustatyta, kad mažiausiai pramonėje investuota į žemės įsigijimus. Pramonės sektoriaus materialinių investicijų struktūros atžvilgiu idėjiniai į žemės įsigijimą 2009 m. sudarė tik kiek daugiau nei 1,5 proc., o 2012 m. – vos 0,1 proc. visų materialinių investicijų, tuo tarpu 2010, 2011 ir 2013 metais visiškai nebuvo investuojama į šią sritį šakoje.

Siekiant gamybą vykdyti efektyviai būtina investuoti į gamybos įrenginius, kurių modernizavimas lemia darbo jėgos poreikio sumažinimą, naudojamų žaliavų efektyvumą gaminant aukštesnės kokybės gaminius juos operatyviau pateikiant rinkai. Alkoholinių gėrimų pramonės sektoriuje per 2009 – 2013 metus daugiausiai investuota į mašinas, įrengimus bei transporto priemones, kurios sudarė net 39,81 mln. Eur arba 48,28 proc. visų materialinių investicijų šakoje. Ne ką mažiau investuota ir į naujų pastatų statybą – 38,77 mln. Eur, t. y. 47,02 proc. visų materialinių investicijų šakoje. Taigi, galima daryti išvadą, kad Lietuvos alkoholinių gėrimų pramonės įmonės nuolat investuoja į gamybos įrengimus, mašinas, transportą, statinius siekiant padidinti sektoriaus darbo produktyvumą bei gaminių kokybę, taip įgyjant konkurencinius pranašumus rinkoje užtikrinant šakos konkurencingumą.

Analizuojant alkoholinių gėrimų pramonės įmonių investicijas į materialųjį turtą 2009 – 2013 m. didelių pokyčių nepastebėta. Tikslinga manyti, jog tai įtakojo pramonės įmonių apyvartų augimas. Alkoholinių gėrimų sektoriuje veikiančių įmonių apyvartos 2013 m. palyginti su 2009 m. išaugo 24,34 proc. (žr. 11 priedą). Taigi, tikslinga manyti, kad kiekvienais metais sektoriuje veikiančios įmonės tam

tikrą dalį pelno skiria investicijoms į mašinas, įrengimus, naujas technologijas siekiant sumažinti gamybos išlaidas, padidinti darbo našumą bei efektyvumą. Tačiau, kita vertus, sektoriaus apyvartos realios situacijos apie jame veikiančių įmonių veiklos naudingumą nepateikia. Apyvarta tai yra tik gautų pajamų suma, kuri neįvertina patirtų sąnaudų, kurios ne visuomet viršija pajamas. Todėl tikslinga sektoriaus įmonių veiklos efektyvumą vertinti pagal grynojo pelningumo rodiklį. Gėrimų pramonėje³ grynas pelningumo rodiklis 2013 metais siekė 4,68 proc., kuris palyginti su 2009 m. sumažėjo 2,78 proc. Grynojo pelningumo rodiklis rodo, kad gėrimų pramonėje ūkio subjektams sudėtinga vykdyti veiklą. Rodiklio žemėjimas įspėja, kad gėrimų sektoriuje yra būtinos naujovės, nes prekių konkurencingumas rinkoje smunka.

Atliktus 2009 – 2013 m. materialinių investicijų pasiskirstymo tarp alkoholinių gėrimų pramonės sektoriuje veikiančių įmonių analizę, žymių pokyčių nepastebėta. Bendrosios materialinės investicijos tenkančios vienai sektoriuje veikiančiai įmonei per 2009 – 2013 m. svyravo tarp 0,23 ir 0,62 mln. Eur. (žr. 12 priedą). Detaliau analizuojant materialinių investicijų pasiskirstymą alkoholinių gėrimų subsektoriuose nustatyta, kad analizuojamu laikotarpiu, daugiausia investuota alaus gamybos subsektoriuje (žr. 18 pav.).



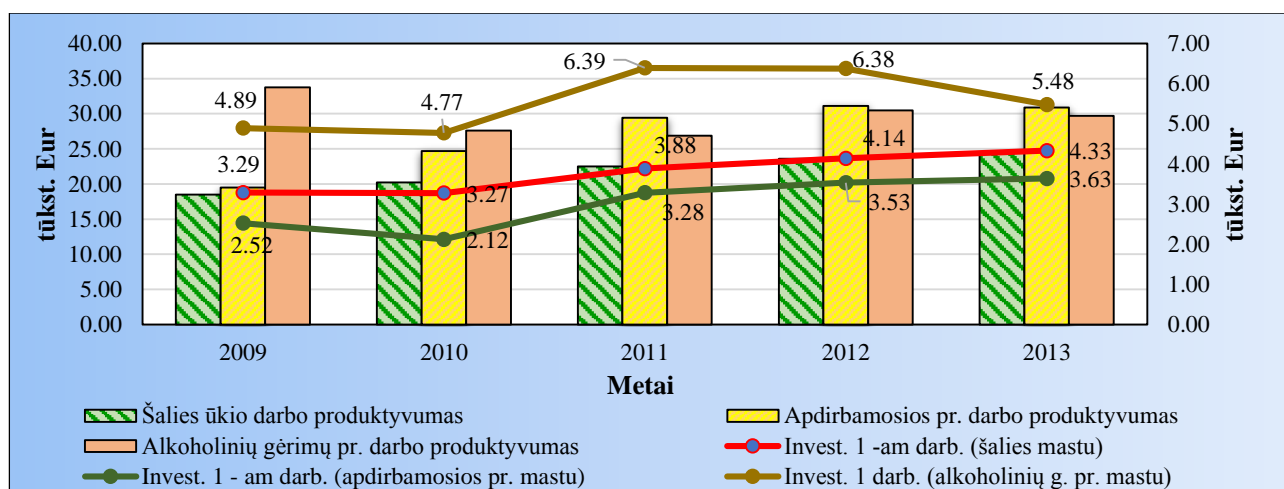
18 pav. Lietuvos alkoholinių gėrimų pramonės materialinių investicijų struktūra per 2009 – 2013 m., proc.
(sudaryta autorės pagal Lietuvos statistikos departamento duomenis)

Akivaizdu, kad alaus gamybos subsektoriuje materialinių investicijų idėjiniai 2009 – 2013 m. buvo didžiausi, kurie per penkerius metus sudarė net 70,05 proc. visų alkoholinių gėrimų pramonės materialinių investicijų. Viena iš priežasčių – šiame subsektoriuje veikiančių įmonių skaičius didžiausias. Atlikus alkoholinių gėrimų pramonės subsektorių analizę, gauti rezultatai rodo, kad pagal materialinių investicijų dydį tenkantį vienai įmonei dominavo spirito distiliavimo, rektifikavimo ir

³ Lietuvos statistikos departamente nėra detalizuojamas alkoholinių gėrimų šakos grynojo pelningumo rodiklis, pateikiami bendri gėrimų (alkoholinių ir nealkoholinių) duomenys. Tačiau galima remtis bendru gėrimų pramonės rodikliu, nes alkoholinių gėrimų sektorius 2013 m. užėmė daugiau nei 70 proc. visų gėrimų rinkoje veikiančių įmonių skaičiaus, taip pat gėrimų pramonėje nealkoholinių gėrimų bendra apyvarta per 2009 – 2013 m. tesudarė 8,56 proc. visos sektoriaus apyvartos.

maišymo subsektorius, kuriame vidutiniškai tenkantis materialinių investicijų dydis vienai įmonei siekė 0,62 mln. Eur per metus. Akivaizdu, stipriųjų alkoholių gėrimų gamintojams, su dideliais produkcijos gamybos kaštais, pasipriešinti didelę paklausą rinkoje turintiems silpniesiems alkoholiniams gėrimams įmanoma tik gausiai investuojant į materialųjį turtą. Detalesniam pramonės vertinimui atlikti, tikslinga įmonėms tenkanti materialinių investicijų dydį analizuoti kartu su dirbančiaisiais pramonėje.

Atlikus investicijų tenkančių vienam darbuotojui analizę, visos šalies bei apdirbamosios pramonės mastu, pastebėtas žymus alkoholinių gėrimų pramonės sektoriaus lyginamasis pranašumas. Apskaičiuota, kad investicijos tenkančios vienam darbuotojui alkoholinių gėrimų pramonėje 2013 m. buvo 1,15 tūkst. eurų didesnės nei visos šalies investicijos tenkančios 1 – am darbuotojui, bei už apdirbamosios pramonės – 1,85 tūkst. eurų. Tokia situacija rodo, kad alkoholinių gėrimų pramonėje materialinių investicijų dydis tenkantis vienam darbuotojui žymiai viršija šalies bendrus rodiklius. Tikslinga manyti, kad aukštesnius pramonės rezultatus įtakoja tai, kad alkoholinių gėrimų sektoriuje veikiančių įmonių bei dirbančiųjų skaičius nėra didelis, bei mažėjantis, kitaip nei kituose šalies sektoriuose, kuriuose dirbančiųjų skaičius kelis – keliasdešimt kartų viršija analizuojamą šaką (žr. 19 pav.). Tačiau teigti, kad alkoholinių gėrimų pramonės sektorius yra technologiškai išvystęs tikrai negalima, tai rodo pastarieji analizės rezultatai.



19 pav. Materialinių investicijų ir darbo produktyvumo kitimas 2009 – 2013 m. (sudaryta autorės pagal Lietuvos statistikos departamento duomenis)

Didelės materialinės investicijos į gamybą sumažina įmonių pelningumus, tačiau kai programa įgyvendinama, pelningumo rodikliai dažniausiai didėja, nes tas pats gaminių kiekis pagaminamas per trumpesnę laiką su santykinai mažesnėmis sąnaudomis. Siekiant išsiaiškinti ar egzistuoja ryšys tarp materialinių investicijų ir darbo produktyvumo, naudinga taikyti koreliacinę analizę. Analizuojant materialinių investicijų ir darbo produktyvumo ryšį visos šalies mastu nustatyta, kad tarp kintamųjų yra labai stiprus ryšys ($r = 0,967$), o apdirbamosios pramonės mastu – stiprus ryšys ($r = 0,825$). Tačiau koreliacinės analizės rezultatai rodo, kad alkoholinių gėrimų pramonės sektoriuje pastarųjų veiksmų ryšys neatitinka bendrų šalies tendencijų (žr. 13 priedą). Apskaičiuotas koreliacijos koeficientas ($r = -$

0,329) parodė, kad tarp materialinių investicijų ir darbo produktyvumo, analizuojamame sektoriuje, egzistuoja silpnas ryšys (grafinis kintamųjų tarpusavio priklausomybės vaizdas pateikiamas 14 priede). Ryšio silpnumą pramonės sektoriuje galima pagrįsti tuo, kad nors šaka investuoja į materialųjį turtą nuolatos, tačiau idėjiniai neatitinka sektoriaus poreikių ir kitimo tempų, tai kartu įrodo mažėjanti šakos sukuriama pridėtinė vertė. Remiantis determinacijos koeficientu galima teigti, kad alkoholinių gėrimų pramonėje tik 10,83 proc. darbo produktyvumo kitimo lemia materialinių investicijų dydis.

Taigi, atlikta darbo produktyvumo ir materialinių investicijų analizė suformuoja tam tikras tendencijas. Visų pirma, nors analizės rezultatai parodė, jog tarp darbo produktyvumo ir materialinių investicijų tenkančių vienam darbuotojui ryšys yra silpnas, tačiau negalima paneigti, kad jos yra būtinos siekiant aukšto gamybos efektyvumo, kokybės gerinimo bei sąnaudų mažinimo. Juk daugelis materialinių investicijų atsiperka tik po kurio laiko. Galima teigti, kad nuolatiniai materialinio turto diegimai modernizuojant technologijas yra neišvengiami tolimesniam alkoholinių gėrimų pramonės konkurencingumo užtikrinimui rinkoje. Užsienio šalių alkoholinių gėrimų įmonės yra įdiegusios kur kas pažangesnes technologijas, todėl šalies alkoholinių gėrimų pramonės gamybos efektyvumo didinimui, kuriant investicijų programas, vertėtų pasinaudoti užsienio valstybių patirtimi.

Antra, Lietuvoje daugelyje pramonės šakų gamyba vis dar paremta didesniais darbo nei kapitalo ištekliais. Tuo tikslu, alkoholinių gėrimų pramonės sektoriuje, nuolatos diegiant technologines naujoves, stengiamasi sumažinti darbo jėgos paklausą taip padidinant įmonių pelningumus ateityje. Lietuvos alkoholinių gėrimų pramonės sektorius nėra didelis, jame veikia daug mažų ir keletas didelių įmonių ar jų susijungimai. Smulkiuose įmonėse, dėl finansinių lėšų stokos, sunku modernizuoti senus įrengimus, mašinas, plėsti gamybą įsigijant naujose patalpose. Tam reikalingos didelės investicijos, kurias gali sau leisti tik didžiosios alkoholinių gėrimų įmonės turinčios tam pakankamai lėšų. Todėl siekiant sumažinti atsilikimą tarp didžiųjų ir mažų įmonių būtina pritraukti užsienio investicijas, kurios padidintų šakos gamybos produktyvumą, sukuriant konkurencines sąlygas importuojamiems gaminiams. Taip pat šioje situacijoje turėtų prisidėti įvairios šalies alkoholinių gėrimų įmonių asociacijos, kurios paskatintų įmonių bendradarbiavimą, dalyvavimą tarptautiniuose projektuose, konkursuose. Taigi alkoholinių gėrimų pramonės plėtra ateityje galima tik intensyviai ir nuolatos investuojant į modernius įrengimus, technologijas, taip padidinant sektoriaus sukuriamą pridėtinę vertę.

4.5. Lietuvos alkoholinių gėrimų pramonės atskleistojo santykinio pranašumo vertinimas ES (28) kontekste

Lietuva tarptautinius mainus vykdo su įvairiais pasaulio regionais. Nors Lietuvos alkoholinių gėrimų pramonė tik nedidelę dalį produkcijos eksportuoja į ES (28) regiono šalis, tačiau prekybiniai mainai su šiuo regionu šaliai yra labai svarbūs konkurencingumo palaikymui bei didinimui. Būtent dėl ES (28) šalių eksporto į šalį, šalies alkoholinių gėrimų pramonė yra konkurencinga kitų šalių rinkose dėl

plačiai vykdomo reeksporto. Taigi, siekiant įvertinti Lietuvos alkoholinių gėrimų pramonės santykinį pranašumą tikslinga jį palyginti su ES (28) regionu apskaičiuojant RCA indeksą (žr. 15 priedą). Remiantis 2009 – 2013 m. užsienio prekybos mainų duomenimis, apskaičiuoti alkoholinių gėrimų pramonės sektoriaus ir jo gaminių santykinio pranašumo indeksai bei jų dinamika pateikiama 13 lentelėje.

13 lentelė. Lietuvos alkoholinių gėrimų pramonės RCA indeksų dinamika 2009 – 2013 m. (apskaičiuota autorės, remiantis Eurostat duomenimis)

| RCA indeksai | | | | | |
|------------------|-----------------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 |
| KN kodai | Alkoholiniai gėrimai | | | | |
| 220300 | 0,512 | 0,588 | 0,694 | 0,664 | 0,768 |
| 220410 | 0,351 | 0,675 | 0,629 | 0,927 | 1,301 |
| 220421 | 0,948 | 1,232 | 1,335 | 1,548 | 1,913 |
| 220429 | 0,190 | 0,262 | 0,260 | 0,274 | 0,318 |
| 220430 | 0,000 | 0,000 | 0,200 | 0,000 | 0,013 |
| 220510 | 0,840 | 0,999 | 1,177 | 1,722 | 1,460 |
| 220590 | 0,000 | 0,008 | 0,070 | 0,000 | 0,000 |
| 220600 | 4,277 | 7,369 | 9,770 | 8,539 | 12,501 |
| 220820 | 0,619 | 0,641 | 0,631 | 0,692 | 0,796 |
| 220830 | 0,104 | 0,060 | 0,062 | 0,124 | 0,105 |
| 220840 | 0,168 | 0,209 | 0,296 | 0,452 | 0,418 |
| 220850 | 0,422 | 0,070 | 0,084 | 0,083 | 0,087 |
| 220860 | 1,195 | 0,915 | 0,918 | 0,938 | 1,322 |
| 220870 | 0,193 | 0,117 | 0,393 | 0,652 | 0,664 |
| 220890 | 1,001 | 1,024 | 0,906 | 0,907 | 0,733 |
| Visa šaka | 0,654 | 0,813 | 0,893 | 0,990 | 1,247 |

Atlikta analizė parodė, kad Lietuvos alkoholinių gėrimų pramonės sektorius pasižymi santykinai žemu lyginamuoju pranašumu (RCA) prieš ES (28) šalis. Tačiau indekso kitimo tendencijos rodo, kad santykinis pranašumas ES (28) šalių atžvilgiu kasmet didėja. Alkoholinių gėrimų sektoriaus 2013 m. santykinis pranašumo rodiklis rodo, kad Lietuvos alkoholinių gėrimų pramonės eksporto dalis šalies eksporte užėmė aukštesnes pozicijas nei ES (28) šalys šios šakos bendrame sąjungos eksporte.

Analizuojant alkoholinių gėrimų produkcijos subpozicijų⁴ RCA indekso duomenis nustatyta, kad tik penkios prekių subpozicijos, analizuojamu laikotarpiu, turėjo konkurencinį pranašumą ES (28) šalių atžvilgiu. Pagal RCA indekso reikšmes, nenuginčijamą santykinį pranašumą Lietuvos alkoholinių gėrimų pramonė analizuojamu laikotarpiu įgijo kitų fermentuotų gėrimų (sidras, kriausių sidras, midus

⁴ Kombinuotoji nomenklatura. (2016). [žiūrėta 2016-02-11]. Prieiga per internetą http://osp.stat.gov.lt/documents/10180/224717/KN_2016.pdf. Darbe analizuojamų prekių pozicijų ir subpozicijų sutrumpinimas pateikiamas 16 priede.

ir kt., toliau 2206) gaminių subpozicija. Taip pat sektoriaus santykinis pranašumas, nors ir ne toks ryškus, ES (28) šalių atžvilgiu, nustatytas putojančio vyno (toliau 220410), kitų vynu (toliau 220421), vermuto ir kitų vynu iš šviežių vynuogių (toliau 220510), bei degtinės (toliau 220860) subpozicijų gaminių. Santykinio pranašumo indekso dinamika parodė, kad alkoholinių gėrimų šakos salykinio alaus (220300), kitų vynu (220429), romo ir kitų spiritų (220840), likerių ir kordialų (220870) konkurencingumas ES (28) atžvilgiu didėja. Vienintelė alkoholinių gėrimų subpozicija visiškai neturinti lyginamojo pranašumo analizuojamu laikotarpiu išliko kiti vermutai ir kiti vynai iš šviežių vynuogių (220590), todėl palankių prognozių šiai subpozicijai ateityje numatyti netikslinga. RCA indekso dinamika parodė, kad šalies alkoholinių gėrimų pramonė praranda santykinį pranašumą džinų ir genevos (220850) bei kitų stipriųjų gėrimų (220890) subpozicijose. Taigi mažėjant vienu gaminių santykiniai pranašumui didėja kitų gėrimų pranašumas. Pramonėje veikiančios įmonės vis daugiau orientuojasi į kitas, strategiškai naudingesnes, gaminių pozicijas, taip padidinant ne tik įmonių, bet ir šakos konkurencingumą. Tikėtina, kad jei alkoholinių gėrimų pramonės santykinio pranašumo indeksas (RCA) ir toliau kasmet didės, tai šakos pranašumas ES (28) šalių atžvilgiu dar labiau išaugs.

Be pastarojo rodiklio, gerėjančią alkoholinių gėrimų pramonės konkurencinę situaciją tarptautinėje erdvėje ES (28) atžvilgiu, rodo santykinio prekybos balanso (toliau RTB) didėjimas dinaminio požiūriu, nors ir visu 2009 – 2013 m. laikotarpiu šakos santykinis prekybos balanso indeksas išliko neigiamas (žr. 14 lentelę).

14 lentelė. Alkoholinių gėrimų pramonės RTB indeksai 2009 – 2013 m. (apskaičiuota autorės, remiantis Eurostat duomenimis)

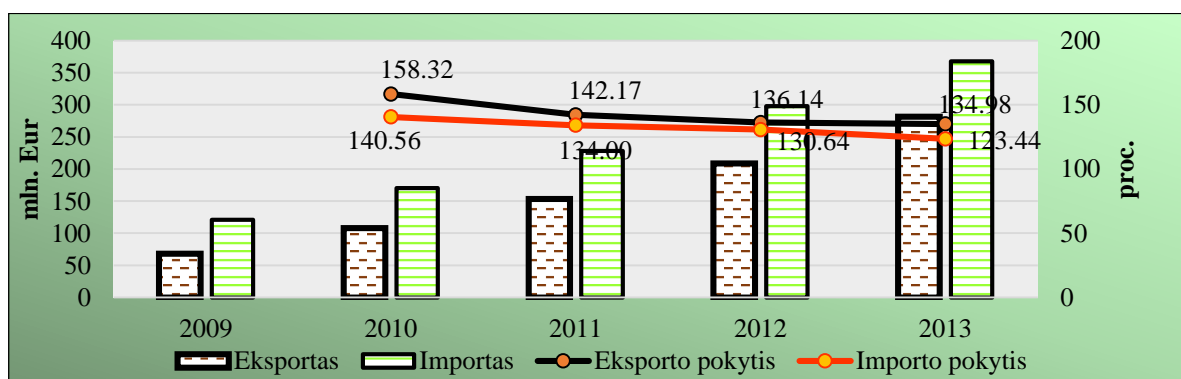
| Rodikliai | Metai | | | | |
|--|--------|--------|--------|--------|--------|
| | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 |
| Alkoholinių gėrimų pramonės RTB | -0,280 | -0,224 | -0,196 | -0,176 | -0,132 |
| ES (28) alkoholinių gėrimų pramonės RTB | 0,989 | 0,990 | 0,990 | 0,990 | 0,990 |

Per penkerius metus šakos RTB indekso deficitas sumažėjo beveik du kartus, tokia tendencija rodo, kad šalies alkoholinių gėrimų pramonės bendras eksporto tempas didėjo greičiau nei importas. Tuo tarpu atlikus ES (28) šalių prekybos balanso analizę konkurencinių pasikeitimų analizuojamu laikotarpiu nepastebėta. Analizuojant alkoholinių gėrimų pramonės sektoriaus gaminių subpozicijas pastebėta tendencija, kad tik vienintelė – kitų fermentuotų gėrimų (220600) subpozicija, analizuojamu laikotarpiu turėjo teigiamą prekybos balansą. Tuo tarpu kitos (nepaminėtos) šakos prekių subpozicijos santykinio pranašumo 2009 – 2013 m. nebuvo įgijusios. Apibendrinant galima teigti, kad augančios RTB ir RCA indekso reikšmės rodo gerėjančią Lietuvos alkoholinių gėrimų pramonės gaminių konkurencinę situaciją ES (28) šalių atžvilgiu.

4.6. Lietuvos alkoholinių gėrimų pramonės eksporto analizė ir vertinimas

Pramonės šakos sugebėjimą konkuruoti bei įgyti pranašumą rinkoje rodo užsienio prekybos rodikliai. Tarptautinės prekybos dėka alkoholinių gėrimų pramonės įmonėms sudaromos puikios sąlygos įsilieti į naujas rinkas. Vertinant užsienio prekybos rodiklius, labiausiai akcentuojamas eksporto potencialas, kuris rodo konkurencinį pranašumą prieš kitas šalis. Tuo tarpu importas – būtinybė, kuri užpildo vietinę rinką trūkstamais gaminiais, kurių šalis negali pagaminti dėl žaliavų stokos arba nepajėgi pasiūlyti už konkurencingą kainą.

Kaip jau buvo minėta, Lietuvos alkoholinių gėrimų pramonė net 70,59 proc. produkcijos 2013 metais realizavo vietinėje rinkoje, todėl sektoriaus dalis šalies ūkio eksporto struktūroje aukštos pozicijos neužėmė. Užsienio prekybos rodiklių analizė parodė, kad alkoholinių gėrimų šakos eksporto bei importo tempai 2009 – 2013 m. didėjo sparčiau nei viso šalies ūkio. Per analizuojamus penkerius metus pramonės sektoriaus eksportas išaugo 4,14 karto, o importas – 3,04 karto, tuo tarpu šalies eksportas 2,08 karto, o importas 2,00 karto (žr. 17 priedą.). Taigi užsienio prekybos analizė rodo, kad 2009 – 2013 m. šakos bei šalies eksporto apimtys augo sparčiau nei importas. Padidėjusios eksporto apimtys į užsienio valstybes, sektoriaus užimamą dalį šalies eksporto struktūroje padvigubino, t. y. nuo 0,58 iki 1,15 proc. Kita vertus, nors sektoriaus eksportas, dinaminio aspektu, augo sparčiau nei importas, tačiau tai neprilygo importuojamos produkcijos į šalį mastams, kurie 2013 m. viršijo pardavimus 85,98 mln. Eur. Alkoholinių gėrimų eksporto ir importo dinamika vaizdžiai pateikiama 20 paveiksle.

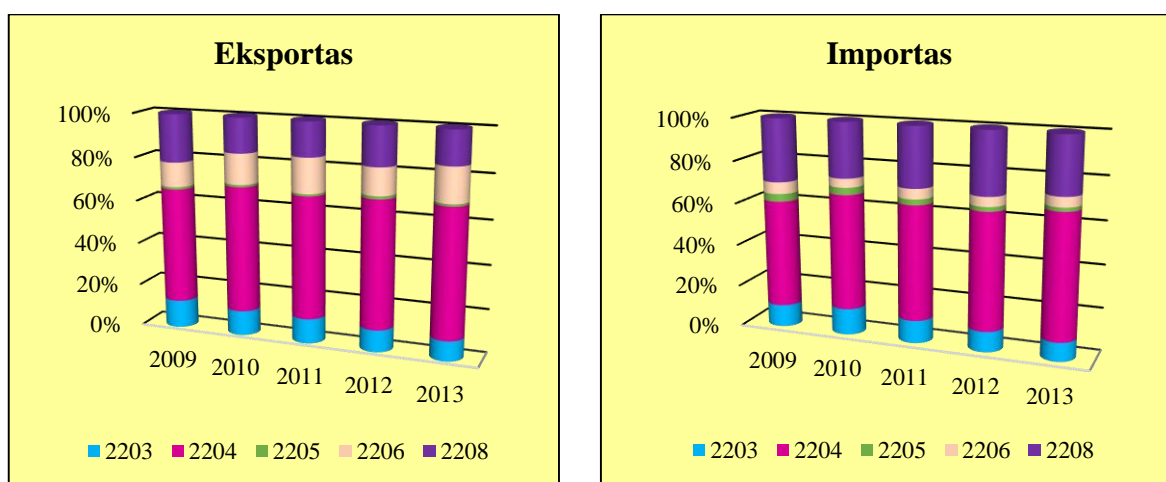


20 pav. Alkoholinių gėrimų pramonės užsienio prekybos rodiklių dinamika 2009 – 2013 m. (sudaryta autorės, remiantis Lietuvos statistikos departamento duomenimis)

Lietuvos alkoholinių gėrimų pramonė 2009 m. eksportavo produkcijos už 68,04 mln. Eur, o išaugus paklausai bei išsiplėtus rinkoms – 2013 m. jau už 281,45 mln. Eur. Vidutiniškai kasmet alkoholinių gėrimų pramonės eksportas didėjo 53,35 mln. Eur, t. y. 42,91 proc. Išaugus produkcijos paklausai užsienio rinkose, gaminių pardavimai ne vietinėje rinkoje padidėjo iki 29,41 proc. Didėjantys eksporto tempai rodo teigiamas alkoholinių gėrimų pramonės sektoriaus konkurencines prognozes, nes dabartinėje perpildytoje vietinėje rinkoje išlikti konkurencingiems ypač sunku.

Atlikus įvežamos produkcijos apimčių kitimo analizę, pastebima nepalanki situacija pramonės sektoriaus gamybai. Per 2009 – 2013 m. importuotos alkoholinių gėrimų produkcijos vertė į šalį išaugo iki 331,96 mln. Eur, o tai 1,31 karto daugiau nei buvo eksportuota gaminių. Tai įtakojo šakos užsienio prekybos balanso deficito padidėjimą 85,98 mln. Eur. Tikslinga manyti, kad importo santykinį pranašumą lemia pramonės sektoriaus gamybos efektyvumo nepakankamumas. Mat į Lietuvą iš Prancūzijos, Italijos ir Ispanijos 2009 – 2010 m. įvežamos produkcijos didžiąją dalį sudarė vynuogių vynas, kuris buvo skirtas ne tik vietinės rinkos paklausai tenkinti, bet ir reeksportui. Tačiau remiantis užsienio prekybos 2009 – 2013 metų analize drąsiai prognozuoti, kad sektoriaus eksporto augimo tendencija išliks ir ateityje, rizikinga. Agresyvi konkurencinė aplinka, rinkos nepastovumas bei santykių aštrėjimas su kaimyninėmis valstybėmis skatina sektorių užtikrinti aukštą konkurencingumo lygį kitų šalių atžvilgiu, nes tai yra garantas pramonės veiklos efektyvumui. Siekiant pateikti detalesnę alkoholinių gėrimų pramonės užsienio prekybos rodiklių vertinimą, tikslinga atlikti šakos produkcijos sklaidos analizę.

Lietuvos klimatas ir geografinė padėtis palanki ne visų alkoholinių gėrimų gamybai. Todėl tarptautiniams prekybiniams mainams vykdyti bei šakos konkurencingumui užtikrinti yra būtina, iš kitų šalių, importuota produkcija skirta perpardavimui. Tai sąlygoja alkoholinių gėrimų pramonės gamybos neefektyvumas, neleidžiantis pasiekti masto ekonomijos, žaliavų nepakankamumas bei nesugebėjimas užtikrinti konkurencingas pramonės gaminių kainas. Stebint alkoholinių gėrimų užsienio prekybos rodiklių struktūros pokyčius, pagal kombinuotosios nomenklatūros klasifikatoriaus skirstymą, nustatyta, kad 2009 – 2013 m. šakoje daugiausiai eksportuota bei importuota vyno pagaminto iš šviežių vynuogių (2204) (žr. 18 priedą). Šių gaminių dalis sektoriaus eksporte per 2009 – 2013 m. išaugo iki 59,02 proc., o importe 58,38 proc. (žr. 21 pav.). Tokia tendencija rodo, kad vartotojų poreikiai kinta – vynuogių vyno paklausa vietinėje ir užsienio rinkoje auga.

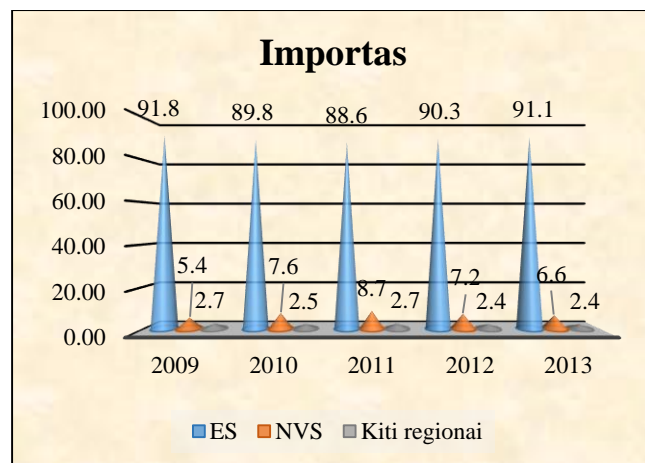
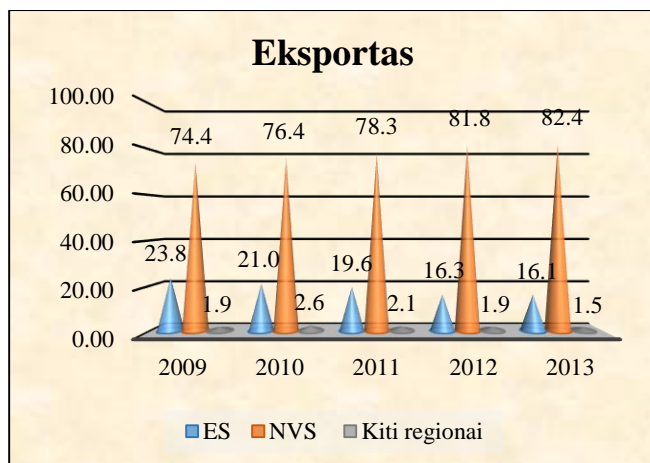


21 pav. Alkoholinių gėrimų pardavimų struktūros analizė 2009 – 2013 m., proc. (sudaryta autorės, remiantis Lietuvos statistikos departamento duomenimis)

Atlikus alkoholinių gėrimų pramonės produkcijos pardavimų struktūros kitimą pastebėta nepalinki situacija alaus (2203), vermuto, kitų vynu (2205) ir stipriųjų gėrimų (2208) prekių subpozicijoms, kurios užsienio prekyboje praranda konkurencines pozicijas. Alkoholinių gėrimų šakos užsienio prekybos struktūroje per analizuojamus penkerius metus sumažėjo vermuto ir kitų vynu iš šviežių vynuogių (2205) eksportas iki 1,03 proc., o importas iki 1,84 proc., tuo tarpu stipriųjų alkoholinių gėrimų (2208) eksportas iki 15,07 proc., o importas iki 26,34 proc. Kitokia tendencija pastebėta kitų fermentuotų gėrimų (sidro, midaus ir kt.) (2206) pozicijoje, kuomet jų dalis alkoholinių gėrimų pramonės eksporte 2013 m. padidėjo iki 15,65 proc. Taigi, trumpiau tariant vynas iš šviežių vynuogių (2204) 2013 m. užėmė didžiausią analizuojamo sektoriaus struktūros dalį užsienio prekyboje, tuo tarpu kiti fermentuoti (sidro, midaus ir kt.) (2206) bei stiprieji alkoholiniai gėrimai (2208) sudarė daugiau kaip po 15 proc., o alus (2203) ir vermutas, kiti vynai (2205) nesudarė nei po 10 proc. visos eksporto sudėties. Akivaizdu, didėjantys parduodamų bei importuojamų vynu (2204) kiekiai tarptautinėje erdvėje rodo apie vartotojų skonių pokyčius bei persiorientavimą į lengvųjų gėrimų rinką. Analizės rezultatai rodo, kad 2009 – 2013 m. vyno (2204) paklausą šaka tenkino tik gausiai importuojant, nes šalies sektoriuje per analizuojamą laikotarpį pagaminta vos 3,098 mln. dekalitrų, o eksportuota 28,178 mln. dekalitrų (žr. 19 priedą). Tokia situacija rodo apie pramonės sektoriaus konkurencinių pozicijų stiprėjimą bei plėtrą importuojamų produktų dėka. Tačiau šakos konkurencingumo vertinimui nustatyti produkcijos pardavimų pokyčius nepakanka, svarbu nustatyti į kokias šalis sutelktas didžiausias sektoriaus eksporto potencialas.

Lietuvos alkoholinių gėrimų pramonė, remiantis Lietuvos statistikos departamento duomenimis, 2013 m. eksportavo produkciją į daugiau nei 60 pasaulio šalių. Geografiniu aspektu, Lietuvos alkoholinių gėrimų pramonės vykdomus tarptautinius mainus, galima suskirstyti į šešis regionus: Europos Sąjunga (ES (28)), Nepriklausomų valstybių sandrauga (NVS), Europos laisvosios prekybos asociacija (ELPA), Azijos, Afrikos ir kitos likusias pasaulio šalys (žr. 20 priedą).

Alkoholinių gėrimų pramonės užsienio prekybos analizė rodo, kad didžioji dalis produkcijos – 82,35 proc., 2013 m. buvo eksportuota į NVS regiono šalis. Tuo tarpu šakos importe dominavo produkcija iš ES (28) regiono, sudariusi net 91,08 proc. viso alkoholinių gėrimų importo 2013 m. (žr. 22 pav.).



22 pav. Lietuvos alkoholinių gėrimų pramonės eksporto ir importo pagal regionus struktūra 2009 – 2013 m., proc. (sudaryta autorės, remiantis Lietuvos statistikos departamento duomenimis)

Vertinant alkoholinių gėrimų pramonės sektoriaus eksportuojamų ir importuojamų prekių pardavimus, pateiktoje diagramoje matyti, kad kiekvienais analizuojamais metais prekybiniai mainai su NVS regiono šalimis didėjo. Tuo tarpu tarp Lietuvos ir ES (28) regiono šalių, analizuojamu penkerių metų laikotarpiu, prekybinių mainų lyginamoji dalis šakos eksporte sumažėjo 7,62 proc., nors ir eksportas į ES (28) padidėjo 2,81 karto. Tai įtakojo padidėjusios eksporto apimtys 4,58 karto į NVS regiono šalis, žymiai sumažinusios ES (28) regiono dalį šakos eksporto struktūroje.

Kiek kitokia tendencija pastebėta alkoholinių gėrimų pramonės importo struktūroje. Per 2009 – 2013 m. šakos importo struktūroje dominuojančią poziciją išlaikė prekių importas iš ES (28) regiono šalių, kurių lyginamoji dalis šakos importo struktūroje nežymiai sumažėjo iki 91,08 proc. Analizuojant užsienio prekybos pokyčius nustatyta, kad per 2009 – 2013 m. šakos eksportas į ES (28) regiono šalis padidėjo 29,25 mln. Eur, tuo tarpu importas iš ES (28) šalių – 232,82 mln. Eur. Tokia situacija rodo, kad šalies alkoholinių gėrimų pramonės produkcijos konkurencingumas ES (28) šalių aspektu yra žemas. Sąjungos šalys importavo produkcijos į Lietuvą 203,57 mln. Eur daugiau nei pačios išleido. Taigi tyrimas rodo, kad sektoriui didžiausias konkurencinis spaudimas jaučiamas iš ES (28) regiono šalių. Tai nestebina, nes sąjungos šalių konkurencinius pranašumus tarptautinėje rinkoje lemia vartotojų pamėgti gaminiai dėl gamybos tradicijų savitumo, plataus asortimento, patrauklaus kainos ir kokybės santykio.

Atlikta tarptautinės prekybos analizė rodo, kad Lietuvos alkoholinių gėrimų pramonė 2009 – 2013 m. mažiausiai produkcijos eksportavo ir importavo iš ELPA, Azijos, Afrikos ir kitų (neišvardintų ir nepriklausančias ES (28) ir NVS) šalių regionų. Nors pramonės sektoriaus prekybiniai mainai su pastaraisiais regionais ne tokie glaudūs kaip su NVS ir ES (28) regionų šalimis, tačiau pastebimas konkurencinių pozicijų stiprinimas jose. Atlikus šakos užsienio prekybos analizę nustatyta, kad pardavimai 2013 m. palyginti su 2009 m. padidėjo į Azijos šalis 6,51 karto, Afrikos – 8,88 karto, kitas likusias valstybes – 1,04 karto, tačiau į ELPA regioną sumažėjo 0,94 karto (žr. 15 lentelę). Taigi, žymiausi teigiami pokyčiai 2009 – 2013 m. įvyko prekyboje su NVS, Azijos ir Afrikos šalių regionais.

Didėjantys eksporto pardavimai signalizuoja apie alkoholinių gėrimų pramonės skverbimąsi į naujas rinkas, bei plėtrą jau esamose. Tai stiprina konkurencines pozicijas tarptautinėje erdvėje užtikrinant šakos konkurencingumo didėjimą.

**15 lentelė. Tarptautinių mainų pokyčiai pagal regionus, mln. Eur
(sudaryta autorės pagal Lietuvos statistikos departamento duomenis)**

| Regionas | Eksportas | | Pasikei- timas, kartais | Importas | | Pasikei- timas, kartais | Balansas | | Pasikei- timas, kartais |
|----------------------|--------------|---------------|-------------------------------|---------------|---------------|-------------------------------|---------------|---------------|-------------------------------|
| | 2009 | 2013 | | 2009 | 2013 | | 2009 | 2013 | |
| <i>ES (28)</i> | 16,17 | 45,41 | 2,81 | 111,08 | 334,65 | 3,01 | -94,91 | -289,23 | 3,05 |
| <i>NVS</i> | 50,61 | 231,78 | 4,58 | 6,58 | 24,09 | 3,66 | 44,03 | 207,69 | 4,72 |
| <i>ELPA</i> | 0,05 | 0,05 | 0,94 | 0,03 | 0,00 | 0,12 | 0,02 | 0,04 | 2,40 |
| <i>Azijos šalys</i> | 0,22 | 1,44 | 6,51 | 0,01 | 0,18 | 15,28 | 0,21 | 1,26 | 6,01 |
| <i>Afrikos šalys</i> | 0,22 | 1,97 | 8,88 | 0,16 | 0,48 | 3,04 | 0,06 | 1,49 | 23,37 |
| <i>Kitos šalys</i> | 0,77 | 0,80 | 1,04 | 3,11 | 8,03 | 2,58 | -2,34 | -7,23 | 3,09 |
| Iš viso | 68,04 | 281,45 | 4,14 | 120,97 | 367,42 | 3,04 | -52,93 | -85,98 | 1,62 |

Nors Lietuvos alkoholinių gėrimų pramonės produkcijos eksportas 2009 – 2013 m. augo sparčiau nei importas, tačiau teigiamo šakos prekybos balanso pasiekti nepavyko. Per analizuojamus penkerius metus neigiamas prekybos balansas padidėjo 33,05 mln. Eur, t. y. 1,62 karto. Tai sąlygojo žymus Prancūzijos – 76,55 mln. Eur, Italijos – 53,37 mln. Eur bei Ispanijos – 29,21 mln. Eur. importo padidėjimas (žr. 21 priedą). Tikslinga manyti, kad jeigu šakos skverbimasis į ES (28) šalių regioną nedidės, tai Lietuvos alkoholinių gėrimų pramonės konkurencinės pozicijos šiame regione dar labiau sumažės, taip dar labiau padidinant šakos neigiamą prekybos saldo. Taigi akivaizdu, kad Lietuvos alkoholinių gėrimų šakai išlaikyti lygiaverčius konkurencinius santykius su pastarosiomis valstybėmis yra labai sunku, nes didžiosios ES (28) regiono alkoholinių gėrimų gamintojos – Prancūzija, Italija ir Ispanija, išvystę alkoholinių gėrimų pramonę daug plačiau nei ji vykdoma Lietuvoje, todėl šalių konkurencinės jėgos nėra lygios.

Dėl didelio konkurencinio spaudimo iš ES (28) regiono šalių, Lietuvos alkoholinių gėrimų pramonė orientuojasi į kitų regionų rinkas. Atlikus alkoholinių gėrimų pramonės užsienio prekybos analizę nustatyta, kad 2013 m. teigiamą prekybos balansą šaka išlaikė su keturiais regionais. Daugiausia alkoholinių gėrimų sektorius eksportavo į NVS šalis. Šiame regione per 2009 – 2013 m. teigiamas prekybos balansas vertine išraiška padidėjo iki 163,66 mln. Eur arba 4,72 karto. Tokia tendencija rodo sėkmingą sektoriui konkurencinį laikotarpį NVS regione, labiausiai įtakojusį eksporto padidėjimą į Rusijos, Ukrainos bei Baltarusijos šalis.

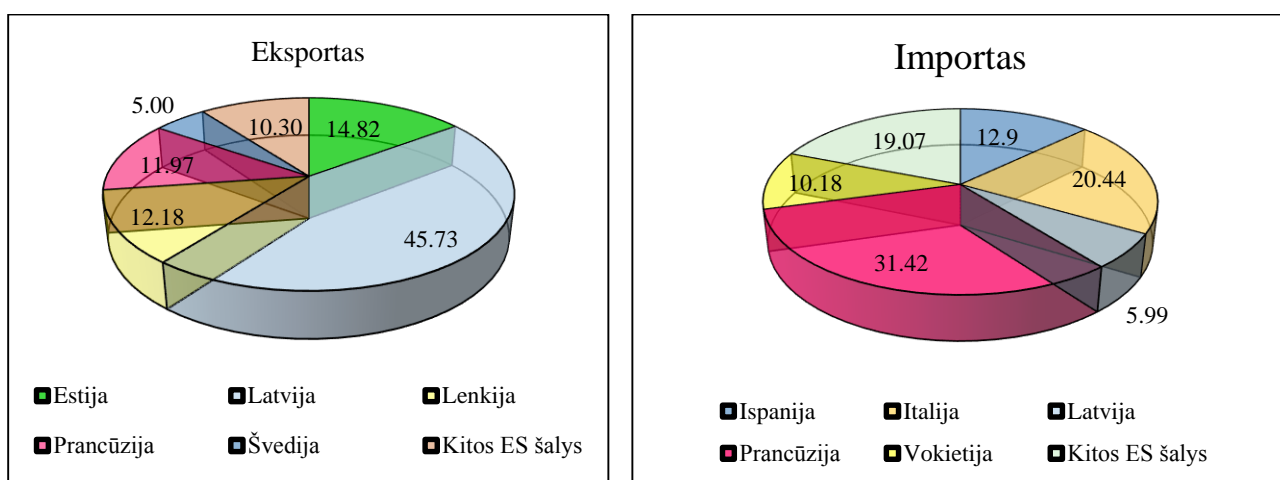
Nors Lietuvos alkoholinių gėrimų prekybiniai mainai su ELPA, Azijos, Afrikos bei kitų šalių regionu praktiškai nesikeitė ir didelės įtakos šakos užsienio prekybos rodikliams neturėjo, tačiau didėjantis šių regionų teigiamas prekybos saldo simbolizuoja apie šakos konkurencinio pranašumo didėjimą.

Siekiant objektyviai įvertinti Lietuvos alkoholinių gėrimų pramonės užsienio prekybos rodiklių pokyčius, atlikti abstraktų užsienio prekybos mainų vertinimą nepakanka. Tikslinga nustatyti į kokius regionus bei šalis sutelktas didžiausias alkoholinių gėrimų pramonės eksportas bei kurių valstybių konkurenciniai pranašumai kelia grėsmę tolimesnei sektoriaus veiklai.

Prekybos ryšių teritorinės sklaidos pokyčių analizė su ES (28) regionu. Lietuvos alkoholinių gėrimų pramonė prekybinius mainus vykdo su įvairiomis pasaulio šalimis. Lietuva yra viena iš ES (28) priklausančių šalių, su kurios šalimis vystomi glaudūs prekybiniai mainai, tai sąlygoja laisvoji prekyba, kuri leidžia produkcijai laisvai, neapmokestinant gaminių, plisti visose sąjungos šalyse.

Narystė Europos Sąjungoje šalies pramonei atvėrė daug prekybinių kelių, tačiau tuo pačiu padidino konkurencinę erdvę. Užsienio prekybos analizė rodo, kad šalies alkoholinių gėrimų pramonė analizuojamu laikotarpiu patyrė rimtus konkurencinius išbandymus prekyboje su ES (28) regiono šalimis. Nors per 2009 – 2013 m. eksportas į ES (28) šalis padidėjo 29,45 mln. Eur arba 2,81 karto, tačiau importas išaugo net 223,57 mln. Eur, t. y. 3,01 karto. Pastarieji pokyčiai neigiamai įtakojo šakos prekybos su ES (28) regionu prekybos balansą, kurio deficitas per analizuojamus penkerius metus išaugo nuo 94,91 mln. Eur iki 289,23 mln. Eur. Tokia tendencija rodo, kad šalies alkoholinių gėrimų pramonė pralaimi konkurencinę kovą su ES (28) regiono šalimis. Tačiau paneigti importo iš ES (28) šalių teikiamos naudos šalies pramonei negalima. Būtent iš ES (28) regiono šalių importuotos prekės sukuria galimybę šalies alkoholinių gėrimų rinkai įgyti stiprią konkurencinę galią kituose regionuose – ryškiausiai NVS, perparduodant importuotus gaminius.

Analizuojant alkoholinių gėrimų pramonės prekybinius mainus su ES (28) regionu, galima išskirti penkias šalis su kuriomis 2009 – 2013 m. buvo intensyviausiai vykdomi prekybiniai mainai, t. y. prekybos apimtys viršijo 5 proc. (viso eksporto/ importo struktūroje) ribą (žr. 23 pav.).



23 pav. Lietuvos alkoholinių gėrimų pramonės prekybiniai mainai ES (28) regione 2013 m., proc. (sudaryta autorės, remiantis Lietuvos statistikos departamento duomenimis)

Stebint eksporto struktūrą 2013 m. nustatyta, kad Lietuva ES (28) regione, alkoholinių gėrimų prekybinius mainus intensyviausiai vykdė su kaimyninėmis valstybėmis bei Prancūzija ir Švedija (žr.

22 priedą). Eksporto struktūros analizė rodo, kad tarp Lietuvos ir Latvijos, Estijos bei Lenkijos 2013 m. vyko apibūsė prekyba. Ypatingai sėkminga prekyba 2013 m. vyko su Latvija, į kurią išvežamos produkcijos pardavimai siekė net 45,73 proc. visų šakos pardavimų ES (28) regione. Tačiau rinkos analizė rodo, kad konkurencinėje kovoje Latvijos pozicijos šalies rinkoje auga. Lietuvos ir Latvijos prekybos balansas 2013 m. palyginti su 2012 m. sumažėjo 2,18 mln. Eur ir siekė vos 0,733 mln. Eur. Latvijos pranašumo didėjimą bene labiausiai įtakoja didžiausios Latvijos alkoholinių gėrimų bendrovės „Latvijas balzams“ konkurencinių pozicijų stiprėjimas šalyje bei plėtra į NVS regiono šalis. Tikslinga manyti, kad tolimesnis pastarosios bendrovės konkurencinių pozicijų stiprėjimas neigiamai įtakotų šalies stipriųjų alkoholinių gėrimų gamintojas – AB „Stumbras“, AB „Vilniaus degtinė“, kurios orientuojasi būtent į stipriųjų alkoholinių gėrimų gamybą. Importo struktūros analizė rodo, kad Latvija nėra viena iš rimčiausių alkoholinių gėrimų pramonės konkurenčių, kuri palyginti su kitomis ES (28) regionui priklausančiomis šalimis, 2013 m. užėmė tik ketvirtą vietą importuojamų alkoholinių gėrimų struktūroje.

Jeigu į Lietuvą palankūs prekybiniai mainai Estijai ir Lenkijai buvo 2009 – 2012 m., tai jau 2013 m. jų pranašumas žymiai sumažėjo. Analizuojamu laikotarpiu sektoriaus teigiamos prekybos tendencijos nustatytos prekybiniuose mainuose su Estija – į kurią eksportas per penkerius metus padidėjo 3,92 mln. Eur arba 2,39 karto, bei Lenkija – prekyba išaugo iki 3,69 mln. Eur, t.y. 3,01 karto. Šakos pardavimų augimas kaimyninėse šalyse sumažino užsienio prekybos balanso deficitą atitinkamai su Estija nuo 4,09 mln. Eur iki 0,48 mln. Eur bei Lenkija – nuo 3,66 mln. Eur iki 3,14 mln. Eur. Jeigu ir toliau Lietuvos konkurencinės pozicijos kaimyninėse valstybėse stiprės, o importo į šalį apimčių augimo tempai nekis arba mažės, tai ateinančiais laikotarpiais užsienio prekybos balansas su Estija ir Lenkija per pastarąjį laikotarpį gali būti teigiamas.

Detalizuojant alkoholinių gėrimų pramonės gaminių produkcijos eksportą į ES (28) regioną, pagal kombinuotosios nomenklatūros klasifikatorių, nustatyta, kad 2013 m. didžiausia paklausa buvo alaus (2203), kuris sudarė 41,56 proc. visų eksportuotų gaminių į šį regioną, o mažiausia vermuto ir kitų vynų (2205) – vos 0,32 proc.

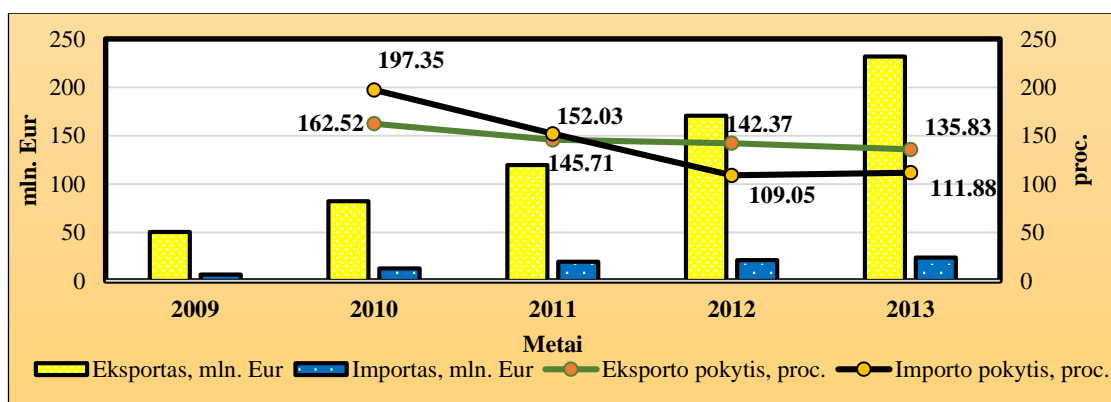
Palanki prekybinė atmosfera šalyje sukuriama didžiosioms ES (28) regiono alkoholinių gėrimų, ypač vynų subpozicijoje, gamintojoms – Prancūzijai, Italijai bei Ispanijai. Stebint importo struktūrą į Lietuvą iš ES (28) šalių, pastarųjų valstybių indėlis į šakos importą 2013 m. siekė net 64,76 proc. Prancūzija 2013 m. įvežė į šalį 19 kartų daugiau nei pati importavo, tai lėmė prekybos balanso su šia šalimi 99,72 mln. Eur deficitą. Kaip ir Prancūzijoje, Italijos bei Ispanijos šalys tik mažą dalį įsileidžia Lietuvos alkoholinių gėrimų pramonės gaminių. 2013 m. Italijos importas į šalį siekė 68,39 mln. Eur, o eksportas – 0,21 mln. Eur, o Ispanijoje importuota į Lietuvą produkcijos už 43,17 mln. Eur, o eksportuota vos už 0,12 mln. Eur. Taigi tyrimas rodo, kad kiekvienais metais ES (28) regiono šalys didina įvežamos produkcijos kiekį, ženkliai nepadidinant įsivežamos produkcijos apimčių. Tai rodo, kad Lietuva tampa

vis labiau priklausoma nuo ES (28) šalių importo, kuris reikšmingas ne tik vietinės paklausos užpildymui, bet ir tarptautiniams mainams palaikyti.

Didžiųjų importuotojų į šalį – Prancūzijos, Italijos ir Ispanijos, importo struktūroje pagal kombinuotosios nomenklatūros klasifikatorių analizuojamu laikotarpiu dominavo vyno (2204) produkcija, kuri 2013 m. sudarė net 64,81 proc. visos importuotos iš šių šalių produkcijos (žr. 23 priedą). Tikėtina, kad didelę dalį importuotų gaminių į šalį, iš pastarųjų valstybių, sudarė gatava produkcija, skirta pardavimams vietinėje rinkoje ir reeksportui. Akivaizdu, kad išlikti konkurencinėje rinkoje, konkuruojant su pastarosiomis šalimis, nelengvas iššūkis. Jos garsėja ne tik ES (28) regione, bet ir visame pasaulyje, teikiamos produkcijos kokybe bei tradicijomis, kurios vertinamos vartotojų.

Apibendrinant galima teigti, kad Lietuvos alkoholinių gėrimų pramonei atlaikyti ES (28) šalių konkurencinį spaudimą labai sunku. Kasmet fiksuojamas vis didesnis prekybos balanso deficitas rodo šalies priklausomybę nuo sąjungos šalių importuotos produkcijos. Jeigu Lietuvos alkoholinių gėrimų pramonės konkurencinės pozicijos nedidės atremti konkurencinį spaudimą, ypač mažoms įmonėms, iš ES (28) šalių bus dar sunkiau.

Prekybos su NVS regionu įtaka šalies alkoholinių gėrimų pramonei. Palankiausi alkoholinių gėrimų pramonės prekybiniai mainai 2009 – 2013 m. vyko su NVS regiono šalimis. Per penkerius analizuojamus metus eksporto apimtys į NVS šalis padidėjo 181,17 mln. Eur, o tuo tarpu importas 17,51 mln. Eur. Šalies alkoholinių gėrimų pramonė 2013 m. eksportavo net 9,62 karto daugiau produkcijos nei importavo iš NVS regiono. Taigi Lietuvos alkoholinių gėrimų pramonės pranašumas prieš NVS regiono šalis, yra akivaizdus (žr. 24 pav.). Vidutiniškai kiekvienais metais eksportas į NVS regiono šalis augo po 45,29 mln. Eur., o importas – 4,38 mln. Eur. Taigi prekybinių mainų NVS regione analizė rodo, kad importo augimo tempai neatitinka eksporto tendencijų, tačiau drąsiai teigti, kad šakos aukštos konkurencinės pozicijos išliks ir ateityje, negalima. Neprognozuotumą sąlygoja didėjanti konkurencija bei dabartinė tvyranti įtampa tarp Rusijos ir Lietuvos.



24 pav. Prekybinių mainų su NVS regionu dinamika 2009 – 2013 m.
(sudaryta autorės, remiantis Lietuvos statistikos departamento duomenimis)

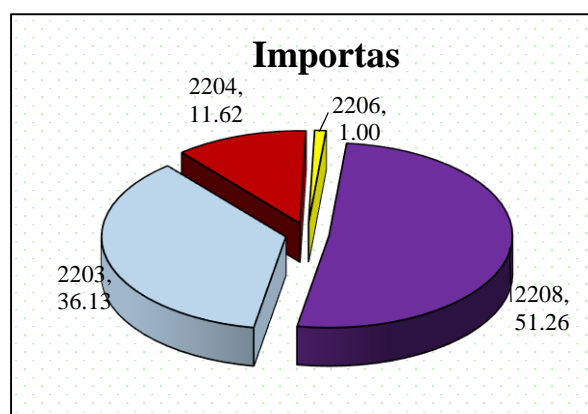
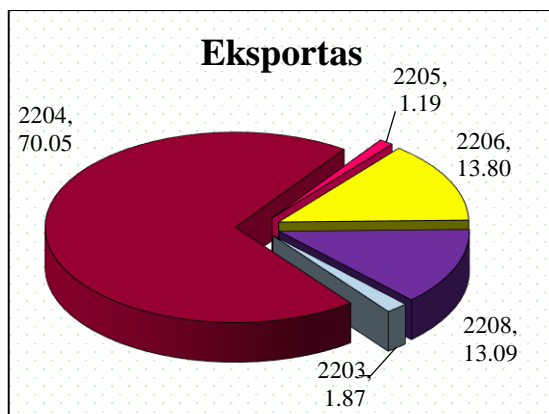
Atlikus prekybinių mainų sklaidos analizę, gauti rezultatai rodo, kad pagrindinės NVS regiono prekybos partnerės su Lietuva 2009 – 2013 m. buvo Rusija, Baltarusija, Ukraina bei Kazachstanas. Analizuojamu laikotarpiu šakos prekybiniai mainai nevyko su Tadžikija, Turkmėnija bei Uzbekistanu. Vienpusė eksporto prekyba vyko su Kazachstanu bei Kirgizija, o importo – Armėnija ir Azerbaidžanu (išskyrus 2013 m.). Į Kazachstaną, Lietuva 2013 m. eksportavo produkcijos už 0,5 mln. Eur, o į Kirgiziją už 0,169 mln. Eur.

Užsienio prekybos rodiklių analizė NVS regione rodo, kad šalies konkurencinės pozicijos 2009 – 2013 m. šiame regione augo. Didžiausią įtaką, sektoriaus teigiamo prekybos saldo padidėjimui iki 207,70 mln. Eur, turėjo 4,51 karto išaugęs eksportas į Rusiją. Per penkerius analizuojamus metus teigiamas prekybos balansas su Rusija padidėjo 170,72 mln. Eur. Tokia prekybinė situacija rodo, kad šalies alkoholinių gėrimų pramonė didžiausią prekybinį potencialą yra sutelkusi į Rusijos rinką. Tačiau dabartinis Lietuvos ir Rusijos politinis nestabilumas, įspėja apie galimus neigiamus prekybinius santykius ateityje, kurie skaudžiai paveiktų alkoholinių gėrimų pramonės įmonių veiklą, todėl būtina ieškoti naujų plėtros galimybių siekiant išvengti priklausomybės nuo vienos prekybos partnerės.

Su kitomis NVS regiono šalimis – Ukraina, Baltarusija, Moldovos Respublika, Gruzija, Azerbaidžanu bei Armėnija, 2009 – 2013 m. nustatyta, nepalanki pramonei, importo į šalį didėjimo tendencija. Didžiausia įtampa tvyro prekybiniuose mainuose su Baltarusija. Per penkerius metus eksportas į Baltarusiją išaugo 9,28 karto, o tuo tarpu importas iš šios šalies – 11,88 karto, tai sąlygojo neigiamo prekybos saldo padidėjimą iki 3,481 mln. Eur. Ypač sėkmingas 2009 – 2013 m. laikotarpis nustatytas Ukrainai. 2009 m. Lietuva turėjusi sąlyginai mažą neigiamą prekybos balansą su Ukraina, 2013 m. pasiekė jau 2,66 mln. Eur deficitą. Ši tendencija rodo, kad Lietuvos alkoholinių gėrimų pramonė praranda konkurencines pozicijas prekybiniuose mainuose su Ukraina. Daugelyje NVS regiono šalių darbo jėga yra pigesnė nei Lietuvoje, todėl šios šalys turi konkurencinių pranašumų tarptautinėje rinkoje, siūlant pigesnes.

Kylant šalių ekonomikai ir didėjant gyventojų perkamajai galiai, vartotojų poreikiai keičiasi. Rinkos analizė rodo, kad alkoholinių gėrimų rinkoje paklausa didėja fermentuotiems gėrimams, vynui, alui, taip užimdami stipriųjų alkoholinių gėrimų vietą rinkoje.

Analizuojant užsienio prekybos rodiklių NVS regione struktūrą, nustatytas skirtingas alkoholinių gėrimų produkcijos poreikis. 2013 m. net 70 proc. šalies pramonės eksporto sudarė vyno (2204) pardavimai į NVS regioną, o šių gaminių importas į šalį tik 12 proc. visos importo struktūros (žr. 25 pav.). Lietuvos alkoholinių gėrimų pramonė 2013 m. į NVS regioną eksportavo vyno (2204) daugiau kaip už 162 mln. Eur, kitų fermentuotų gėrimų (2206) už – 31,98 mln. Eur, stipriųjų alkoholinių gėrimų (2208) – 30,3 mln. Eur, o kitos produkcijos parduota vos už 7,08 mln. Eur.



25 pav. Lietuvos alkoholinių gėrimų pramonės prekybiniai mainai su NVS regionu 2013 m., proc. (sudaryta autorės, remiantis Lietuvos statistikos departamento duomenimis)

Pateiktose diagramose matyti, kad didžiausias eksporto potencialas 2013 m. buvo koncentruotas į vyno (2204) pardavimus. Net 97,5 proc. viso eksportuoto vyno (2204) į NVS regioną 2013 m. buvo teikiama Rusijos rinkai. Tyrimas parodė, kad reikšmingi pokyčiai šakoje per 2009 – 2013 m. įvyko prekybiniuose mainuose su Baltarusija – paklausa šalies pramonės produkcijai išaugo net 9 kartus. Analizuojamu laikotarpiu Baltarusijos vartotojų poreikiai išliko stabilūs – daugiausia eksportuota alaus (2203) bei vyno (2204). Bendruose eksporto pardavimuose 2013 m. alaus eksportas į Baltarusiją sudarė net 25,85 proc. viso šios prekės eksporto į NVS regioną. Tuo tarpu likusiose (nepaminėtose) NVS regiono šalyse reikšmingų pokyčių, lemiančių šakos gėrimų eksporto žymius pasikeitimus, analizuojamu laikotarpiu nenustatyta.

Atlikus importo struktūros į šalį iš NVS regiono šalių tyrimą nustatyta skirtinga, nei eksporto, gaminių asortimento paklausa. Į Lietuvą iš NVS regiono 2013 m. daugiausia (87 proc.) įvežta stipriųjų alkoholinių gėrimų (2208) bei alaus (2203), kurių bendra vertė siekė 21,05 mln. Eur. Daugiausiai gaminių importuota iš trijų šalių – Baltarusijos, Rusijos ir Ukrainos. Alkoholinių gėrimų produkcijos importo analizė NVS regione parodė, kad 2013 metais vyno (2204), vermuto ir kitų vynu (2205) bei kitų fermentuotų gėrimų (2006), produkcija didelės paklausos Lietuvos rinkoje neturėjo, jų importuota vos 13 proc. viso alkoholinių gėrimų importo į šalį iš NVS šalių.

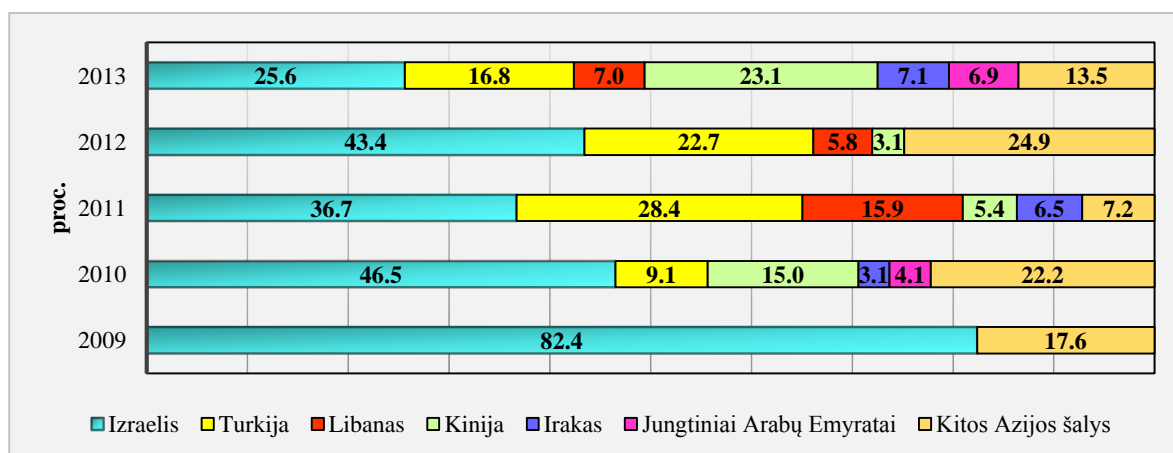
Apibendrinant galima teigti, kad sėkmingiausi prekybiniai mainai NVS regione analizuojamu laikotarpiu vyko su Rusija. Šalies pramonei didėja konkurencinis spaudimas iš Baltarusijos bei Ukrainos, kurių importas į šalį kiekvienais metais auga. Tuo tarpu su kitomis NVS šalimis – Armėnija, Uzbekistanu, Azerbaidžanu, Tadžikija prekybiniai mainai didelės įtakos šakos importuojamų gaminių struktūroje neturėjo ir neprognozuojama, jog artimiausiu laiku gali turėti.

Lietuvos alkoholinių gėrimų pramonės konkurencinių galimybių analizė ir vertinimas kitų šalių regione. Lietuvos alkoholinių gėrimų pramonės prekybiniai mainai su ELPA, Azijos, Afrikos ir kitų šalių regionais vyksta vangiai. Tai lemia dideli transportavimo kaštai, muitai bei kultūrų skirtumai.

Analizuojant prekybinius mainus su ELPA, Azijos bei Afrikos regiono šalimis nustatyta, kad analizuojamu laikotarpiu vyko vienpusė eksporto prekyba.

Atlikus teritorinės sklaidos analizę su ELPA regiono šalimis nustatyta, kad 2009 – 2013 m. šaka daugiausia produkcijos eksportavo į Norvegiją – už 2,33 mln. Eur. Tačiau paskutiniųjų analizuojamų metų duomenys rodo, kad šakos konkurencinės pozicijos ELPA regione praktiškai išnyko, eksportas į Norvegiją sumažėjo beveik 100 proc. Tikslinga manyti, kad susiklosčiusią nepalankią konkurencinę situaciją ELPA regione galimai įtakojo laisvosios prekybinės zonos nebuvimas. Šio regiono šalys nepriklauso ES (28), todėl produkcijos tiekimas yra apmokestinamas dideliais muitais. Kita, šalies alkoholinių gėrimų pramonės eksporto rinkų siaurėjimas galimai susijęs su ELPA regiono rinkos perpildymu, todėl produkcijos eksportas į šį regioną nėra pelningas arba gaminiai neturi paklausos. Taigi, mažėjantis šalies alkoholinių gėrimų pramonės produkcijos tiekimas į ELPA regiono šalis rodo, kad šaka priversta ieškoti naujų plėtros rinkų, siekiant išlaikyti bei pagerinti konkurencingumą.

Konkurencinių eksporto rinkų sumažėjimą ELPA regiono šalyse, alkoholinių gėrimų pramonė kompensavo prekybinių pozicijų padidėjimu Azijos šalyse (žr. 26 pav.).

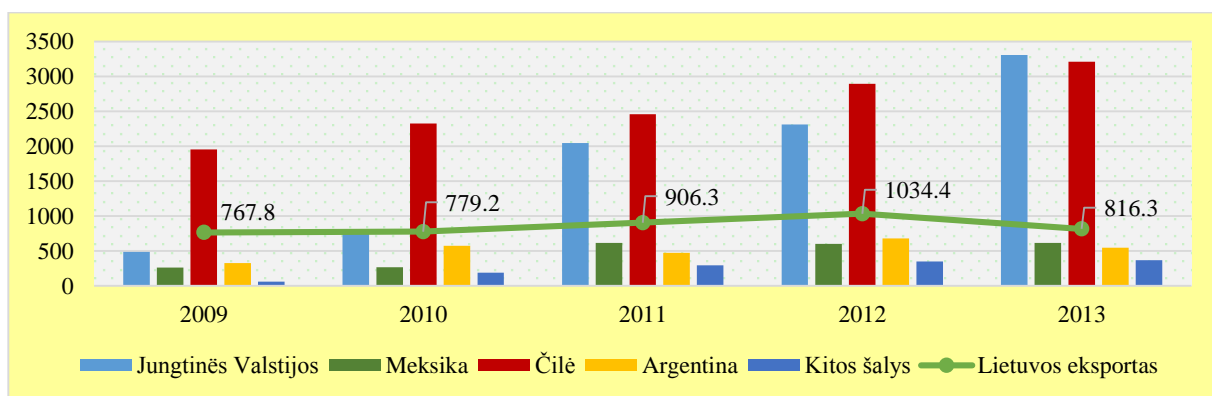


26 pav. Lietuvos alkoholinių gėrimų pramonės eksporto sklaida į Azijos regioną 2009 – 2013 m. (sudaryta autorės, remiantis Lietuvos statistikos departamento duomenimis)

Azijos regiono valstybėse, kaip ir ELPA, analizuojamu penkerių metų laikotarpiu vyko praktiškai vienpusiai eksporto mainai. Lietuvos alkoholinių gėrimų pramonės sektorius didžiausią prekybinį potencialą išlaikė su Izraeliu, Turkija bei Kinija, į kurias eksportuota 62,25 proc. viso 2013 m. eksporto į Azijos šalių regioną. Atlikus Azijos šalių eksporto struktūros analizę nustatyta, kad alkoholinių gėrimų pramonė vykdė plėtrą į Libaną, Honkongą, Iraką bei Jungtinius Arabų Emyratus. Analizuojamu laikotarpiu į Azijos šalis daugiausiai eksportuota stipriųjų gėrimų (2208) už 2,8 mln. Eur, tai net 76,62 proc. visų alkoholinių gėrimų struktūros į šį regioną. Rinkos tendencijos rodo, kad šakos gaminių paklausos padidėjo Azijos šalyse ateityje nevertėtų prognozuoti, nes šiose valstybėse dėl didelio kultūrų skirtumo alkoholiniai gėrimai nėra paklausios prekės.

Afrika. Vienu neturtingiausių pasaulio žemynų laikomas Afrika. Į šį žemyną Lietuvos alkoholinių gėrimų pramonė 2013 metais eksportavo vos 0,70 proc., o importavo – 0,13 proc., visos produkcijos vertės. Pagrindinė eksporto partnerė 2009 – 2013 m. išliko Kenija, į kurią pardavimai kasmet vidutiniškai didėjo po 0,37 mln. Eur. Detalizuojant produkcijos pardavimus į Keniją nustatyta, kad analizuojamu laikotarpiu į šią šalį eksportuota tik alaus (2203) produkcija. Tuo tarpu Lietuva iš šio regiono importavo produkciją tik iš Pietų Afrikos, kurios apimtys penkerių metų laikotarpiu padidėjo iki 0,45 mln. Eur. Pagal prekių asortimentą, importe iš Pietų Afrikos, dominavo vyno (2204) produkcija.

Kitos šalys. Kitaip nei ELPA ir Azijos šalių regionuose, kitų šalių regiono šalys 2009 – 2013 m. alkoholinių gėrimų produkcijos daugiau eksportavo į Lietuvą nei importavo. Čia 2013 m. importas į Lietuvą iš kitų šalių regiono 10,04 karto viršijo šalies eksportą. Tai sąlygojo alkoholinių gėrimų pramonės su kitų šalių regionu užsienio prekybos balanso 7,23 mln. Eur deficitą.



27 pav. Kitų šalių regiono importo ir Lietuvos alkoholinių gėrimų pramonės pardavimų dinamika 2009 – 2013 m., tūkst. Eur
(sudaryta autorės, remiantis Lietuvos statistikos departamento duomenimis)

Teritorinės sklaidos analizė kitų šalių regione 2009 – 2013 m. rodo, kad Lietuva daugiausiai produkcijos eksportavo į Jungtines Valstijas (3,18 mln. Eur). Tai bendruosiuose eksporto pardavimuose į kitų šalių regioną sudarė 74,19 proc. visos, per penkerius metus, eksportuotos produkcijos (žr. 27 pav.). Tačiau analizuojant šalies ir Jungtinių Valstijų tarpusavio mainius nustatyta, kad Lietuva konkurencinę kovą su šia valstybe pralaimi. Alkoholinių gėrimų importas į Lietuvą 2013 m. viršijo eksportą 5,77 mln. Eur. arba 2,81 karto. Pateiktame dvidešimt septintame paveiksle taip pat matyti, kad konkurencinę kovą Lietuva pralaimi Kanadai, Meksikai, Čilei bei Argentinai. Pagrindinė konkurentė, kitų šalių regione, 2009 – 2013 m. išliko Čilė, kurios importas į šalį išaugo 1,26 mln. Eur, arba 1,64 karto. Atlikta teritorinės sklaidos kitų šalių regione analizė rodo, kad kiekvienais metais šalyje auga Meksikos ir Argentinos konkurencinės pozicijos. Meksikos importas 2009 – 2013 m. išaugo 2,35 karto, o Argentinos – 1,68 karto.

Reziumuojant galima teigti, kad Lietuva su ELPA, Azijos bei Afrikos šalimis vykde vienpusę alkoholinių gėrimų eksporto prekybą. Nepalankūs prekybiniai mainai vyko su aukštą ekonominių

išsivystymo lygį turinčia Norvegija, konkurencinių pozicijų praradimas ELPA regione buvo nukreiptas į plėtrą Azijos šalyse. Atlikta analizė rodo, kad šalies pramonė silpnus prekybinius ryšius analizuojamu laikotarpiu palaikė su Afrikos šalimis, kuriose plėtros galimybės dėl vartojimo, kultūros skirtumų yra ribotos. Taigi didžiausias konkurencinis spaudimas Lietuvos alkoholinių gėrimų pramonei jaučiamas iš kitų šalių regiono, kuris, labai tikėtina, ateityje tik dar labiau didės.

4.7. Klasterizacijos procesai Lietuvos alkoholinių gėrimų pramonėje

Dabartinėje rinkoje vyksta reikšmingi ekonominiai pokyčiai iš esmės keičiantys konkurencijos taisykles. Besiformuojanti žinių ekonomika skatina glaudesnę įmonių tarpusavio bendradarbiavimą, žinių perdavimą, inovacijų diegimą formuojant klasterius. Remiantis Porter „Deimanto“ modeliu, susijusių ir palaikančių pramonės šakų jungimosi veiksnys yra vienas iš kertinių suteikiančių pranašumą tarptautiniuose mainuose. Šiuo metu Lietuvoje klasterių kūrimas yra vienas svarbiausių pramonės sektorių konkurencingumo didinimo prioritetų.

Paskutinioji praėjusi pasaulinė krizė neigiamai įtakojo šalies pramonę. Krizės laikotarpiu sumažėjo gamyba, pardavimai, smuko tarptautinis konkurencingumas. Ne išimtis alkoholinių gėrimų pramonės sektorius. Šakos problemoms įveikti 2009 m. Baltijos gėrimų pramonės aljanso pagrindu jėgas suvienijo kelios stambios gėrimus ir pakuotes gaminančios bei tvarkančios įmonės, tarp kurių AB „Stumbras“, UAB „Italiana LT“. ABBI klasteris orientuotas į eksporto skatinimą, kuris laikomas vienu iš pagrindinių veiksmų didinančių subjektų konkurencingumą.

Be palankios šalies geografinės padėties, gilių tradicijų, alkoholinių gėrimų pramonės efektyvumas įtakojamas klasterizacijos procesu. Alkoholinių gėrimų pramonės įmonės suvokia jungimosi į klasterius naudą. Šiuo metu prie ABBI klasterio yra prisijungusios vienos iš didžiausių alkoholinių gėrimų pramonės įmonių: AB „Volfas Engelman“, AB „Stumbras“, Įmonių grupė „Alita“, AB, UAB „Italiana Lt“, UAB „Boslita ir Ko“. Klasterio dėka sudaroma galimybė diegti inovacijas, vykdyti bendrus mokslinius tyrimus ir eksperimentinę veiklą perskirstant išlaidas tarpusavyje.

Analizuojant gėrimų pramonės klasterio (ABBI) struktūrą pastebėta, kad alkoholinių gėrimų pramonės atskirų subsektorių bendradarbiavimo intensyvumas skirtingas. Mažiausiai linkusios bendradarbiauti yra alaus gamybos įmonės. Tikslinga manyti, kad dėl konkurencinių rinkos ypatybių, alaus gamybos įmonių susijungimai UAB „Švyturys-Utenos alus“, AB „Kalnapilio-Tauro grupė“ jungtis prie klasterio nėra linkę. Tokia alaus gamybos įmonių pozicija nėra visiškai teisinga, glaudūs ryšiai su kitomis gėrimų klasterio įmonėmis keičiantis informacija, diegiant bendras inovacijas, yra vienas iš būdų pasipriešinti pigaus alaus importui į šalį iš Baltarusijos, Ukrainos ir kitų šalių, taip optimizuojant mokslinės ir eksperimentinės veiklos, rinkos tyrimų ir kitus kaštus. Nors didžiosios šalies alaus gamintojos yra Lietuvos aludarių gildijos narės, tačiau šios organizacijos veikla nėra pajėgi užtikrinti konkurencingumo augimą, nes ji orientuota į gaminių tradicijų puoselėjimą, kokybės užtikrinimą.

Atsižvelgiant į alkoholinių gėrimų pramonės įmonių bendradarbiavimo būtinumą, didinant sektoriaus efektyvumą, toliau analizuojamas klasterio veikimo efektyvumas.

Augantys alkoholinių gėrimų pramonės sektoriaus pardavimai ir didėjanti užsienio prekybos sklaida rodo teigiamą ABBI klasterio teikiamą naudą. Nuo gėrimų pramonės klasterio (ABBI) sukūrimo, alkoholinių gėrimų pramonės įmonių plėtra tarptautinėje erdvėje žymiai išsiplėtė. Pradėta eksportuoti produkciją į egzotines šalis, sustiprintos rinkos pozicijos kaimyninėse šalyse. Tai galima sieti su ABBI klasterio teikiama nauda, nes vienos didžiausių analizuojamos pramonės įmonių yra prisijungusios prie šio klasterio.

Remiantis, atlikta alkoholinių gėrimų pramonės sektoriaus analize (konstruktyvioji darbo dalis), galima teigti, kad ABBI klasteris nefunkcionuoja visu pajėgumu. Mat per analizuojamus penkerius metus, nors pardavimai ir didėjo, sukuriama sektoriaus pridėtinė vertė (gamybos kainomis) mažėjo. Tai rodo, kad didžiosioms pramonės įmonėms, jau nekalbant apie labai mažas, nors ir priklausančioms ABBI klasteriui nepavyksta sumažinti gamybos išlaidų ir padidinti pramonės sektoriaus reikšmingumą šalies ekonomikoje.

Prisijungimas prie gėrimų pramonės klasterio, įmonėms siekiančioms plėsti prekybinę erdvę už lokaliai rinkos ribų yra naudingas. Alkoholinių gėrimų pramonės sektoriaus pardavimų didžiausią dalį sudaro alaus subsektoriaus produkcija. Šio subsektoriaus įmonių prisijungimas prie klasterio sąlygotų Alkoholinių gėrimų pramonės sektoriaus konkurencingumo efektyvumo padidinimą. Kaip jau minėta didžiosios alaus gamybos įmonės AB „Švyturys-Utenos alus“, UAB „Kalnapilio-Tauro grupė“, AB „Volfas Engelman“ ir AB „Gubernija, 2014 m. pagamino net 90 proc. viso Lietuvoje pagaminamo alaus kiekio. Tokia tendencija rodo, kad didžioji dalis alaus gamybos įmonių yra labai mažos, kurioms konkuruoti rinkoje su didžiosiomis įmonėmis, jų susijungimais bei užsienio konkurentais yra labai sunku. Alaus gamybos įmonių prisijungimas prie klasterio suteiktų galimybę bendrai investuojant į mokslinius tyrimus pasiekti aukštesnį visos pramonės darbo našumą, kuris per analizuojamus metus sumažėjo iki 25,62 tūkst. Eur. Esant dideliame skaičiui mažų įmonių, pasiekti aukštą darbo šakos produktyvumą sunku. Porter teigimu, klasterijoje dalyvaujančių įmonių veiklos efektyvumą galima ženkliai padidinti dėl sinergijos efekto, taip sumažinant gamybos išlaidas.

Per septynerius metus gėrimų pramonės klasteryje sutelkta daug inovacinių, mokslinių technologinių žinių, tyrimų informacijos, kurių dėka gerinami įmonių veiklos rezultatai bei užtikrinamas šakos įmonių konkurencingumo didinimas. Tai ypač svarbu pramonės sektoriaus įmonėms, nes tik diegiant inovacijas, atliekant rinkos tyrimus, galima padidinti gaminių sukuriama vertę. Remiantis Lietuvos statistikos departamento duomenimis gėrimų pramonės įmonės vis daugiau lėšų skiria inovacijoms diegti. 2010 – 2012 metais gėrimų sektoriuje į technologines inovacijas investavo vos 4,1 proc. visų joje veikiančių įmonių, tuo tarpu 2012 – 2014 metais – 16,7 proc. Tikslinga manyti, kad tai susiję su gėrimų pramonės klasterio veikimu.

Alkoholinių gėrimų pramonės sektoriaus įmonių struktūroje dominuoja labai mažos įmonės, kurioms investuoti į mokslinius tiriamuosius darbus, naujų produktų kūrimą, technologijų inovacijas yra sunkiai įgyvendinama. Tačiau mažų įmonių indėlis į alkoholinių gėrimų pramonę yra išties didelis. Jos yra socialinio stabilumo garantas rinkoje, išsiskiriantis lankstumu gaminant diferencijuotą produkciją, tenkinant skirtingus vartotojų poreikius. Todėl būtina didinti pastarųjų įmonių veiklos efektyvumą, kuris įmanomas tik bendradarbiaujant tarpusavyje – prisijungiant prie klasterio. Klasterizacijos dėka įmonės gali atsisakyti nepelningų, papildomų veiklų, koncentruojantis į tipinę veiklą, taip įgyvendinant masto ekonomiją.

Efektyvus klasterio funkcionavimas be mokslo institucijų yra neįmanomas. Vienintelė mokslo institucija prisijungusi prie ABBI klasterio yra Kauno technologijos universitetas. Jis atlieka įmonių informacijos sisteminimą, rinkos tyrimus, vykdo mokslinę ir eksperimentinę veiklą, kuria technologines naujoves, taip palaikant klasterio veikimo efektyvumą. Kadangi daugelis alkoholinių gėrimų pramonės įmonių naudojami tų pačių mokslo institucijų paslaugomis, todėl šakos įmonėms prisijungti prie klasterio yra naudinga siekiant sumažinti mokslinių tyrimų ir technologinės plėtros kaštus.

Apibendrinant alkoholinių gėrimų pramonės sektoriaus analizės rezultatus galima teigti, kad šakos įmonės suvokia jungimosi į klasterius teikiamą naudą. Pagrindiniai gėrimų pramonės klasterio privalumai yra informacijos sklaida, bendrų inovacijų diegimas, išlaidų moksliniams tyrimams ir eksperimentiniai veiksmai sumažinimas ir paklausos padidėjimas. Rinkos tyrimai rodo, kad klasterio įmonių bendradarbiavimas tiek su konkuruojančiomis įmonėmis, tiekėjais, tiek su mokslo institucijomis yra vangus. Siekiant efektyvesnio ABBI klasterio veikimo tikslinga daugiau dėmesio skirti mokslo institucijų pritraukimui, stiprinti įmonių tarpusavio bendradarbiavimą, keitimąsi informacija ir bendrų tyrimų organizavimą.

4.8. Lietuvos alkoholinių gėrimų pramonės konkurencingumo perspektyvos (SSGG)

Atlikus Lietuvos alkoholinių gėrimų pramonės rinkos analizę ir vertinimą, rezultatų apibendrinimui tikslinga taikyti SSGG analizės metodą. Išsami, praktiniais rinkos tyrimais paremta SSGG analizė yra vienas iš metodų suteikiančių naudingos informacijos apie turimų privalumų panaudojimą grėsmėms šalinti, galimybėms realizuoti bei silpnybėms panaikinti. Taigi, Lietuvos alkoholinių gėrimų pramonės konkurencingumo vertinimui ir rinkos situacijos apibendrinimui taikoma SSGG analizė. Šios analizės dėka numatomos pramonės sektoriaus ateities konkurencingumo didinimo alternatyvos bei galimų grėsmių poveikis šakai (žr. 16 lentelę).

16 lentelė. Lietuvos alkoholinių gėrimų pramonės SSGG analizė (sudaryta autorės)

| STIPRYBĖS | SILPNYBĖS |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> • Patogus priėjimas prie vietinių žaliavų, tinkama šalies infrastruktūra • Ilgametės gaminių tradicijos, papročiai • Prekinių ženklų žinomumo didėjimas tarptautinėje erdvėje (Alita „Brandy“, Vilniaus „Starka“ ir kt.) • Aukštus Europos Sąjungos gamybos standartus bei reikalavimus atitinkanti gaminių kokybė • Įmonių tarpusavio bendradarbiavimas, jungimasis į klasterį • Palanki teritorinė padėtis prekybiniam mainams su ES (28), NVS regionų šalimis, kultūriniai vartotojų skonių panašumai | <ul style="list-style-type: none"> • Vyrauja smulkios įmonės, kurių investicinis pajėgumas yra labai mažas • Prekių asortimento ribotumas • Marketingo kompetencijos trūkumas, prasti įgūdžiai • Nepakankamai išvystytas įmonių bendradarbiavimas su mokslo institucijomis, kuriant inovatyvius gaminius, klasterinių ryšių vangumas • Technologinės bazės ir modernių įrengimų diegimo nepakankamumas • Užsienio rinkų tyrimo ir plėtros stoka • Vietinės rinkos perpildymas, siauras pardavimų ratas • Priklausomybė nuo vyno importo |
| GALIMYBĖS | GRĖSMĖS |
| <ul style="list-style-type: none"> • Rinkos plėtra globalioje aplinkoje (ES (28), egzotinėse, kitose šalyse) • Užsienio investuotojų pritraukimas • Geri prekybiniai santykiai/ pripažinimas NVS regione • Valstybės ir ES fondų parama alkoholinių gėrimų eksporto plėtrai • Inovatyvūs gaminiai skatinantys investicijas į tyrimus ir plėtrą • Liberalios prekybos sutarčių sudarymas su patraukliomis prekybiniam mainams vykdyti užsienio valstybėmis (ELPA regionu) • Marketingo veiklos ir pardavimų efektyvumo stiprinimas diegiant inovacijas, tobulinant prekybos strategijas • Augančios gyventojų pajamos didina gaminių paklausą, o tai skatina eksporto augimą • Orientacija į paklausių, didelę pridėtinę vertę sukuriančių gaminių gamybą ir eksportą | <ul style="list-style-type: none"> • Siaura produktų eksporto diversifikacija • ES fondų parama orientuota į didžiuosius gamintojus • Priklausomybė nuo eksporto į Rusiją • Auganti paklausa didina grūdų, vaisių ir kitų žaliavų kainas • NVS regiono bei Amerikos šalių konkurencijos padidėjimas • Mokestinės naštos didinimas – nelegalios prekybos augimas • Politinių santykių su užsienio partneriais nestabilumas (Rusija, Ukraina) |

Per daugelį metų Lietuvos alkoholinių gėrimų pramonė išpuoselėjo galias gaminių tradicijas, kurių dėka gaminiai paklausūs užsienio rinkose. Lietuvos geografinė padėtis ir klimatas yra palankūs stipriųjų – degtinės, trauktinės, brendžio, bei silpnųjų – alaus, fermentuotų gėrimų gamybai reikalingų žaliavų auginimui. Trūkstant žaliavų nepakankamumą pramonės šaka užpildo importuojamomis žaliavomis iš kaimyninių šalių bei gatava produkcija iš ES (28) regiono skirta reeksportui.

Analizuojamoje pramonės šakoje didžiąją įmonių struktūros dalį užima maži ūkio subjektai. Mažos įmonės dėl finansinių lėšų stokos nepajėgios modernizuoti įrenginių, technologijų, kurti naujų inovatyvių gaminių, o tai sąlygoja neefektyvią gamybą ir nepakankamą darbo našumą. Pramonės rezultatų gerinimui naudinga pasinaudoti ES struktūrinių fondų teikiamomis paramomis, jas nukreipiant į įrengimų, technologijų modernizavimą.

Gerėjanti šalių ekonominė situacija keičia vartotojų poreikius bei didina gaminių reikalavimus, taip skatindama kokybiškos bei tarptautinius standartus atitinkančios produkcijos gamybą. Lietuvai, įstojusiai į ES (28), yra būtina užtikrinti bendrijoje nustatytų gaminių standartų laikymąsi, kokybės reikalavimus, taip įgyjant konkurencinius pranašumas tarptautinėje rinkoje.

Šiuolaikinėje globalioje aplinkoje vykstantys fundamentalūs pokyčiai keičia rinkos taisykles, prie kurių prisitaikyti yra viena išeitis – bendradarbiavimas. Alkoholinių gėrimų pramonės efektyvumo palaikymui būtinas įmonių, mokslo institucijų bendradarbiavimas sąlygojantis klasterių kūrimąsi. Šalyje veikia vienintelis su alkoholinių gėrimų pramone susijęs – ABBI klasteris. Rinkos tyrimai rodo, kad tarp prie ABBI klasterio prisijungusių įmonių bendradarbiavimas yra vangus. Todėl būtina užmegzti glaudesnius tarpusavio ryšius, kurių dėka galima sustiprinti šakos galimybes tarptautinėje rinkoje, padidinti darbo produktyvumą bei gaminių kokybę, kuriant inovatyvius projektus, atliekant rinkos tyrimus.

Nuolatos didėjanti mokestinė našta šalyje neigiamai įtakoja alkoholinių gėrimų pramonės įmonių veiklą. Mokestinės naštos didėjimas sukuria terpę nelegalios prekybos plėtimuisi bei nekonkurencinių sąlygų kūrimą vietinės rinkos gamintojams. Todėl tikslinga mokestinę bazę pritaikyti pagal šalies išvystymo lygį bei ekonominę situaciją siekiant palankesnių konkurencinių sąlygų sukūrimo lietuviškų gaminių eksportui.

Lietuvos alkoholinių gėrimų pramonė eksporto prekybinius mainus glaudžiai palaiko su NVS regionu, tuo tarpu šakos gaminių eksportas į ES (28) regioną sudaro kiek daugiau nei 16 proc., Azijos šalis 0,51, ELPA regioną – 0,02 proc. viso gaminių eksporto. Todėl galima traktuoti, kad šalies alkoholinių gėrimų pramonės šaka, eksporto požiūriu, pilnai neišnaudojusi konkurencinių galimybių ES (28), Azijos bei ELPA regionuose. Tačiau norint sėkmingai konkuruoti tarptautinėje erdvėje reikalingos materialinės investicijos, kurių dėka yra galimybė sumažinti produkcijos savikainos kaštus.

Dėl agresyvios ES (28) regiono bei didėjančios NVS šalių konkurencijos, Lietuvos alkoholinių gėrimų pramonė patiria didelį spaudimą tarptautinėje erdvėje. Lietuvos alkoholinių gėrimų pramonės pagrindinė prekybos partnerė yra Rusija, tačiau blogėjanti politinė situacija tarp šalių skatina plėsti rinką kituose regionuose, nes priklausomybė nuo vieno partnerio yra labai rizikinga. Šalies pramonė nėra pajėgi konkuruoti su didžiosiomis ES (28) regiono šalimis – Prancūzija, Italija bei Ispanija, konkurencingomis putojančių gėrimų, vynų kainomis, tačiau turi puikias sąlygas konkuruoti stipriųjų alkoholinių gėrimų pozicijoje. Konkurencijos palaikymui šalies alkoholinių gėrimų pramonė turi gerinti marketingo ir valdymo efektyvumą, kuriant inovatyvius gaminius taip dar labiau įsitvirtinant esamose bei naujose tarptautinėse erdvėse.

IŠVADOS IR REKOMENDACIJOS

1. Alkoholinių gėrimų pramonė yra viena seniausių pramonės šakų Lietuvoje puoselėjanti galias gaminių tradicijas. Rinkos tyrimai rodo, kad alkoholinių gėrimų pramonės įmonių struktūroje dominuoja smulkūs ūkio subjektai, tačiau didžiąją pardavimų rinkos dalį užima keletas stambių įmonių, jų susijungimai. Pramonės įmonės didžiąją produkcijos dalį realizuoja vietinėje rinkoje, tačiau mažėjant gyventojų skaičiui tolimesnės plėtros perspektyvos ribotos. Lokalios rinkos analizė atskleidė, kad per daugiau kaip aštuonerius metus, iki 2015 metų, gėrimų pardavimai šalyje sumažėjo sekančiai: spiritinių vynų – 39 proc., stipriųjų alkoholinių gėrimų – 37 proc., sidro ir kitų silpnųjų fermentuotų gėrimų – 36 proc. Lietuvos alkoholinių gėrimų pramonės rinkos analizė rodo, kad pagrindinė sektoriaus efektyvumo ir konkurencingumo užtikrinimo problema yra rinkų siaurėjimas tarptautinėje erdvėje. Statistikos duomenų analizė atskleidė, kad pramonės eksporto apimtys 2014 m. sumažėjo į Latvijos, Rusijos, Norvegijos bei Kazachstano šalis, kuriose sutelktas pagrindinis šakos eksporto potencialas. Siekiant pramonės įmonėms išnaudoti eksporto galimybes, būtina didinti gamybos efektyvumą gerinant ir tobulinant pardavimo ir gaminių žinomumo kompetencijas, diegiant inovacijas ir technologines naujoves. Alkoholinių gėrimų rinkos tyrimai rodo, kad pramonės sektorius, be rinkų siaurėjimo problemos, neigiamai įtakojamas šalies mokesčių politikos. Nepagrįstas akcizo tarifo didinimas lemia šešėlinės ekonomikos augimą. Rinkos tyrimai rodo, kad nelegali prekyba šalyje 2014 m. sudarė 33 proc. stipriųjų alkoholinių gėrimų rinkos, o silpnųjų gėrimų – 5 proc. Taigi, rekomenduojama prieš didinant akcizų tarifą objektyviai įvertinti mokestinių pokyčių poveikį gėrimų kainai, verslui, darbo bei šešėlinei rinkai, nes kitu atveju nelegali prekyba didės neigiamai įtakojant pramonės konkurencingumą.

2. Mokslinės literatūros analizė atskleidė, kad konkurencingumo sąvokos šaknys ekonominėje literatūroje siekia dar merkantilistinių amžių, kuomet buvo siekiama paaiškinti, kodėl vienos šalys turtingesnės už kitas. Mokslinės literatūros analizė ir rinkos tyrimai rodo, kad konkurencingumas dažniausiai analizuojamas įmonės, pramonės (šakos) ir šalies lygmenyse. Bendriausiąja prasme, pritaikant kiekvienam lygmeniui, konkurencingumas yra tam tikrų subjektų gebėjimas pirmauti, įgyti palankesnes konkurencines pozicijas, prieš kitus, analogiška veikla užsiimančius, subjektus rinkoje.

3. Atlikus mokslinės literatūros analizę paaiškėjo, kad dažniausiai praktiniam pramonės konkurencingumo vertinimui taikomi dviejų tipų rodikliai: užsienio prekybos (eksporto, importo kitimo tempai) ir pramonės veiklos bei finansiniai (darbo produktyvumo, materialinių investicijų kitimo ir kt.) rodikliai. Mokslinės literatūros analizė atskleidė, kad pramonės konkurencingumo vertinimui naudojami tradiciniai metodai: Porter „Deimanto“ konkurencingumo modelis, atskleistojo santykinio pranašumo teorija, SSGG analizė ir kiti metodai.

4. Atlikus Lietuvos alkoholinių gėrimų pramonės tyrimą nustatyta, kad 2009 – 2013 metų laikotarpiu sektoriaus gaminių vertė ir pardavimai augo. Nors pramonės gaminių vertė padidėjo 39,10

proc., tačiau sektoriaus dalis apdirbamosios pramonės ir šalies sukurtos produktų vertės struktūroje sumažėjo, atitinkamai iki 2,22 proc. ir 0,93 proc. Tyrimo rezultatai rodo, kad didėjant produkcijos vertei didėjo sektoriaus pardavimai, kurie 2013 m. palyginti su 2009 m. išaugo 12,33 proc. Tai įtakojo produkcijos eksporto padidėjimas į Rusiją, Baltarusiją, Latviją ir Prancūziją. Statistinių duomenų analizė atskleidė, kad nors šalies alkoholinių gėrimų pramonės pardavimai analizuojamu penkerių metų laikotarpiu didėjo, tačiau sukurta pridėtinė vertė (gamybos kainomis) sumažėjo 27,85 mln. Eur. Atlikus alkoholinių gėrimų pramonės subsektorių analizę, pirmoji tyrimo hipotezė – *Lietuvos alkoholinių gėrimų pramonėje didžiausias konkurencines pozicijas užima alaus gamyba*, buvo patvirtinta. Alaus pardavimai 2013 m. sudarė 59,14 proc. visų alkoholinių gėrimų pramonės pardavimų vertine išraiška. Tyrimo rezultatai rodo, kad nors alaus gamybos sukurta pridėtinė vertė (gamybos kainomis) per analizuojamą laikotarpį sumažėjo 30,09 mln. Eur, tačiau alaus subsektorius alkoholinių gėrimų struktūroje pagal sukurta pridėtinę vertę 2013 m. taip pat užėmė dominuojančią padėtį – 56,51 proc. Atlikus darbo produktyvumo analizę šakoje, kuri pagal Porter „Deimanto“ modelį geriausiai apibūdina pramonės konkurencingumą, gauti rezultatai rodo, kad per penkerius analizuojamus metus vieno sektoriuje dirbančio darbuotojo sukurta pridėtinė vertė sumažėjo 4,0 tūkst. Eur, kuri 2013 m. siekė 29,7 tūkst. Eur. Atlikta koreliacinė analizė ($r = -0,49$) rodo, kad sukurta pridėtinės vertės (gamybos kainomis) mažėjimą iš dalies įtakojo darbo užmokesčio augimas alkoholinių gėrimų pramonėje. Tyrimo duomenimis išlaidoms vienam dirbančiajam per 2009 – 2013 m. padidėjus iki 10,57 tūkst. Eur, darbo produktyvumas šakoje sumažėjo 12 proc. Sektoriuje vienas darbuotojas vidutiniškai per metus uždirbo 9,78 tūkst. Eur, tai 1,58 karto daugiau nei apdirbamojoje pramonėje bei 1,75 karto daugiau nei šalies ūkyje gavęs vienas dirbantysis. Taigi, siekiant padidinti alkoholinių gėrimų pramonės darbo produktyvumą tikslinga investuoti į materialųjį turtą taip sumažinant darbo išteklių kaštus. Pagal Porter „Deimanto“ modelį vienas iš veiksnių įtakojantis šakos konkurencingumo augimą yra investicijos į bendrąjį materialųjį turtą. Alkoholinių gėrimų pramonės materialinių investicijų tyrimo rezultatai rodo, kad per 2009 – 2013 m. sektoriuje daugiausia investuota į mašinų, įrengimų, transporto priemonių įsigijimą (39,81 mln. Eur) bei naujos statybos sričiai (38,78 mln. Eur). Atlikus alkoholinių gėrimų pramonės investicijų tenkančių vienam darbuotojui vertinimą nustatyta, kad 2013 m. šakoje investicijos tenkančios vienam dirbančiajam siekė 5,48 tūkst. Eur, o tai 1,15 tūkst. Eur ir 1,85 tūkst. Eur daugiau nei šalies ir apdirbamosios pramonės investicijos. Rezultatai, gauti atlikus sektoriaus vertinimą šalies kontekste, iškelta antrąją hipotezę – *Lietuvos alkoholinių gėrimų pramonės reikšmingumas šalies ūkyje didėja ir numatomos didėjimo perspektyvos*, patvirtina tik iš dalies. Atlikto tyrimo rezultatai rodo, kad alkoholinių gėrimų pramonės užimama dalis šalies sukurtos pridėtinės vertės (gamybos kainomis) struktūroje per penkerius analizuojamus metus sumažėjo dvigubai (iki 0,63 proc.). Kita vertus – alkoholinių gėrimų pramonės reikšmingumas šalies eksporto struktūroje padidėjo du kartus, 2013 m. šaka sugeneravo 1,15 proc. šalies eksporto pajamų. Atlikus pramonės užsienio prekybos rodiklių analizę trečioji darbo hipotezė – *Lietuvos*

alkoholinių gėrimų pramonė, užsienio prekybos rodiklių atžvilgiu su ES (28) yra konkurencinga, patvirtinta. Atskleistojo santykinio pranašumo indeksas (RCA) rodo, kad pramonės sektorius 2013 m. turėjo santykinį pranašumą ES (28) atžvilgiu, kuris palyginti su 2009 m. padidėjo beveik dvigubai iki 1,247. Tyrimas parodė, kad sektoriaus didžiausią santykinį pranašumą, ES (28) atžvilgiu, 2013 m. turėjo kitų fermentuotų gėrimų (sidro, kriausių sidro, midaus ir kt.) prekių subpozicija (RCA= 12,501). Atlikus Lietuvos alkoholinių gėrimų pramonės prekybos balanso (RTB) analizę nustatyta, kad šakos konkurencingumas ES (28) atžvilgiu auga – prekybos balanso indekso neigiama reikšmė su ES (28) per penkerius metus sumažėjo beveik du kartus, 2013 m. siekė – 0,132. Atlikus Lietuvos alkoholinių gėrimų pramonės užsienio rinkų analizę nustatyta, kad šaka 2009 – 2013 m. plėtė rinkas NVS, Azijos ir Afrikos šalių regionuose. Užsienio prekybos rinkų tyrimo rezultatai rodo, kad pramonė 2009 – 2013 m. prekybinius mainus aktyviausiai vykdė NVS regione, su kuriuo teigiamas prekybos saldo padidėjo 163,662 mln. Eur. Didėjant Lietuvos alkoholinių gėrimų pramonės konkurencinėms pozicijoms NVS regione, pralaimima konkurencinė kova prekybiniuose mainuose su ES (28) ir kitų šalių regionais. Tyrimų duomenimis per penkerius metus sektoriaus prekybos balanso deficitas su ES (28) regionu išaugo iki 289,23 mln. Eur. Taigi, siekiant padidinti alkoholinių gėrimų pramonės konkurencingumą būtina išnaudoti eksporto potencialą stiprinant pozicijas ES (28) šalyse, ELPA ir kitų šalių regionuose, taip sumažinant pardavimų priklausomybę nuo vieno regiono (NVS).

LITERATŪRA

1. Akcizų mokestis Lietuvoje. (2014). [žiūrėta 2015-11-21]. Prieiga per internetą http://www.ekt.lt/wp-content/uploads/2014/02/Studija_Akcizo-mokestis-Lietuvoje.pdf
2. Anisimovaitė, K. ir Marcišauskienė, J. (2008). Veiksnių, turinčių įtakos Lietuvos tekstilės ir siuvimo sektoriaus konkurencingumui analizė. *Ekonomika ir vadyba: aktualijos ir perspektyvos*, 3(12), 14–24. [žiūrėta 2015-04-18]. Prieiga per internetą <http://etalpykla.lituanistikadb.lt/fedora/objects/LT-LDB-0001:J.04~2008~1367161801089/datastreams/DS.002.0.01.ARTIC/content>
3. Bagdanavičius, J., Šiaudytis, V. ir Vaitelienė, A. (2007). *Statistikos metodai socialiniuose – ekonominiuose tyrimuose: mokomoji knyga*. Vilnius: Vilniaus pedagoginio universiteto leidykla.
4. Beniušienė, I. ir Svirskienė, G. (2008). Konkurencingumas: teorinis aspektas. *Ekonomika ir vadyba: aktualijos ir perspektyvos*, 4(13), 32–40. [žiūrėta 2015-03-29]. Prieiga per internetą http://vddb.laba.lt/fedora/get/LT-eLABa-0001:J.04~2008~ISSN_1648-9098.N_4_13.PG_32-40/DS.002.0.01.ARTIC
5. Bernatonytė, D. (2011). *Tarptautinė prekyba*. Kaunas: Technologija.
6. Bilevičienė, T. ir Jonušauskas, S. (2011). *Statistinių metodų taikymas rinkos tyrimuose*. Vilnius: Mykolo Romerio universiteto Leidybos centras.
7. Birgilas, K. (2015). *Drastiškai mažėja alkoholio vartojimas, bet priežastys nedžiugina*. [žiūrėta 2015-10-21]. Prieiga per internetą <http://ekonomika.tv3.lt/m/naujiena/drastiskai-mazeja-alkoholio-vartojimas-bet-priezastys-nedziugina-55487.html>
8. Bruneckienė, J. (2010). Regionų konkurencingumo vertinimas įvairiais metodais: rezultatų analizė ir vertinimas. *Ekonomika ir vadyba*, 15, 25–31. [žiūrėta 2015-03-21]. Prieiga per internetą <http://internet.ktu.lt/lt/mokslas/zurnalai/ekovad/15/1822-6515-2010-025.pdf>
9. Čegytytė, O. ir Miečinskienė, A. (2009). Tiesioginių užsienio investicijų poveikio tyrimas. *Mokslas – Lietuvos ateitis: verslas XXI amžiuje, 1 t.* 3, 9–12. [žiūrėta 2015-03-14]. Prieiga per internetą <http://www.mla.vgtu.lt/index.php/mla/article/viewFile/148/pdf>
10. Dapkus, R. (2012). *Inovacijų ekonomika: mokomoji knyga*. Kaunas: Vitae litera. [žiūrėta 2015-04-12]. Prieiga per internetą https://www.ebooks.ktu.lt/eb/401/inovaciju_ekonomika/
11. Europos Sąjungos statistikos tarnyba (EUROSTAT). (2016). [žiūrėta 2016-04-11]. Prieiga per internetą <http://ec.europa.eu/eurostat>
12. Fischer, Ch., & Schornberg, S. (2007). Assessing the Competitiveness Situation of EU Food and Drink Manufacturing Industries: An Index-Based Approach. *Agribusiness*, 23(4), 473–495. [žiūrėta 2015-02-17]. Prieiga per internetą <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1002/agr.20139/pdf>

13. Giedraitis, A. (2014). Vadovų asmenybės raiška inovacinėje gamybos įmonėje. *Management Theory and studies for rural business and infrastructure development. Scientific Journal*, 36(2), 275–287.
14. Grebliauskas, A. ir Ramanauskas, G. (2007) Integruotos nacionalinės valstybės konkurencingumo rodiklių sistemos matmenys. *Organizacijų vadyba: sisteminiai tyrimai*, 43, 53–68.
15. Grebliauskas, A. ir Stonys, M. (2012). Lietuvos eksporto konkurencingumo vertinimas. *Taikomoji ekonomika: sisteminiai tyrimai*, 6/2, 49–72. [žiūrėta 2015-03-02]. Prieiga per internetą http://vddb.library.lt/fedora/get/LT-eLABa-0001:J.04~2012~ISSN_1822-7996.V_6.N_2.PG_49-72/DS.002.0.01.ARTIC
16. Grublienė, V., Ambraziūnaitė, E. ir Venckevičė, L. (2013). Paslaugų kokybės sąsajos su AB „LIETUVOS DRAUDIMAS“ konkurencingumu. *Regional Formation and Development Studies*, 1(11), 100–112.
17. Jakutis, A., Petraškevičius, V., Stepanovas, A. ir Andriušaitienė, D. (2012). *Ekonomikos teorija*. Vilnius: Leidykla „Eugrimas“.
18. Jucevičius, G. ir Kriaučionienė, M. (2012). *Žinių organizacijos valdymas: mokomoji knyga*. Kaunas: Technologija. [žiūrėta 2015-02-12]. Prieiga per internetą https://www.ebooks.ktu.lt/eb/469/ziniu_organizacijos_valdymas/
19. Jucevičius, R. (2008). *Klasterių ABC. Klasterių kompetencijos tinklas*. [žiūrėta 2016-02-12]. Prieiga per internetą http://www.klaster.lt/uploads/documents/KKT_Jucevicius_Klasteriu_ABC_200811-1.pdf
20. Jurevičienė, D. ir Komarova, A. (2010). Darbuotojo konkurencingumo vertinimo teoriniai aspektai. *Verklas: teorija ir praktika*, 11(2), 124–133.
21. Kardelis, K. (2007). *Mokslinių tyrimų metodologija ir metodai: vadovėlis*. Šiauliai: Liucilijus.
22. Keršienė, R. (2009). Konkurencingumo išsaugojimo veiksniai globalizacijos sąlygomis. *Ekonomika ir vadyba*, 14, 819–824. [žiūrėta 2015-03-14]. Prieiga per internetą <http://www.ecoman.ktu.lt/index.php/Ekv/article/viewFile/9476/4801>
23. Klyvienė, V. (2013). Lietuvos įmonių konkurencingumas Europos kontekste. [žiūrėta 2015-10-15]. Prieiga per internetą <http://www.linava.lt/naujiena/lietuvos-imonių-konkurencingumas-europos-kontekste/>
24. Kuliešienė, G. ir Daraškevičiūtė, B. (2010). Regiono konkurencingumas ir jį lemiantys veiksniai. In *Mūsų socialinis kapitalas – žinios. Jubiliejinė 10 – oji studentų mokslinė konferencija pranešimų medžiaga* (p. 211–214). Kaunas: Technologija.
25. Kumpikaitė, V. ir Rupšienė, K. (2008). Darbuotojų įsipareigojimų didinimas: teorinis ir praktinis aspektas. *Ekonomika ir vadyba*, 13, 374–380.

26. Kviklienė, D. ir Smolenskienė, F. (2013). Lietuvos užsienio prekybos su Rusija tendencijų retrospektyvinė analizė. In *Profesinės studijos: teorija ir praktika* (p. 72–80). Šiaulių valstybinė kolegija.
27. Laskienė, D. (2010). Ryšys tarp tiesioginių užsienio investicijų ir investicijas priimančios šalies tarptautinės prekybos: Lietuvos atvejis. *Ekonomika ir vadyba*, 15, 140–144. [žiūrėta 2015-03-25]. Prieiga per internetą <http://internet.ktu.lt/lt/mokslas/zurnalai/ekovad/15/1822-6515-2010-140.pdf>
28. Laurinaitytė, D. (2015). Nacionalinis konkurencingumas ir jo vertinimo problemos. In *18-oji Lietuvos jaunųjų mokslininkų konferencija „Mokslas – Lietuvos ateitis“ 2015 metų teminė konferencija „Verslas XXI amžiuje“, 2015 m. vasario 5 d.* (p. 193–197). Vilnius: Technika.
29. Lekavičienė, D. ir Juščius, V. (2006). Finansinių rodiklių panaudojimas įmonių konkurencingumo rinkoje vertinimui. 116–121. [žiūrėta 2015-03-04]. Prieiga per internetą <http://etalpykla.lituanistikadb.lt/fedora/objects/LT-LDB-0001:J.04~2006~1367155833200/datastreams/DS.002.0.01.ARTIC/content>
30. Lietuvos Respublikos finansų ministerija. (2016). [žiūrėta 2016-03-15]. Prieiga per internetą <http://finmin.lrv.lt/lt/veiklos-sritys/mokesciai/pagrindiniai-mokesciai/akcizai>
31. Lietuvos Respublikos Seimas. (2004). *Lietuvos Respublikos alkoholio kontrolės įstatymo pakeitimo įstatymas* (2004 m. kovo 9 d. Nr. IX-2052). [žiūrėta 2016-02-03]. Prieiga per internetą <https://www.e-tar.lt/portal/lt/legalAct/TAR.65C0438E6F29>
32. Lietuvos Respublikos ūkio ministerija. (2014). *Dėl Lietuvos klasterių plėtros koncepcijos parvirtinimo* (2014 m. vasario 27 d. Nr. 4-131). [žiūrėta 2016-02-12]. Prieiga per internetą [https://ukmin.lrv.lt/uploads/ukmin/documents/files/Lietuvos%20klasteriu%20pl%C4%97tros%20koncepcija_2014%2002%2027_Nr_4-131\(1\).pdf](https://ukmin.lrv.lt/uploads/ukmin/documents/files/Lietuvos%20klasteriu%20pl%C4%97tros%20koncepcija_2014%2002%2027_Nr_4-131(1).pdf)
33. Lietuvos Respublikos žemės ūkio ministerija. (2015). *Alkoholio ir nealkoholinių gėrimų pramonė*. [žiūrėta 2015-10-17]. Prieiga per internetą <https://zum.lrv.lt/lt/veiklos-sritys/zemes-ir-maisto-ukis/maisto-pramone/alkoholio-ir-nealkoholiniu-gerimu-pramone>
34. Lietuvos statistikos departamentas. (2008). *Ekonominės veiklos rūšių klasifikatorius: EVRK 2 red.* [žiūrėta 2015-03-17]. Prieiga per internetą http://www.lb.lt/ekonomines_veiklos_rusiu_klasifikatorius
35. Lietuvos statistikos departamentas. (2016). [žiūrėta 2016-04-05]. Prieiga per internetą <http://osp.stat.gov.lt/web/guest>
36. Liučvaitienė, A. ir Peleckis, K. (2011). Konkurencinio pranašumo formavimas globalioje rinkoje: teorinės prielaidos ir vertinimo galimybės. In *Contemporary Issues in Business, Management and Education '2011 [elektroninis išteklius], 17 November, 2011, Vilnius, Lithuania: selected papers: conference proceeding* (p. 181–194). Vilnius: Technika. [žiūrėta 2015-02-18]. Prieiga per internetą http://leidykla.vgtu.lt/conferences/CIBME_2011/pdf/2011-liucvaitiene_peleckis-konkurencinio.pdf

37. Mackevičius, J., Giriūnas, L. ir Valkauskas, R. (2014). *Finansinė analizė*. Vilnius: Vilniaus universiteto leidykla.
38. Mačiulytė–Šniukienė, A. ir Paliulis, N. K. (2011). Šalies ūkio konkurencinio pranašumo didinimo problemos ir galimybės: darbo produktyvumo atvejis. *Mokslas – Lietuvos ateitis: verslas XXI amžiuje*, 3(4), 35–42. [žiūrėta 2015-03-21]. Prieiga per internetą http://www.mla.vgtu.lt/index.php/mla/article/viewFile/mla.2011.067/pdf_1
39. Malinauskienė, E. (2013). Verslo sistemų konkurencingumas. Valstybių konkurencingumo vertinimo modeliai. MRU.
40. Martišius, S. A. (2014). *Statistikos metodai socialiniuose ekonominiuose tyrimuose*. Vilnius: Vilniaus universiteto leidykla.
41. Meilienė, E. ir Snieška V. (2010). Lietuvos pramonės konkurencingumo veiksniai eksporto politikos nuostatose. *Viešoji politika ir administravimas*, 31, 119–132. [žiūrėta 2015-03-14]. Prieiga per internetą https://www.mruni.eu/upload/iblock/f82/9_e.meiliene%20ir%20kt..pdf
42. Meilienė, E., Neverauskaitė, S. ir Aidis, R. (2015). Methodological aspects of compiling country`s competitiveness through the aspect of Technology – Intensive Innovative Enterprises Index. *Procedia – Social and Behavioral Sciences*, 213, 173–178. [žiūrėta 2016-03-25]. Prieiga per internetą <http://www.sciencedirect.com/science/journal/18770428/213/supp/C>
43. Melnikas, B. (2014). *Tarptautinis verslas: inovacijos ir žinių ekonomikos kūrimas: vadovėlis*. Vilnius: Technika.
44. Mickevičienė, M. (2010). *Įmonės gebėjimo konkuruoti tyrimo metodologija: daktaro disertacija*. Kauno technologijos universitetas. Kaunas: Technologija.
45. Mozūraitienė, R., Jasinskas, E. ir Simanavičienė, Ž. (2011). Šakių ir Jurbarko sporto klubų konkurencingumą didinantys veiksniai. *Ekonomika ir vadyba*, 16, 225–230. [žiūrėta 2015-04-12]. Prieiga per internetą <http://etalpykla.lituanistikadb.lt/fedora/objects/LT-LDB-0001:J.04~2011~1367176804405/datastreams/DS.002.0.01.ARTIC/content>
46. Navickas, V. (2010). *Lietuvos ekonomikos konkurencingumas ir socialinė sanglauda*. Vilnius: Vilniaus pedagoginio universiteto leidykla.
47. Navickas, V. ir Malakauskaitė, A. (2008). Nauji makroekonominės politikos svertai: klasterių fenomenas. *Verslas: teorija ir praktika*, 9(4), 245–252.
48. Navickas, V. ir Malakauskaitė, A. (2010). Konkurencingumo vertinimo metodologinės problemos ir ribotumas. *Verslas: teorija ir praktika*, 11(1), 5–11.
49. Nealkoholiniai ir alkoholiniai gėrimai bei actas. (2015). In *Kombinuotoji nomenklatūra* (p. 175–186). [žiūrėta 2016-02-11]. Prieiga per internetą http://osp.stat.gov.lt/documents/10180/224717/KN_2016.pdf

50. Pelanienė, N. ir Stalgienė, A. (2008). Maisto produktų ir gėrimų pramonės įmonių veiklos rezultatai. In *Lietuvos žemės ir maisto ūkis* (p. 181–187). Vilnius: LAEI.
51. Peleckis, K. ir Peleckienė, V. (2011). Statybos sektoriaus, kaip Lietuvos ūkio šakos, vaidmuo ir plėtros tyrimas. *Mokslas – Lietuvos ateitis*, 3(4), 49–56. doi:10.3846/mla.2011.069
52. Pogosian, S. ir Dzemyda, I. (2012). Inovacijos versle ir jas lemiantys veiksniai teoriniu ir politiniu aspektu. *Ekonomika ir vadyba: aktualijos ir perspektyvos*, 1(25), 63–76. [žiūrėta 2015-05-07]. Prieiga per internetą http://vddb.library.lt/fedora/get/LT-eLABa-0001:J.04~2012~ISSN_1648-9098.N_1_25.PG_63-76/DS.002.0.01.ARTIC
53. Rakauskienė, G. ir Tamošiūnienė, R. (2013). Šalies konkurencingumo pokyčio optimizavimas. *Verslo sistemos ir ekonomika*, 3(2), 167–176. [žiūrėta 2015-04-02]. Prieiga per internetą <https://www.mruni.eu/upload/iblock/a5f/VSE-13-3-2-03.pdf>
54. Ramanauskienė, J. (2010). *Inovacijų ir projektų vadyba: mokomoji knyga*. Akademija: Lietuvos žemės ūkio universitetas. [žiūrėta 2015-02-25]. Prieiga per internetą http://asu.lt/wp-content/uploads/2015/02/inovacijos_0.pdf
55. Rinkauskaitė, K. (2007). Įmonės konkurencingumas ir jo didinimo veiksniai. In *Jaunasis mokslininkas* (p. 41–44). Akademija: LŽUŪ.
56. Sabonienė, A. (2007). *Pramonės restruktūrizacija ir konkurencingumas*. Kaunas: Technologija.
57. Sabonienė, A. (2014). *Tradicinėmis technologijomis grindžiamos Lietuvos pramonės konkurencingumas pasauliniame kontekste. Ilgalaikė institucinė 2012–2014 metų ekonomikos mokslinių tyrimų programa*. Vilnius, Lietuvos mokslo taryba.
58. Samuolis, G. (2008). Lietuvos įmonių inovacinės veiklos analizė. *Lietuvos ekonomikos apžvalga*, 1, 68–77.
59. Sekliuckienė, J. ir Repečkienė, A. (2014). *Verslas augančiose rinkose: vadovėlis*. Kaunas: Technologija.
60. Shafaei, R. (2008). An analytical approach to assessing the competitiveness in the textile industry. *Journal of Fashion Marketing and Management: An International Journal*, 13(1), 20–37. [žiūrėta 2015-02-21]. Prieiga per internetą <http://www.emeraldinsight.com/Insight/viewContentItem.do?contentType=Article&contentId=177581>
61. Simanavičienė, Ž., Jasinskas, E., Bruneckienė, J., Gižienė, V., Guzavičius, A. ir Palekienė, O. (2013). *Inžinerinių sprendimų ekonomika: situacijų analizė: metodinė priemonė*. Kaunas: Technologija. [žiūrėta 2015-03-21]. Prieiga per internetą https://www.ebooks.ktu.lt/eb/1292/inzineriniu_sprendimu_ekonomika_situaciju_analize/

62. Simanavičienė, Ž., Šimberova, I. ir Bruneckienė, J. (2007). Regionų konkurencingumo vertinimo teoriniai aspektai. *Ekonomika*, 77, 68–80.
63. Slavickas, P., Toločka, E. ir Zabelavičienė, I. (2011). Konkurencingumo didinimas ortopedijos pramonės įmonėse plėtojant inovacinę veiklą. *Mechanika, medžiagų inžinerija, pramonės inžinerija ir vadyba*, 3(6), 61–66. doi:10.3846/mla.2011.113
64. Snieška, V. ir Bruneckienė, J. (2009). Measurement of Lithuanian Regions by Regional Competitiveness Index. *The economics conditions of enterprise functioning*, 1 (61), 45-57. [žiūrėta 2015-10-03]. Prieiga per internetą <http://www.masters.dgtu.donetsk.ua/2013/iem/goronkina/library/statya.pdf>
65. Snieška, V. ir Drakšaitė, A. (2007). The role of knowledge process outsourcing in creating national competitiveness in global economy. *Engineering Economics*, 3(53), 35–42.
66. Stalgienė, A. (2009). Konkurencingumas Lietuvos maisto ir gėrimų pramonėje. In Budrienė, M. (2009) (sud.). *Studijos besikeičiančioje verslo aplinkoje: Respublikinės mokslinės-praktinės konferencijos, įvykusios Alytaus kolegijoje 2009 m. balandžio 23 d., pranešimų medžiaga*, (p.7–14). Vilnius. [žiūrėta 2015-04-21]. Prieiga per internetą http://leda.lt/studijos_besikeiciancioje_verslo_aplinkoje.pdf
67. Staskevičiūtė, G. ir Tamošiūnienė, R. (2010). Šalies konkurencingumas: sampratos raida laiko perspektyvoje. *Verslas: teorija ir praktika*, 11(2) 15–167. [žiūrėta 2015-02-27]. Prieiga per internetą <http://www.btp.vgtu.lt/index.php/btp/article/viewFile/btp.2010.18/18>
68. Šeputienė, J. ir Brazauskienė, K. (2013). Lietuvos konkurencingumo pokyčių vertinimas Europos sąjungos šalių kontekste. *Ekonomika ir vadyba: aktualijos ir perspektyvos*, 1(29), 30–37. [žiūrėta 2015-04-02]. Prieiga per internetą http://www.su.lt/bylos/mokslo_leidiniai/ekonomika/2013_1_29/seputiene_brazauskiene.pdf
69. Tasica, L. (2011). SSGG (SWOT) analizė. In *Profesinio konsultavimo metodai ir technikos II. Švietimo mainų paramos fondas*, (p. 4–17). [žiūrėta 2015-04-11]. Prieiga per internetą https://issuu.com/fondas/docs/prof_kons_metodai_ir_tehnikos_2/9
70. Tomaševič, V. ir Mackevičius, J. (2010). Materialinių investicijų analizė ir jų įtakos vertinimas. *Verslo ir teisės aktualijos*, t. 5, 186–203. doi:10520/1822-9530.2010.07
71. Travkina, I. ir Tvaronavičienė, M. (2010). An investigation into relative competitiveness of international trade: the case of Lithuania. *6th International Scientific Conference Business and Management*, 504–510.
72. Urbonas, A. J. (2008). *Eksporto organizavimas ir planavimas*. Kaunas: Technologija.
73. Urbonas, A. J., Maksvytienė, I. ir Sabonienė, A. (2010). *Ekonomikos teorijos: praeities ir dabarties tendencijos*. Kaunas: Technologija.
74. Vainienė, R. (2008). *Ekonomikos terminų žodynas*. Vilnius: Tyto alba.

75. Valodka, I. ir Česonytė, Š. (2013). Lietuvos baldų pramonės konkurencingumas. In *Ekonomika ir vadyba – 2013. Tarptautinės studentų mokslinės konferencijos pranešimų medžiaga* (p. 114–116). Kaunas: Technologija.

76. Valodkienė, G. ir Snieška, V. (2012). Tarptautinis konkurencingumas ir jį lemiantys veiksniai ekonomikos nuosmukio laikotarpiu. *Ekonomika ir vadyba*, 17(2), 602–608.

77. Valodkienė, G., Snieška, V. ir Gaidelis, V. (2011). Inovacijų ir mokslo įtaka Lietuvos pramonės konkurencingumui. *Ekonomika ir vadyba*, 16, 411–417. [žiūrėta 2015-02-15]. Prieiga per internetą

<http://etalpykla.lituanistikadb.lt/fedora/objects/LTLDB0001:J.04~2011~1367176919558/datastreams/DS.002.0.01.ARTIC/content>

78. Vasiliauskaitė, A. ir Stankevičius, E. (2012). Fiscal policy performance assessment in the context of national competitiveness, cases of EU countries. *Economics and management*, 17(2), 493–501. [žiūrėta 2015-02-24]. Prieiga per internetą

<http://www.ecoman.ktu.lt/index.php/Ekv/article/viewFile/2172/1681>

79. Vasiliauskas, A. (2007). *Strateginis valdymas: vadovėlis aukštųjų mokyklų studentams*. Kaunas: Technologija.

PRIEDAI

LIETUVOS ALKOHOLINIŲ GĖRIMŲ PRAMONĖS ĮMONIŲ IR DARBUOTOJŲ DINAMIKA 2009 – 2013 M.

| Subsektorius | Metai | | | | | Padidėjimo/ sumažėjimo tempas | |
|---|-------------|--------------|---------------|---------------|--------------|----------------------------------|--------------|
| | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | vnt./ asm. | proc. |
| Veikiančių ūkio subjektų skaičius, vnt. | | | | | | | |
| Spirito distiliavimas, rektifikavimas ir maišymas | 6 | 4 | 4 | 4 | 4 | -2 | -33,33 |
| Sidro ir kitokių vaisių, uogų vynu gamyba | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 0 | 0,00 |
| Vynuogių vyno gamyba | 1 | - | - | - | - | - | - |
| Alaus gamyba | 49 | 50 | 51 | 52 | 47 | -2 | -4,08 |
| Salyklo gamyba | 6 | 6 | 6 | 6 | 6 | 0 | 0,00 |
| Iš viso | 67 | 65 | 65 | 67 | 62 | -5 | -7,46 |
| Indeksas, palyginti su ankstesniu laikotarpiu, proc. | - | 97,01 | 97,01 | 103,08 | 95,38 | - | - |
| Indeksas, palyginti su 2009 m., proc. | - | 97,01 | 100,00 | 100,00 | 92,54 | - | - |
| Darbuotojų skaičius, asm. | | | | | | | |
| Spirito distiliavimas, rektifikavimas ir maišymas | 713 | 614 | 616 | 574 | 554 | 159 | -22,30 |
| Sidro ir kitokių vaisių, uogų vynu gamyba | 371 | 445 | 341 | 284 | 283 | 88 | -10,94 |
| Alaus gamyba | 2020 | 1887 | 1862 | 1826 | 1799 | 221 | -20,71 |
| Salyklo gamyba | 140 | 142 | 140 | 125 | 111 | 29 | -15,32 |
| Iš viso | 3244 | 3088 | 2959 | 2809 | 2747 | - | - |
| Indeksas, palyginti su ankstesniu laikotarpiu, proc. | - | 95,19 | 95,82 | 94,93 | 97,79 | - | - |
| Indeksas, palyginti su 2009 m., proc. | - | 95,19 | 91,21 | 86,59 | 84,68 | - | - |

LIETUVOS ALKOHOLINIŲ GĖRIMŲ PRAMONĖS ĮMONIŲ GRUPĖS 2013 M.

| Įmonių grupė | Darbuotojų skaičius, asm. | Įmonių skaičius, vnt. | Struktūra proc. |
|--------------|---------------------------|-----------------------|-----------------|
| Labai mažos | 0-9 | 32 | 51,61 |
| Mažos | 10-49 | 16 | 25,81 |
| Vidutinės | 49-249 | 12 | 19,35 |
| Didelės | 250-499 | 2 | 3,23 |
| | Iš viso | 62 | 100,00 |

SUKURTOS PRIDĖTINĖS VERTĖS (GAMYBOS KAINOMIS) KITIMAS 2009 – 2013 M.

| | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 |
|--|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| Visas šalies ūkis, mln. Eur | 9194,342 | 9756,441 | 11883,26 | 12570,56 | 13035,78 |
| Padidėjimo/ sumažėjimo tempas, proc. | - | 6,11 | 21,80 | 5,78 | 3,70 |
| Apdirbamoji pramonė, mln. Eur | 2178,405 | 2505,548 | 2908,035 | 2878,795 | 2875,258 |
| Padidėjimo/ sumažėjimo tempas, proc. | - | 15,02 | 16,06 | -1,01 | -0,12 |
| Alkoholinių gėrimų pramonė, mln. Eur | 109,423 | 85,21 | 79,484 | 85,55 | 81,572 |
| Padidėjimo/ sumažėjimo tempas, proc. | - | -22,13 | -6,72 | 7,63 | -4,65 |
| Alkoholinių gėrimų pramonės dalis šalies ūkyje, proc. | 1,19 | 0,87 | 0,67 | 0,68 | 0,63 |
| Alkoholinių gėrimų pramonės dalis apdirbamojoje gamyboje, proc. | 5,02 | 3,40 | 2,73 | 2,97 | 2,84 |

**PRODUKCIJOS SUKURTOS VERTĖS STRUKTŪRA APDIRBAMOJOJE GAMYBOJE
PAGAL EVRK 2 RED., PROC.**

| | | Ekonominės veiklos rūšis | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 |
|--------------|--------------|---|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| Vieta | C | Apdirbamoji gamyba | 100,00 | 100,00 | 100,00 | 100,00 | 100,00 |
| 1 | C10 | Maisto produktų gamyba | 20,23 | 18,13 | 17,30 | 16,88 | 18,00 |
| 2 | C20 | Chemikalų ir chemijos produktų gamyba | 10,56 | 11,20 | 11,86 | 11,63 | 9,88 |
| 3 | C31 | Baldų gamyba | 5,76 | 5,40 | 5,29 | 6,05 | 6,18 |
| 4 | C16 | Medienos bei medienos ir kamštienos gaminių, išskyrus baldus, gamyba; gaminių iš šiaudų ir pynimo medžiagų gamyba | 5,53 | 5,10 | 4,89 | 4,44 | 4,72 |
| 5 | C22 | Guminių ir plastikinių gaminių gamyba | 4,12 | 3,89 | 3,77 | 4,02 | 4,02 |
| 6 | C25 | Metalo gaminių, išskyrus mašinas ir įrenginius, gamyba | 3,14 | 2,94 | 3,12 | 3,08 | 3,01 |
| 7 | C23 | Kitų nemetalo mineralinių produktų gamyba | 2,43 | 2,31 | 2,40 | 2,44 | 2,63 |
| 8 | C33 | Mašinų ir įrangos remontas ir įrengimas | 2,73 | 1,76 | 2,09 | 2,07 | 2,22 |
| 9 | C11* alk. | Alkoholinių gėrimų gamyba | 0,59 | 2,52 | 2,22 | 2,07 | 2,22 |
| 10 | C14 | Drabužių siuvimas (gamyba) | 2,28 | 2,01 | 1,87 | 1,74 | 1,95 |
| 11 | C17 | Popieriaus ir popieriaus gaminių gamyba | 1,41 | 1,67 | 1,57 | 1,61 | 1,90 |
| 12 | C28 | Niekur kitur nepriskirtų mašinų ir įrangos gamyba | 1,48 | 1,53 | 1,56 | 1,59 | 1,86 |
| 13 | C13 | Tekstilės gaminių gamyba | 1,88 | 1,80 | 1,72 | 1,77 | 1,75 |
| 14 | C27 | Elektros įrangos gamyba | 1,05 | 1,09 | 1,13 | 1,42 | 1,58 |
| 15 | C18 | Spausdinimas ir įrašytų laikmenų tiražavimas | 1,12 | 0,95 | 0,96 | 1,02 | 1,06 |
| 16 | C32 | Kita gamyba | 1,29 | 0,94 | 0,90 | 0,95 | 1,05 |
| 17 | C26 | Kompiuterinių, elektroninių ir optinių gaminių gamyba | 1,52 | 1,75 | 1,27 | 1,13 | 1,02 |
| 18 | C29 | Variklinių transporto priemonių, priekabų ir puspriekabių gamyba | 0,46 | 0,77 | 0,75 | 0,88 | 0,99 |
| 19 | C30 | Kitų transporto priemonių ir įrangos gamyba | 1,10 | 0,90 | 0,46 | 0,71 | 0,80 |
| 20 | C21 | Pagrindinių vaistų pramonės gaminių ir farmacinių preparatų gamyba | 0,47 | 0,46 | 0,41 | 0,39 | 0,58 |
| 21 | C24 | Pagrindinių metalų gamyba | 0,44 | 0,47 | 0,49 | 0,51 | 0,50 |
| 22 | C11*nealk. | Nealkoholinių gėrimų gamyba | 2,79 | 0,29 | 0,18 | 0,17 | 0,19 |
| 23 | C15 | Odos ir odos dirbinių gamyba | 0,16 | 0,16 | 0,13 | 0,13 | 0,13 |
| | C12 ir C19** | Tabako gaminių gamyba/ Kokso ir rafinuotų naftos produktų gamyba | 27,45 | 31,96 | 33,67 | 33,31 | 31,77 |

* – alkoholinių gėrimų pramonės sukurtos produkcijos vertės atskyrimas nuo nealkoholinių gėrimų.

** – Tabako gaminių bei Kokso ir rafinuotų naftos produktų gamybos produkcijos sukurta vertė neišskiriama Lietuvos statistikos departamente, todėl remiantis pateikta bendra produkcijos sukurta verte apdirbamojoje gamyboje, apskaičiuojama pastarųjų sektorių bendra vertė.

LIETUVOS ALKOHOLINIŲ GĖRIMŲ PARDAVIMAI 2009 – 2013 M.

| Gaminiai | Metai | mln. vnt. | mln. Eur | Gaminio vertė, Eur |
|---|-------|-----------|----------|--------------------|
| Spiritiniai gėrimai | 2009 | 10,276 | 60,743 | 5,91 |
| | 2010 | 9,004 | 50,490 | 5,61 |
| | 2011 | 9,127 | 49,395 | 5,41 |
| | 2012 | 9,507 | 49,514 | 5,21 |
| | 2013 | 10,497 | 51,645 | 4,92 |
| Vynas, sidras, fermentuoti gėrimai | 2009 | 42,936 | 49,172 | 1,15 |
| | 2010 | 49,374 | 51,743 | 1,05 |
| | 2011 | 56,523 | 61,847 | 1,09 |
| | 2012 | 62,010 | 68,054 | 1,10 |
| | 2013 | 74,550 | 83,020 | 1,11 |
| Alus | 2009 | 281,834 | 183,509 | 0,65 |
| | 2010 | 297,085 | 179,737 | 0,61 |
| | 2011 | 312,664 | 185,782 | 0,59 |
| | 2012 | 293,564 | 181,248 | 0,62 |
| | 2013 | 296,846 | 194,937 | 0,66 |

ALKOHOLINIŲ GĖRIMŲ VARTOJIMAS IR RINKŲ POKYČIAI 2009 – 2013 M.

| | Alkoholinių gėrimų gamyba, mln. l | Alkoholinių gėrimų eksportas mln. l | Alkoholinių gėrimų importas mln. l | Suvartojimas vietinėje rinkoje, mln. l | Iš viso pateikiama rinkai gaminių, mln. l | Vietinė rinka, proc. | Užsienio rinka, proc. |
|-------------|-----------------------------------|-------------------------------------|------------------------------------|--|---|----------------------|-----------------------|
| 2009 | 328,52 | 54,72 | 98,77 | 372,57 | 427,29 | 87,19 | 12,81 |
| 2010 | 350,33 | 97,00 | 149,20 | 402,53 | 499,53 | 80,58 | 19,42 |
| 2011 | 369,83 | 127,71 | 187,28 | 429,40 | 557,11 | 77,08 | 22,92 |
| 2012 | 354,88 | 145,61 | 211,63 | 420,90 | 566,51 | 74,30 | 25,70 |
| 2013 | 375,74 | 180,60 | 238,28 | 433,42 | 614,02 | 70,59 | 29,41 |

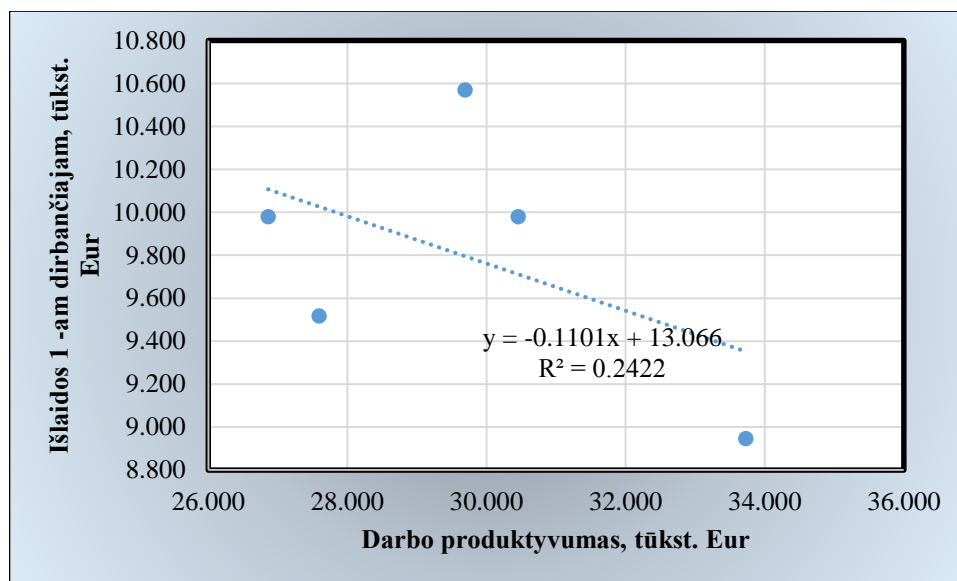
DARBO PRODUKTYVUMO DINAMIKA 2009 – 2013 M.

| | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | Padidėjimas/ sumažėjimas palyginti su 2009 m., tūkst. Eur 1 –am užimtajam |
|---|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|--|
| Bendras šalies ūkio, tūkst. Eur 1 – am užimtajam | 18,50 | 20,20 | 22,50 | 23,60 | 24,50 | 6,00 |
| Apdirbamoji gamyba, tūkst. Eur 1 – am užimtajam | 19,50 | 24,70 | 29,40 | 31,10 | 30,90 | 11,40 |
| Alkoholinių gėrimų pramonė, tūkst. Eur 1 – am užimtajam | 33,70 | 27,60 | 26,90 | 30,50 | 29,70 | -4,00 |
| Palyginimas su visu šalies ūkiu, kartais | 1,82 | 1,37 | 1,19 | 1,29 | 1,21 | - |
| Palyginimas su apdirbamąja gamyba, kartais | 1,73 | 1,12 | 0,91 | 0,98 | 0,96 | - |

DARBUOTOJŲ GAUNAMO ATLYGIO UŽ DARBĄ ANALIZĖ 2009 – 2013 M.

| Metai | Alkoholinių gėrimų sektorius | | | | Apdirbamoji gamyba | | | | Šalies ūkis | | | |
|-------------|------------------------------|----------------------------|--|------------------|------------------------------|----------------------------|--|------------------|------------------------------|----------------------------|--|------------------|
| | Darbo užmokestis, tūkst. Eur | Dirbančiųjų skaičius, asm. | Darbo atlygis tenkantis vienam darbuotojui per metus, tūkst. Eur | Pokytis, kartais | Darbo užmokestis, tūkst. Eur | Dirbančiųjų skaičius, asm. | Darbo atlygis tenkantis vienam darbuotojui per metus, tūkst. Eur | Pokytis, kartais | Darbo užmokestis, tūkst. Eur | Dirbančiųjų skaičius, asm. | Darbo atlygis tenkantis vienam darbuotojui per metus, tūkst. Eur | Pokytis, kartais |
| 2009 | 29021 | 3244 | 8.946 | | 1107206 | 190034 | 5.83 | | 4716584 | 870826 | 5.416 | |
| 2010 | 29391 | 3088 | 9.518 | 1.06 | 1050313 | 179302 | 5.86 | 1.01 | 4341124 | 825513 | 5.259 | 0.97 |
| 2011 | 29531 | 2959 | 9.980 | 1.05 | 1151032 | 186098 | 6.19 | 1.06 | 4771371 | 859470 | 5.552 | 1.06 |
| 2012 | 28033 | 2809 | 9.980 | 1.00 | 1232558 | 192085 | 6.42 | 1.04 | 5142997 | 896051 | 5.740 | 1.03 |
| 2013 | 29037 | 2747 | 10.570 | 1.06 | 1344687 | 197923 | 6.79 | 1.06 | 5707177 | 934786 | 6.105 | 1.06 |

DARBO PRODUKTYVUMO PRIKLAUSOMYBĖ NUO IŠLAIDŲ 1 – AM DIRBANČIAJAM



**ALKOHOLINIŲ GĖRIMŲ PRAMONĖS MATERIALINIŲ INVESTICIJŲ DALIS ŠALIES
ŪKYJE 2009 – 2013 m.**

| Metai | Iš viso pagal ekonominės veiklos rūšis, tūkst. Eur | Apdirbamoji gamyba, tūkst. Eur | Alkoholinių gėrimų pramonė, tūkst. Eur | Alkoholinių gėrimų pramonės dalis bendroje šalies ūkio struktūroje, proc. | Alkoholinių gėrimų pramonės dalis apdirbamosios gamybos struktūroje, proc. |
|--|--|--------------------------------|--|--|---|
| 2009 | 3737644 | 366585 | 15862 | 0,42 | 4,33 |
| 2010 | 3260314 | 276616 | 14733 | 0,45 | 5,33 |
| 2011 | 4057396 | 485316 | 18911 | 0,47 | 3,90 |
| 2012 | 4178104 | 612437 | 17909 | 0,43 | 2,92 |
| 2013 | 4802460 | 614513 | 15044 | 0,31 | 2,45 |
| Pokytis, 2013 m. palyginti su 2009 m. | 1064816 | 247928 | -818 | -0,11 | -1,88 |

**ALKOHOLINIŲ GĖRIMŲ PRAMONĖS SUBSEKTORIŲ APYVARTŲ KITIMAS
2009 – 2013 M., TŪKST. EUR**

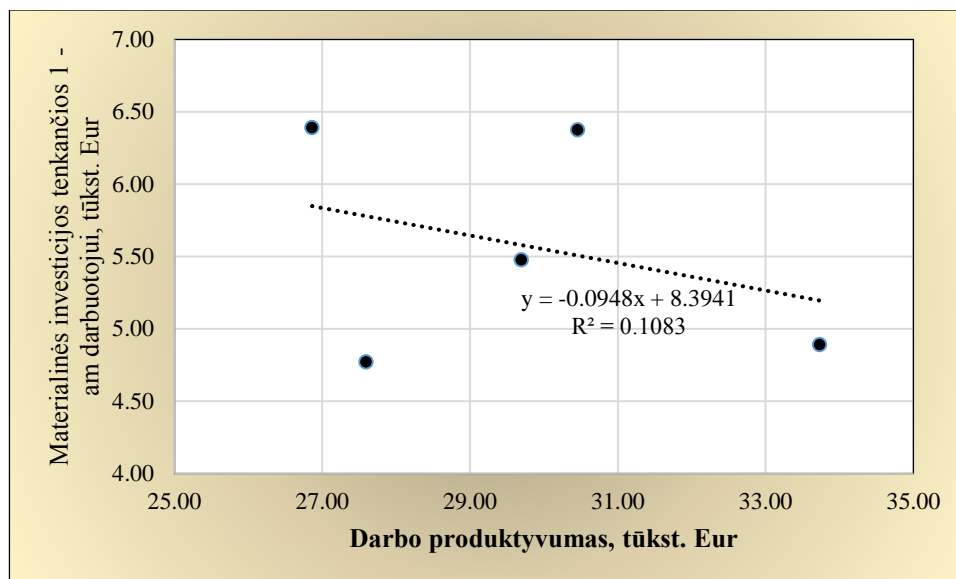
| Subsektorius | Apyvartos, tūkst. Eur | | | | | Iš viso | Struktūra, proc. |
|---|-----------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|----------------|---------------------|
| | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | | |
| Spirito distiliavimas, rektifikavimas ir maišymas | 53844 | 59661 | 80053 | 67602 | 74215 | 335375 | 16,94 |
| Sidro ir kitokių vaisių, uogų vynų gamyba | 38621 | 41969 | 50228 | 52507 | 69571 | 252896 | 12,77 |
| Alaus gamyba | 234553 | 236481 | 244354 | 244361 | 259051 | 1218800 | 61,55 |
| Salyklo gamyba | 30307 | 26507 | 34303 | 40501 | 41445 | 173063 | 8,74 |
| Iš viso | 357325 | 364618 | 408938 | 404971 | 444282 | 1980134 | 100,00 |
| Padidėjimas/ sumažėjimas palyginti su 2009 m., proc. | - | 2,04 | 14,44 | 13,33 | 24,34 | - | - |

**MATERIALINIŲ INVESTICIJŲ DINAMIKA ALKOHOLINIŲ GĖRIMŲ
SUBSEKTORIUOSE PER 2009 – 2013 METUS**

| Subsektorius | Investicijos tūkst. Eur | | | | Iš viso | Vidutinis darb. sk. | Investicijos tenkančios 1 - ai įmonei, tūkst. Eur (per metus) |
|---|--|------------|--|---|--------------|------------------------|--|
| | Įsigijant senus pastatus ir statinius | Į žemę | Į mašinas, įrengimus transporto priemones ir inventorių | Į naują statybą (naujus pastatus ir statinius) | | | |
| Spirito distiliavimas, rektifikavimas ir maišymas | 1083 | 112 | 7331 | 3791 | 12317 | 4 | 615,85 |
| Sidro ir kitokių vaisių, uogų vynų gamyba | 381 | 10 | 2883 | 182 | 3456 | 5 | 138,24 |
| Alaus gamyba | 1560 | 139 | 23882 | 32178 | 57759 | 50 | 231,04 |
| Salyklo gamyba | 589 | | 5718 | 2620 | 8927 | 6 | 297,57 |
| Alkoholinių gėrimų sektorius | 3613 | 261 | 39814 | 38771 | 82459 | 65 | 253,72 |

**DARBO PRODUKTYVUMO IR MATERIALINIŲ INVESTICIJŲ TENKANČIŲ 1 – AM
DARBUOTOJUI RYŠYS**

| Visas šalies ūkis | | Apdirbamoji gamyba | | Alkoholinių gėrimų pramonė | |
|----------------------------------|--|---------------------------------|--|---------------------------------|--|
| Darbo produktyvumas, tūkst. Eur | Investicijos tenkančios 1 – am darbuotojui, tūkst. Eur | Darbo produktyvumas, tūkst. Eur | Investicijos tenkančios 1 – am darbuotojui, tūkst. Eur | Darbo produktyvumas, tūkst. Eur | Investicijos tenkančios 1 – am darbuotojui, tūkst. Eur |
| 18,50 | 3,29 | 19,50 | 2,52 | 33,73 | 4,89 |
| 20,20 | 3,27 | 24,70 | 2,12 | 27,59 | 4,77 |
| 22,50 | 3,88 | 29,40 | 3,28 | 26,86 | 6,39 |
| 23,60 | 4,14 | 31,10 | 3,53 | 30,46 | 6,38 |
| 24,50 | 4,33 | 30,90 | 3,63 | 29,69 | 5,48 |
| 0,967 | | 0,825 | | -0,329 | |
| Koreliacijos koeficientai | | | | | |

DARBO PRODUKTYVUMO PRIKLAUSOMYBĖ NUO MATERIALINIŲ INVESTICIJŲ Į SEKTORIŲ

**LIETUVOS ALKOHOLINIŲ GĖRIMŲ PRAMONĖS PREKIŲ POZICIJŲ RTB INDEKSAI
2009 – 2013 M.**

| | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 |
|--|---|----------------|----------------|----------------|----------------|
| Bendras eksportas iš Lietuvos (intra ir extra), mln. Eur | 11796,803 | 15650,732 | 20150,847 | 23047,362 | 24544,605 |
| KN kodai | Alkoholinių gėrimų eksportas, mln. Eur | | | | |
| 220300 | 8,786 | 12,379 | 17,552 | 21,188 | 25,976 |
| 220410 | 3,434 | 8,600 | 10,384 | 18,141 | 27,758 |
| 220421 | 31,759 | 52,486 | 73,864 | 101,887 | 135,385 |
| 220429 | 0,862 | 1,202 | 1,676 | 2,167 | 2,967 |
| 220430 | 0,000 | 0,000 | 0,074 | 0,000 | 0,006 |
| 220510 | 0,771 | 1,129 | 1,513 | 2,861 | 2,889 |
| 220590 | 0,000 | 0,001 | 0,008 | 0,000 | 0,000 |
| 220600 | 7,623 | 14,985 | 24,377 | 25,665 | 44,050 |
| 220820 | 4,374 | 6,415 | 8,137 | 11,741 | 14,114 |
| 220830 | 1,575 | 1,187 | 1,743 | 4,244 | 3,733 |
| 220840 | 0,176 | 0,300 | 0,550 | 1,000 | 1,003 |
| 220850 | 0,563 | 0,115 | 0,187 | 0,232 | 0,261 |
| 220860 | 4,770 | 5,127 | 6,511 | 8,191 | 11,512 |
| 220870 | 1,019 | 0,760 | 3,090 | 6,776 | 7,271 |
| 220890 | 2,328 | 3,037 | 3,485 | 4,412 | 4,522 |
| Visos šakos eksportas | 68,040 | 107,723 | 153,152 | 208,504 | 281,447 |
| Bendras Lietuvos importas (intra ir extra), mln. Eur | 13122,980 | 17653,139 | 22825,604 | 24879,002 | 26207,658 |
| KN kodai | Alkoholinių gėrimų importas, mln. Eur | | | | |
| 220300 | 12,743 | 21,177 | 24,478 | 28,691 | 32,568 |
| 220410 | 5,398 | 11,815 | 14,902 | 23,352 | 33,887 |
| 220421 | 51,619 | 75,504 | 99,936 | 129,488 | 165,989 |
| 220429 | 4,130 | 4,991 | 7,994 | 10,453 | 14,612 |
| 220430 | 0,000 | 0,000 | 0,074 | 0,007 | 0,009 |
| 220510 | 4,130 | 5,481 | 5,681 | 5,874 | 6,122 |
| 220590 | 0,336 | 0,368 | 0,442 | 0,508 | 0,646 |
| 220600 | 6,651 | 7,026 | 10,810 | 13,169 | 16,805 |
| 220820 | 14,602 | 17,590 | 21,978 | 28,418 | 33,090 |
| 220830 | 4,356 | 5,223 | 9,146 | 15,138 | 17,484 |
| 220840 | 0,455 | 0,834 | 1,316 | 2,085 | 2,626 |
| 220850 | 0,495 | 0,232 | 0,336 | 0,494 | 0,603 |
| 220860 | 10,260 | 12,650 | 19,425 | 22,722 | 23,150 |
| 220870 | 2,500 | 2,249 | 5,475 | 9,782 | 10,941 |
| 220890 | 3,290 | 4,890 | 5,844 | 7,475 | 8,888 |
| Visos šakos importas | 120,966 | 170,029 | 227,837 | 297,655 | 367,420 |

15 PRIEDO TĘSINYS

| ES (28) eksportas | | | | | |
|---|---|------------------|------------------|------------------|------------------|
| | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 |
| Bendras eksportas iš ES (28) (intra ir extra), mln. Eur | 3307947,796 | 3909661,964 | 4376568,588 | 4520998,415 | 4573587,824 |
| KN kodai | Alkoholinių gėrimų eksportas, mln. Eur | | | | |
| 220300 | 4809,952 | 5258,354 | 5492,355 | 6261,427 | 6299,867 |
| 220410 | 2745,421 | 3184,718 | 3587,496 | 3836,836 | 3976,799 |
| 220421 | 9395,691 | 10645,204 | 12017,727 | 12906,900 | 13186,803 |
| 220429 | 1274,026 | 1144,521 | 1400,609 | 1553,483 | 1737,319 |
| 220430 | 38,886 | 57,831 | 80,394 | 79,970 | 78,911 |
| 220510 | 257,230 | 282,395 | 279,326 | 325,928 | 368,730 |
| 220590 | 19,775 | 22,203 | 24,767 | 27,944 | 29,073 |
| 220600 | 499,723 | 508,012 | 541,897 | 589,617 | 656,595 |
| 220820 | 1981,178 | 2498,684 | 2801,318 | 3326,415 | 3304,977 |
| 220830 | 4243,438 | 4964,684 | 6071,296 | 6728,205 | 6597,428 |
| 220840 | 294,037 | 358,404 | 403,312 | 434,108 | 446,794 |
| 220850 | 374,052 | 410,796 | 481,666 | 545,063 | 559,662 |
| 220860 | 1119,353 | 1398,995 | 1540,579 | 1712,242 | 1622,660 |
| 220870 | 1480,599 | 1617,557 | 1707,431 | 2040,106 | 2039,983 |
| 220890 | 652,390 | 740,927 | 835,747 | 953,787 | 1150,213 |
| ES (28) alkoholinių gėrimų eksportas | 29185,752 | 33093,285 | 37265,920 | 41322,030 | 42055,816 |
| ES (28) importas | | | | | |
| Bendras ES (28) importas (intra ir extra), mln. Eur | 3383555,961 | 4013659,573 | 4481124,287 | 4564052,575 | 4452474,429 |
| KN kodai | Alkoholinių gėrimų importas, mln. Eur | | | | |
| 220300 | 2728,325 | 2966,436 | 3125,053 | 3463,018 | 3406,907 |
| 220410 | 1696,215 | 1757,524 | 1944,231 | 1996,021 | 1992,338 |
| 220421 | 7007,926 | 7245,218 | 7563,426 | 8075,922 | 8104,795 |
| 220429 | 1343,977 | 1361,401 | 1700,498 | 1945,298 | 2125,092 |
| 220430 | 21,903 | 36,221 | 40,246 | 41,797 | 41,106 |
| 220510 | 245,994 | 249,991 | 311,361 | 313,377 | 268,419 |
| 220590 | 24,763 | 25,928 | 25,622 | 25,964 | 29,665 |
| 220600 | 316,571 | 341,097 | 426,180 | 461,376 | 471,110 |
| 220820 | 600,806 | 633,678 | 685,569 | 785,021 | 840,703 |
| 220830 | 2133,008 | 2322,446 | 2573,072 | 2582,216 | 2714,237 |
| 220840 | 604,997 | 759,587 | 759,693 | 796,943 | 801,714 |
| 220850 | 146,172 | 169,978 | 203,206 | 277,902 | 296,879 |
| 220860 | 466,326 | 544,552 | 602,172 | 632,018 | 707,866 |
| 220870 | 903,226 | 968,451 | 1028,458 | 1074,819 | 1068,858 |
| 220890 | 820,693 | 828,282 | 802,978 | 742,326 | 738,488 |
| ES (28) alkoholinių gėrimų importas | 19060,902 | 20210,790 | 21791,765 | 23214,020 | 23608,178 |

| Lietuvos alkoholinių gėrimų pramonės RTB indeksai | | | | | |
|---|----------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 |
| KN kodai | Alkoholiniai gėrimai | | | | |
| 220300 | -0,184 | -0,262 | -0,165 | -0,150 | -0,113 |
| 220410 | -0,222 | -0,157 | -0,179 | -0,126 | -0,099 |
| 220421 | -0,238 | -0,180 | -0,150 | -0,119 | -0,102 |
| 220429 | -0,655 | -0,612 | -0,653 | -0,657 | -0,662 |
| 220430 | - | - | - | -0,944 | -0,254 |
| 220510 | -0,686 | -0,658 | -0,579 | -0,345 | -0,359 |
| 220590 | -1,000 | -0,996 | -0,964 | -1,000 | -1,000 |
| 220600 | 0,068 | 0,362 | 0,386 | 0,322 | 0,448 |
| 220820 | -0,539 | -0,466 | -0,460 | -0,415 | -0,402 |
| 220830 | -0,469 | -0,630 | -0,680 | -0,562 | -0,648 |
| 220840 | -0,442 | -0,471 | -0,411 | -0,352 | -0,447 |
| 220850 | 0,064 | -0,336 | -0,285 | -0,362 | -0,396 |
| 220860 | -0,365 | -0,423 | -0,498 | -0,470 | -0,336 |
| 220870 | -0,421 | -0,495 | -0,278 | -0,182 | -0,202 |
| 220890 | -0,171 | -0,234 | -0,253 | -0,258 | -0,326 |
| Šakos RTB | -0,280 | -0,224 | -0,196 | -0,176 | -0,132 |

2013 m. Lietuvos 220300 gėrimų RTB rodiklio apskaičiavimo pavyzdys:

$$RTB = \frac{25,976 - 32,568}{25,976 + 32,568} = -0,113 \text{ ir t.t.}$$

ALKOHOLINIŲ GĖRIMŲ SKIRSTYMAS PAGAL KOMBINUOTĄJĄ NOMENKLATŪRĄ

| Pozicija/ subpozicija | Pavadinimas |
|--------------------------|--|
| 2203 00 | Salyklinis alus |
| 2204 | Vynas iš šviežių vynuogių, įskaitant pastiprintus vynus; vynuogių misa, išskyrus priskiriamą KN 2009 pozicijai |
| 2204 10 | Putojantys vynai |
| 2204 21 | Kiti vynai; vynuogių misa, kurios fermentacijai neleista vykti arba ji sustabdyta pridėdant alkoholio; induose, kurių talpa ne didesnė kaip 2 litrai |
| 2204 29 | Kiti vynai, išskyrus nurodytus 2204 10 subpozicijoje, buteliuose su „grybo pavidalo“ kamščiais, pritvirtintais raiščiais arba apkaustais; kitu pavidalu pateikiami vynai, kurių perteklinis slėgis, atsiradęs dėl ištirpusio anglies dioksido, 20 °C temperatūroje yra ne mažesnis kaip 1 baras, tačiau mažesnis kaip 3 barai. |
| 2204 30 | Kita vynuogių misa |
| 2205 | Vermutai ir kiti vynai iš šviežių vynuogių, aromatizuoti augalais arba aromatinėmis medžiagomis |
| 2205 10 | Vermutai ir kiti vynai iš šviežių vynuogių, aromatizuoti augalais arba aromatinėmis medžiagomis induose, kurių talpa ne didesnė kaip 2 litrai |
| 2005 90 | Kiti vermutai, kiti vynai iš šviežių vynuogių, aromatizuoti augalais arba aromatinėmis medžiagomis |
| 2206 00 | Kiti fermentuoti gėrimai (pavyzdžiui, sidras, kriaušių sidras, midus); fermentuotų gėrimų mišiniai, taip pat fermentuotų gėrimų ir nealkoholinių gėrimų mišiniai, nenurodyti kitose KN pozicijoje |
| 2208 | Nedenatūruotas etilo alkoholis, kurio alkoholio koncentracija, išreikšta tūrio procentais, mažesnė kaip 80 % tūrio; spiritai, likerai ir kiti spiritiniai gėrimai |
| 2208 20 | Spiritai, pagaminti distilijuojant vynuogių vyną arba vynuogių išspaudas |
| 2208 30 | Viskiai |
| 2208 40 | Romai ir kiti spiritai, gauti distilijuojant fermentuotus cukranendrių produktus |
| 2208 50 | Džinai ir Geneva |
| 2208 60 | Degtinės |
| 2208 70 | Likeriai ir kordialai |
| 2208 90 | Kiti |

**ŠALIES ŪKIO IR ALKOHOLINIŲ GĖRIMŲ PRAMONĖS UŽSIENIO PREKYBOS
RODIKLIŲ DINAMIKA 2009 – 2013 M.**

| Metai | Alkoholinių gėrimų pramonė | | | | Visas šalies ūkis | | | |
|---|----------------------------|---------|-------------|---------|-------------------|---------|-------------|---------|
| | Eksportas | | Importas | | Eksportas | | Importas | |
| | mln. Eur | Pokytis | mln. Eur | Pokytis | mln. Eur | Pokytis | mln. Eur | Pokytis |
| 2009 | 68,04 | - | 120,97 | - | 11796,80 | - | 13122,98 | - |
| 2010 | 107,72 | 158,32 | 170,03 | 140,56 | 15650,73 | 132,67 | 17653,14 | 134,52 |
| 2011 | 153,15 | 142,17 | 227,84 | 134,00 | 20150,84 | 128,75 | 22825,60 | 129,30 |
| 2012 | 208,50 | 136,14 | 297,66 | 130,64 | 23047,36 | 114,37 | 24879,01 | 109,00 |
| 2013 | 281,45 | 134,98 | 367,42 | 123,44 | 24544,60 | 106,50 | 26207,66 | 105,34 |
| Pokytis, 2009 m. palyginti su 2013 m., kartais | 4,14 | | 3,04 | | 2,08 | | 2,00 | |

**ALKOHOLINIŲ GĖRIMŲ PRAMONĖS GAMINIŲ STRUKTŪROS ANALIZĖ
2009 – 2013 M., PROC.**

| Metai | Rodikliai | Gaminiai | | | | | Iš viso |
|-------|-----------|----------|-------|------|-------|-------|---------|
| | | 2203 | 2204 | 2205 | 2206 | 2208 | |
| 2009 | Eksportas | 12,91 | 52,99 | 1,13 | 11,20 | 21,76 | 100,00 |
| | Importas | 10,53 | 50,55 | 3,69 | 5,50 | 29,73 | 100,00 |
| 2010 | Eksportas | 11,49 | 57,82 | 1,05 | 13,91 | 15,73 | 100,00 |
| | Importas | 12,45 | 54,29 | 3,44 | 4,13 | 25,68 | 100,00 |
| 2011 | Eksportas | 11,46 | 56,15 | 0,99 | 15,92 | 15,48 | 100,00 |
| | Importas | 10,74 | 53,94 | 2,69 | 4,74 | 27,88 | 100,00 |
| 2012 | Eksportas | 10,16 | 58,61 | 1,37 | 12,31 | 17,55 | 100,00 |
| | Importas | 9,64 | 54,86 | 2,14 | 4,42 | 28,93 | 100,00 |
| 2013 | Eksportas | 9,23 | 59,02 | 1,03 | 15,65 | 15,07 | 100,00 |
| | Importas | 8,86 | 58,38 | 1,84 | 4,57 | 26,34 | 100,00 |

ŠALIES ALKOHOLINIŲ GĖRIMŲ GAMYBOS IR EKSPORTO TENDENCIJOS 2009 – 2013 M., MLN. DEKALITRŲ

| Metai | 2203 | | | 2204 | | | 2205 ir 2206 | | | 2208 | | |
|----------------|----------------|---------------|----------------|--------------|---------------|----------------|---------------|---------------|---------------|--------------|--------------|--------------|
| | Gamyba | Eksportas | Pokytis | Gamyba | Eksportas | Pokytis | Gamyba | Eksportas | Pokytis | Gamyba | Eksportas | Pokytis |
| 2009 | 27,623 | 5,681 | 21,942 | 0,540 | 2,763 | -2,223 | 3,651 | 0,903 | 2,748 | 1,038 | 0,182 | 0,856 |
| 2010 | 29,182 | 4,682 | 24,500 | 0,724 | 4,605 | -3,881 | 4,234 | 1,858 | 2,376 | 0,893 | 0,205 | 0,688 |
| 2011 | 30,511 | 4,164 | 26,347 | 0,612 | 5,817 | -5,205 | 4,928 | 2,498 | 2,430 | 0,932 | 0,292 | 0,640 |
| 2012 | 28,406 | 4,164 | 24,242 | 0,648 | 6,954 | -6,306 | 5,501 | 2,538 | 2,963 | 0,933 | 0,387 | 0,546 |
| 2013 | 28,863 | 1,624 | 27,239 | 0,574 | 8,039 | -7,465 | 7,042 | 3,875 | 3,167 | 1,095 | 0,466 | 0,629 |
| Iš viso | 144,585 | 20,314 | 124,271 | 3,098 | 28,178 | -25,080 | 25,356 | 11,671 | 13,685 | 4,891 | 1,532 | 3,359 |

ALKOHOLINIŲ GĖRIMŲ PRAMONĖS PREKYBINIŲ MAINŲ SKLAIDA 2009 – 2013 M.

| Kodas | Regionas | Eksportas, tūkst. Eur | | | | | Padidėjimo/ sumažėjimo tempas, kartais | Importas, tūkst. Eur | | | | | Padidėjimo/ sumažėjimo tempas, kartais | Balansas, tūkst. Eur | | | | |
|--|--------------------|-----------------------|----------------|----------------|----------------|----------------|---|----------------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|---|----------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| | | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 |
| Europos Sąjunga (ES) | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| IE | Airija | 561.2 | 429.3 | 679.5 | 481.3 | 521.2 | 0.93 | 1361.4 | 208.4 | 513.3 | 822.5 | 1291.0 | 0.95 | -800.2 | 220.9 | 166.2 | -341.2 | -769.8 |
| AT | Austrija | | | | | | | 480.0 | 838.4 | 799.7 | 856.2 | 1117.1 | 2.33 | -480.0 | -838.4 | -799.7 | -856.2 | -1117.1 |
| BE | Belgija | 7.8 | 39.0 | 153.5 | 279.5 | 653.3 | 83.76 | 535.2 | 672.1 | 880.5 | 1447.2 | 1917.4 | 3.58 | -527.4 | -633.1 | -727.0 | -1167.7 | -1264.1 |
| BG | Bulgarija | 7.3 | 33.9 | 29.7 | 46.5 | 36.6 | 5.01 | 698.2 | 1111.1 | 986.0 | 1429.9 | 1533.1 | 2.20 | -690.9 | -1077.2 | -956.3 | -1383.4 | -1496.5 |
| CZ | Čekija | 1.6 | 39.5 | 34.8 | 14.2 | 1.8 | 1.13 | 1777.4 | 2430.7 | 3731.4 | 5556.2 | 5864.3 | 3.30 | -1775.8 | -2391.2 | -3696.6 | -5542.0 | -5862.5 |
| DK | Danija | 65.9 | 1160.7 | 961.1 | 453.5 | 590.6 | 8.96 | 4008.3 | 4198.2 | 4742.9 | 3739.5 | 4169.0 | 1.04 | -3942.4 | -3037.5 | -3781.8 | -3286.0 | -3578.4 |
| EE | Estija | 2814.3 | 4081.6 | 4280.2 | 4983.8 | 6731.5 | 2.39 | 6899.9 | 8817.3 | 8475.1 | 8662.2 | 7215.7 | 1.05 | -4085.6 | -4735.7 | -4194.9 | -3678.4 | -484.2 |
| GR | Graikija | 0.1 | 7.7 | | 8.9 | 14.5 | 145.00 | 221.6 | 323.0 | 546.8 | 440.0 | 445.5 | 2.01 | -221.5 | -315.3 | -546.8 | -431.1 | -431.0 |
| ES | Ispanija | 371.0 | 228.8 | 156.9 | 124.4 | 119.7 | 0.32 | 13957.0 | 19768.9 | 27685.4 | 34511.3 | 43169.2 | 3.09 | -13586.0 | -19540.1 | -27528.5 | -34386.9 | -43049.5 |
| IT | Italija | 58.0 | 19.3 | | 32.0 | 211.2 | 3.64 | 15023.6 | 26268.1 | 32858.3 | 40315.3 | 68393.4 | 4.55 | -14965.6 | -26248.8 | -32858.3 | -40283.3 | -68182.2 |
| GB | Jungtinė Karalystė | 1189.1 | 1656.5 | 1355.6 | 1750.2 | 1498.9 | 1.26 | 2748.1 | 2636.1 | 6384.1 | 11688.0 | 11881.7 | 4.32 | -1559.0 | -979.6 | -5028.5 | -9937.8 | -10382.8 |
| CY | Kipras | 2.4 | 2.2 | | 29.7 | 25.6 | 10.67 | 1.6 | | | | 24.8 | 15.50 | 0.8 | 2.2 | 0.0 | 29.7 | 0.8 |
| HR | Kroatija | | | 0.1 | | | | | | | 0.2 | | | 0.0 | 0.0 | 0.1 | -0.2 | 0.0 |
| LV | Latvija | 6197.4 | 12206.3 | 17721.3 | 19680.9 | 20769.8 | 3.35 | 12477.8 | 11382.6 | 15277.0 | 16766.0 | 20036.4 | 1.61 | -6280.4 | 823.7 | 2444.3 | 2914.9 | 733.4 |
| PL | Lenkija | 1836.0 | 2011.9 | 2755.0 | 3513.5 | 5529.7 | 3.01 | 5491.5 | 6123.9 | 7462.9 | 9522.8 | 8672.8 | 1.58 | -3655.5 | -4112.0 | -4707.9 | -6009.3 | -3143.1 |
| LU | Liuksemburgas | | 0.2 | | | | | 2.8 | | | 11.0 | 22.4 | 8.00 | -2.8 | 0.2 | 0.0 | -11.0 | -22.4 |
| MT | Malta | 1.6 | 3.2 | 0.1 | | 7.3 | 4.56 | 34.3 | 30.0 | | | | 0.00 | -32.7 | -26.8 | 0.1 | 0.0 | 7.3 |
| NL | Nyderlandai | 4.6 | 22.7 | 243.9 | 638.0 | 101.5 | 22.07 | 1324.7 | 1851.7 | 2654.7 | 3851.6 | 5378.5 | 4.06 | -1320.1 | -1829.0 | -2410.8 | -3213.6 | -5277.0 |
| PT | Portugalija | | 2.9 | 2.7 | | 11.7 | | 198.0 | 295.1 | 626.4 | 1312.2 | 1988.5 | 10.04 | -198.0 | -292.2 | -623.7 | -1312.2 | -1976.8 |
| FR | Prancūzija | 15.9 | 5.8 | 68.5 | 287.4 | 5435.7 | 341.87 | 28604.2 | 47042.1 | 63195.3 | 85744.8 | 105153.0 | 3.68 | -28588.3 | -47036.3 | -63126.8 | -85457.4 | -99717.3 |
| RO | Rumunija | 2.4 | | | | | 0.00 | | | | 15.7 | | | 2.4 | 0.0 | 0.0 | -15.7 | 0.0 |
| SK | Slovakija | | | | 0.1 | 8.2 | | 60.6 | 66.5 | 101.9 | 60.0 | 30.4 | 0.50 | -60.6 | -66.5 | -101.9 | -59.9 | -22.2 |
| SI | Slovėnija | | 0.2 | | 0.4 | 1.4 | | | | | | 38.0 | | 0.0 | 0.2 | 0.0 | 0.4 | -36.6 |
| FI | Suomija | 24.6 | 126.2 | 517.4 | 255.7 | 274.0 | 11.14 | 1042.3 | 836.4 | 1082.5 | 1717.5 | 1879.2 | 1.80 | -1017.7 | -710.2 | -565.1 | -1461.8 | -1605.2 |
| SE | Švedija | 2745.2 | 214.9 | 661.0 | 629.5 | 2271.2 | 0.83 | 2426.6 | 3192.2 | 4285.2 | 5603.6 | 6980.3 | 2.88 | 318.6 | -2977.3 | -3624.2 | -4974.1 | -4709.1 |
| HU | Vengrija | | | 0.6 | | 2.0 | | 2455.1 | 2382.0 | 1369.9 | 3005.2 | 3382.1 | 1.38 | -2455.1 | -2382.0 | -1369.3 | -3005.2 | -3380.1 |
| DE | Vokietija | 259.9 | 319.8 | 391.7 | 747.9 | 597.2 | 2.30 | 9247.5 | 12274.2 | 18196.0 | 31761.5 | 34063.3 | 3.68 | -8987.6 | -11954.4 | -17804.3 | -31013.6 | -33466.1 |
| IS viso ES šalyse: | | 16166.3 | 22612.6 | 30013.6 | 33957.4 | 45414.6 | 2.81 | 111077.7 | 152749.0 | 201855.3 | 268840.4 | 334647.1 | 3.01 | -94911.4 | -130136.4 | -171841.7 | -234883.0 | -289232.5 |
| Dalis pramonės eksporte/ importe, proc. | | 23.76 | 20.99 | 19.60 | 16.29 | 16.14 | - | 91.83 | 89.83 | 88.60 | 90.32 | 91.08 | - | - | - | - | - | - |

20 PRIEDO TĘSINYS

| Nepriklausomų valstybių sandrauga (NVS) | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|--|---------------------------|----------------|----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-------------|-------------|----------------|----------------|----------------|----------------|--------------|----------------|---------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| AM | Armėnija | | | | | | | 86.5 | 121.0 | 411.8 | 689.9 | 805.7 | 9.31 | -86.5 | -121.0 | -411.8 | -689.9 | -805.7 |
| AZ | Azerbaidžanas | | | | 81.4 | | | 59.7 | 54.8 | 92.3 | 157.0 | 273.2 | 4.58 | -59.7 | -54.8 | -92.3 | -157.0 | -191.8 |
| BY | Baltarusija | 723.1 | 776.9 | 1689.6 | 3398.5 | 6511 | 9.00 | 841.1 | 4349.2 | 8710.7 | 8823.9 | 9992.9 | 11.88 | -118.0 | -3572.3 | -7021.1 | -5425.4 | -3481.9 |
| GE | Gruzija | | | | 63.4 | 13.6 | | 831.2 | 889.4 | 1251.4 | 1343.6 | 1747.3 | 2.10 | -831.2 | -889.4 | -1251.4 | -1280.2 | -1733.7 |
| KZ | Kazachstanas | | 137.4 | 268.3 | 101.3 | 500.3 | | | | | | | | 0.0 | 137.4 | 268.3 | 101.3 | 500.3 |
| KG | Kirgizija | | | 127.1 | 17.0 | 169.4 | | | | | | | | 0.0 | 0.0 | 127.1 | 17.0 | 169.4 |
| MD | Moldovos Respublika | | | | 2.4 | 2.4 | | 767.9 | 959.8 | 958.3 | 972.4 | 1518.6 | 1.98 | -767.9 | -959.8 | -958.3 | -970.0 | -1516.2 |
| RU | Rusija | 49651.2 | 80482.4 | 116783.5 | 166402.9 | 223884.1 | 4.51 | 2957.7 | 4567.8 | 5762.4 | 6784.3 | 6473.8 | 2.19 | 46693.5 | 75914.6 | 111021.1 | 159618.6 | 217410.3 |
| TJ | Tadžikija | | | | | | | | | | | | | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 |
| TM | Turkmėnija | | | | | | | | | | | | | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 |
| UA | Ukraina | 239.6 | 862.9 | 993.3 | 659.2 | 619.9 | 2.59 | 1036.9 | 2043.6 | 2555.7 | 2758.7 | 3275.8 | | -797.3 | -1180.7 | -1562.4 | -2099.5 | -2655.9 |
| UZ | Uzbekistanas | | | | | | | | | | | | | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 |
| Į viso NVS šalyse: | | 50613.9 | 82259.6 | 119861.8 | 170644.7 | 231782.1 | 4.58 | 6581 | 12985.6 | 19742.6 | 21529.8 | 24087.3 | 3.66 | 44032.9 | 69274 | 100119.2 | 149114.9 | 207694.8 |
| Dalis pramonės eksporte/ importe, proc. | | 74.39 | 76.36 | 78.26 | 81.84 | 82.35 | | 5.44 | 7.64 | 8.67 | 7.23 | 6.56 | | - | - | - | - | - |
| ELPA | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| IS | Islandija | | 1.2 | 5.0 | 6.4 | | | | | | | | | 0.0 | 1.2 | 5.0 | 6.4 | 0.0 |
| LI | Lichtenšteinas | | | | | | | | | | | | | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 |
| NO | Norvegija | 26.5 | 1046.6 | 942.3 | 324.7 | 4.3 | 0.16 | | | | 1.4 | | | 26.5 | 1046.6 | 942.3 | 323.3 | 4.3 |
| CH | Šveicarija | 23.4 | 20.2 | 42.2 | 32.7 | 42.4 | 1.81 | 32.1 | | | 3.8 | 3.9 | 0.12 | -8.7 | 20.2 | 42.2 | 28.9 | 38.5 |
| Į viso ELPA šalyse: | | 49.9 | 1068.0 | 989.5 | 363.8 | 46.7 | 0.94 | 32.1 | 0 | 0 | 5.2 | 3.9 | 0.12 | 17.8 | 1068.0 | 989.5 | 358.6 | 42.8 |
| Dalis pramonės eksporte/ importe, proc. | | 0.07 | 0.99 | 0.65 | 0.17 | 0.02 | | 0.03 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | | - | - | - | - | - |
| Azijos šalys | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| IL | Izraelis | 181.9 | 227.7 | 250.2 | 336.6 | 349.9 | 1.92 | | 0.1 | | 39.9 | 139.5 | | 181.9 | 227.6 | 250.2 | 296.7 | 210.4 |
| TR | Turkija | | 44.8 | 193.3 | 176.0 | 229.1 | | 11.9 | | | | 0.1 | 0.01 | -11.9 | 44.8 | 193.3 | 176.0 | 229.0 |
| IN | Indija | | | | 74.0 | 5.6 | | | | | | | | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 74.0 | 5.6 |
| LB | Libanas | | | 108.4 | 45.3 | 95.7 | | | | 10.1 | 0.2 | 21.3 | | 0.0 | 0.0 | 98.3 | 45.1 | 74.4 |
| HK | Honkongas | | | 18.6 | 34.5 | 71.4 | | | | | | | | 0.0 | 0.0 | 18.6 | 34.5 | 71.4 |
| SG | Singapūras | 25.1 | 27.6 | 16.4 | 34.0 | 47.8 | 1.90 | | | | | | | 25.1 | 27.6 | 16.4 | 34.0 | 47.8 |
| BD | Bangladešas | 13.8 | 39.9 | 27.0 | 27.7 | 38.7 | 2.80 | | | | | | | 13.8 | 39.9 | 27.0 | 27.7 | 38.7 |
| CH | Kinija | | 73.3 | 36.6 | 24.4 | 315.8 | | 5.9 | 12.0 | | | 15.6 | | 0.0 | 67.4 | 24.6 | 24.4 | 300.2 |
| KR | Korėjos Respublika | | 17.9 | 5.5 | 13.6 | 29.2 | | | | | | | | 0.0 | 17.9 | 5.5 | 13.6 | 29.2 |
| TZ | Tanzanija | | | | 35.6 | 22.8 | | | | | | | | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 35.6 | 22.8 |
| VN | Vietnamas | | 12.0 | | 7.7 | 17.1 | | | | | | | | 0.0 | 12.0 | 0.0 | 7.7 | 17.1 |
| IQ | Irakas | | 15.1 | 44.3 | | 97.1 | | | | | | | | 0.0 | 15.1 | 44.3 | 0.0 | 97.1 |
| JP | Japonija | | 11.4 | | | 13.9 | | | | | | 5.3 | | 0.0 | 11.4 | 0.0 | 0.0 | 8.6 |
| ID | Indonezija | | | | | 9.3 | | | | | | | | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 9.3 |
| AE | Jungtiniai Arabų Emyratai | | 20.0 | | | 94.1 | | | | | | | | 0.0 | 20.0 | 0.0 | 0.0 | 94.1 |
| Į viso Azijos šalyse: | | 220.8 | 489.7 | 700.3 | 809.4 | 1437.5 | 6.51 | 11.9 | 6.0 | 22.1 | 40.1 | 181.8 | 15.28 | 208.9 | 483.7 | 678.2 | 769.3 | 1255.7 |
| Dalis pramonės eksporte/ importe, proc. | | 0.32 | 0.45 | 0.46 | 0.39 | 0.51 | - | 0.01 | 0.00 | 0.01 | 0.01 | 0.05 | - | - | - | - | - | - |

20 PRIEDO TĘSINYS

| Afrikos šalys | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|--|------------------------------|----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|--------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| CM | Kamerūnas | | 2.2 | | | | | | | | | | 0.0 | 2.2 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | |
| AO | Angola | | | 10.9 | | | | | | | | | 0.0 | 0.0 | 10.9 | 0.0 | 0.0 | |
| SN | Senegalas | | | 1.8 | | | | | | | | | 0.0 | 0.0 | 1.8 | 0.0 | 0.0 | |
| LR | Liberija | | | | 0.1 | | | | | | | | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.1 | 0.0 | |
| GM | Gambija | | | | | 1.0 | | | | | | | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 1.0 | |
| GH | Gana | | | 18.4 | 61.3 | 117.6 | | | | | | | 0.0 | 0.0 | 18.4 | 61.3 | 117.6 | |
| KE | Kenija | 162.9 | 488.2 | 602.5 | 1588.3 | 1646 | 10.10 | | | | | | 162.9 | 488.2 | 602.5 | 1588.3 | 1646.0 | |
| NG | Nigerija | | 23.3 | 36.4 | 15.1 | 57.9 | | | | | | | 0.0 | 23.3 | 36.4 | 15.1 | 57.9 | |
| CD | Kongo Demokratinė Respublika | 35.6 | | | 11.9 | 70.2 | 1.97 | | | | | | 35.6 | 0.0 | 0.0 | 11.9 | 70.2 | |
| MA | Marokas | | | 10.8 | 10.3 | | | | | | | | 0.0 | 0.0 | 10.8 | 10.3 | 0.0 | |
| UG | Uganda | 23.0 | | | 7.0 | 48.4 | 2.10 | | | | | | 23.0 | 0.0 | 0.0 | 7.0 | 48.4 | |
| ZA | Pietų Afrika | | | | | 8.9 | | 157.8 | 132.8 | 323.7 | 395.3 | 447.4 | 2.84 | -157.8 | -132.8 | -323.7 | -395.3 | -438.5 |
| TG | Togas | | | | | 17.5 | | | | | | | | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 17.5 |
| UY | Urugvajus | | | | | | | 21.6 | 7.0 | 3.5 | 7.0 | | | 0.0 | -21.6 | -7.0 | -3.5 | -7.0 |
| DO | Dominikos Respublika | | | | | | | | | 32.6 | | 24.4 | | 0.0 | 0.0 | -32.6 | 0.0 | -24.4 |
| MU | Mauricijus | | | | | | | | | | | 0.2 | | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | -0.2 |
| Iš viso Afrikos šalyse: | | 221.5 | 513.7 | 680.8 | 1694.0 | 1967.5 | 8.88 | 157.8 | 154.4 | 363.3 | 398.8 | 479.0 | 3.04 | 63.7 | 359.3 | 317.5 | 1295.2 | 1488.5 |
| Dalis pramonės eksporte/ importe, proc. | | 0.33 | 0.48 | 0.44 | 0.81 | 0.70 | - | 0.13 | 0.09 | 0.16 | 0.13 | 0.13 | - | - | - | - | - | - |
| Kitos šalys | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| XS | Serbija | | | 0.2 | | | | 13.8 | 6.4 | | | 5.1 | 0.37 | -13.8 | -6.4 | 0.2 | 0.0 | -5.1 |
| | Antigva ir Barbuda | | | | 0.1 | | | | | | | | | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.1 | 0.0 |
| PA | Panama | | | | 0.3 | | | | | | | | | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.3 |
| CA | Kanada | 53.4 | 42.3 | 37.8 | 71.1 | 102.8 | 1.93 | 54.0 | 103.7 | 144.6 | 256.9 | 289.3 | 5.36 | -0.6 | -61.4 | -106.8 | -185.8 | -186.5 |
| US | Jungtinės Valstijos | 595.6 | 575.3 | 658.3 | 750.3 | 600.9 | 1.01 | 486.3 | 793.4 | 2048 | 2312.6 | 3308 | 6.80 | 109.3 | -218.1 | -1389.7 | -1562.3 | -2707.1 |
| PE | Peru | 72.9 | 86.8 | 127.6 | 167.0 | 36.7 | 0.50 | | | | | | | 72.9 | 86.8 | 127.6 | 167.0 | 36.7 |
| MX | Meksika | 40.7 | 20.2 | 44.4 | 17.8 | 17.7 | 0.43 | 262.1 | 265.9 | 614.9 | 604.5 | 615.3 | 2.35 | -221.4 | -245.7 | -570.5 | -586.7 | -597.6 |
| BR | Brazilija | 5.2 | 40.7 | | 16.3 | 15.9 | 3.06 | | | | | 0.5 | | 5.2 | 40.7 | 0.0 | 16.3 | 15.4 |
| AU | Australija | | 13.9 | 38.2 | 5.9 | 24.3 | | 0.2 | 25.2 | 55.6 | 31.7 | | 0.00 | -0.2 | -11.3 | -17.4 | -25.8 | 24.3 |
| BS | Bahamos | | | | | 0.2 | | | | | | | | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.2 |
| NZ | Naujoji Zelandija | | | | 5.9 | | | 8.6 | 6.0 | 7.9 | 18.1 | 7.6 | 0.88 | -8.6 | -6.0 | -7.9 | -12.2 | -7.6 |
| CL | Čilė | | | | | | | 1954.6 | 2326.4 | 2460.4 | 2896 | 3214.7 | 1.64 | -1954.6 | -2326.4 | -2460.4 | -2896.0 | -3214.7 |
| AR | Argentina | | | | | | | 326.0 | 577.3 | 476.4 | 682.6 | 546.7 | 1.68 | -326.0 | -577.3 | -476.4 | -682.6 | -546.7 |
| MK | Makedonija | | | | | | | | 34.1 | 47.7 | 39.1 | 37.7 | | 0.0 | -34.1 | -47.7 | -39.1 | -37.7 |
| ME | Juodkalnija | | | | | | | | | | | 0.1 | | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | -0.1 |
| Iš viso kitose šalyse: | | 767.8 | 779.2 | 906.5 | 1034.4 | 798.8 | 1.04 | 3105.6 | 4138.4 | 5855.5 | 6841.5 | 8025 | 2.58 | -2337.8 | -3359.2 | -4949.0 | -5807.1 | -7226.2 |
| Dalis pramonės eksporte/ importe, proc. | | 1.13 | 0.72 | 0.59 | 0.50 | 0.28 | - | 2.57 | 2.43 | 2.57 | 2.30 | 2.18 | - | - | - | - | - | - |
| VISO: | | 68040.2 | 107722.8 | 153152.5 | 208503.7 | 281447.2 | 4.14 | 120966.1 | 170033.4 | 227838.8 | 297655.8 | 367424.1 | 3.04 | -52925.9 | -62310.6 | -74686.3 | -89152.1 | -85976.9 |

**DIDŽIAUSIAS KONKURENCINES POZICIJAS ALKOHOLINIŲ GĖRIMŲ IMPORTO SRITYJE UŽIMANČIŲ ŠALIŲ PREKYBINIŲ
MAINŲ KITIMAS**

| Šalys | Eksportas | | Pokytis | | Importas | | Pokytis | | Balansas | | Pokytis | |
|-------------------|-----------|----------|------------|---------------|----------|-----------|------------|-------------|-----------|-----------|------------|--------------|
| | 2009 | 2013 | tūkst. Eur | kartais | 2009 | 2013 | tūkst. Eur | kartais | 2009 | 2013 | tūkst. Eur | kartais |
| Prancūzija | 15,90 | 5435,70 | 5419,80 | 341,87 | 28604,20 | 105153,00 | 76548,80 | 3,68 | -28588,30 | -99717,30 | -71129,00 | 3,49 |
| Italija | 58,00 | 211,20 | 153,20 | 3,64 | 15023,60 | 68393,40 | 53369,80 | 4,55 | -14965,60 | -68182,20 | -53216,60 | 4,56 |
| Ispanija | 371,00 | 119,70 | -251,30 | 0,32 | 13957,00 | 43169,20 | 29212,20 | 3,09 | -13586,00 | -43049,50 | -29463,50 | 3,17 |
| Latvija | 6197,40 | 20769,80 | 14572,40 | 3,35 | 12477,80 | 20036,40 | 7558,60 | 1,61 | -6280,40 | 733,40 | -5547,00 | -0,12 |
| Vokietija | 259,90 | 597,20 | 337,30 | 2,30 | 9247,50 | 34063,30 | 24815,80 | 3,68 | -8987,60 | -33466,10 | -24478,50 | 3,72 |
| Lenkija | 1836,00 | 5529,70 | 3693,70 | 3,01 | 5491,50 | 8672,80 | 3181,30 | 1,58 | -3655,50 | -3143,10 | 512,40 | 0,86 |
| Estija | 2814,30 | 6731,50 | 3917,20 | 2,39 | 6899,90 | 7215,70 | 315,80 | 1,05 | -4085,60 | -484,20 | 3601,40 | 0,12 |

ALKOHOLINIŲ GĖRIMŲ EKSPORTO IR IMPORTO STRUKTŪROS ANALIZĖ ES (28) 2013 M.

| Kodas | Šalis | Eksportas | Struktūra, proc. | Importas | Struktūra, proc. |
|-------------------------------|--------------------|-----------------|---------------------|------------------|---------------------|
| | | mln. Eur | | mln. Eur | |
| IE | Airija | 521,20 | 1,15 | 1291,00 | 0,39 |
| AT | Austrija | - | 0,00 | 1117,10 | 0,33 |
| BE | Belgija | 653,30 | 1,44 | 1917,40 | 0,57 |
| BG | Bulgarija | 36,60 | 0,08 | 1533,10 | 0,46 |
| CZ | Čekija | 1,80 | 0,00 | 5864,30 | 1,75 |
| DK | Danija | 590,60 | 1,30 | 4169,00 | 1,25 |
| EE | Estija | 6731,50 | 14,82 | 7215,70 | 2,16 |
| GR | Graikija | 14,50 | 0,03 | 445,50 | 0,13 |
| ES | Ispanija | 119,70 | 0,26 | 43169,20 | 12,90 |
| IT | Italija | 211,20 | 0,47 | 68393,40 | 20,44 |
| GB | Jungtinė Karalystė | 1498,90 | 3,30 | 11881,70 | 3,55 |
| CY | Kipras | 25,60 | 0,06 | 24,80 | 0,01 |
| HR | Kroatija | - | 0,00 | - | 0,00 |
| LV | Latvija | 20769,80 | 45,73 | 20036,40 | 5,99 |
| PL | Lenkija | 5529,70 | 12,18 | 8672,80 | 2,59 |
| LU | Liuksemburgas | - | 0,00 | 22,40 | 0,01 |
| MT | Malta | 7,30 | 0,02 | - | 0,00 |
| NL | Nyderlandai | 101,50 | 0,22 | 5378,50 | 1,61 |
| PT | Portugalija | 11,70 | 0,03 | 1988,50 | 0,59 |
| FR | Prancūzija | 5435,70 | 11,97 | 105153,00 | 31,42 |
| RO | Rumunija | - | 0,00 | - | 0,00 |
| SK | Slovakija | 8,20 | 0,02 | 30,40 | 0,01 |
| SI | Slovėnija | 1,40 | 0,00 | 38,00 | 0,01 |
| FI | Suomija | 274,00 | 0,60 | 1879,20 | 0,56 |
| SE | Švedija | 2271,20 | 5,00 | 6980,30 | 2,09 |
| HU | Vengrija | 2,00 | 0,00 | 3382,10 | 1,01 |
| DE | Vokietija | 597,20 | 1,31 | 34063,30 | 10,18 |
| Iš viso ES (28) šalyse | | 45414,60 | 100,00 | 334647,00 | 100,00 |

**ALKOHOLINIŲ GĖRIMŲ PRAMONĖS GAMINIŲ EKSPORTO IR IMPORTO APIMČIŲ ANALIZĖ SU PAGRINDINIAIS ES (28)
PARTNERIAIS (SKIRSTYMAS PAGAL KOMBINUOTĄJĄ NOMEKLATŪRĄ 8 – NIŲ ŽENKLŲ)**

| Šalys | 2203 | | | 2204 | | | 2205 | | | 2206 | | | 2208 | | |
|-------------------|-----------|----------|----------|-----------|----------|-----------|-----------|----------|----------|-----------|----------|----------|-----------|----------|-----------|
| | Eksportas | Importas | Balansas | Eksportas | Importas | Balansas | Eksportas | Importas | Balansas | Eksportas | Importas | Balansas | Eksportas | Importas | Balansas |
| Prancūzija | 766,30 | 1159,70 | -393,40 | 0,00 | 80344,50 | -80344,50 | 0,00 | 216,00 | -216,00 | 4658,90 | 104,10 | 4554,80 | 10,50 | 23328,70 | -23318,20 |
| Italija | 0,30 | 0,00 | 0,30 | 0,00 | 56473,00 | -56473,00 | 0,00 | 3365,90 | -3365,90 | 151,70 | 6970,70 | -6819,00 | 59,20 | 1583,80 | -1524,60 |
| Ispanija | 26,40 | 0,00 | 26,40 | 6,00 | 37221,50 | -37215,50 | 0,00 | 785,70 | -785,70 | 11,20 | 127,00 | -115,80 | 76,10 | 5035,00 | -4958,90 |
| Vokietija | 389,30 | 3404,60 | -3015,30 | 4,40 | 13933,90 | -13929,50 | 0,00 | 1967,60 | -1967,60 | 77,30 | 465,20 | -387,90 | 126,20 | 14292,00 | -1416,00 |
| Latvija | 10105,10 | 8321,80 | 1783,30 | 2587,70 | 749,50 | 1838,20 | 105,30 | 150,70 | -45,40 | 4375,50 | 1115,00 | 3260,50 | 3596,20 | 9699,40 | -6103,20 |
| Lenkija | 1508,00 | 2071,30 | -563,30 | 165,80 | 32,90 | 132,90 | 0,00 | 9,20 | -9,20 | 225,10 | 6264,80 | -6039,70 | 3630,80 | 294,60 | 3336,20 |
| Estija | 2251,00 | 1489,70 | 761,30 | 657,50 | 1531,30 | -873,80 | 30,00 | 8,00 | 22,00 | 1370,50 | 1001,00 | 369,50 | 2422,50 | 3185,70 | -763,20 |
| Švedija | 2270,90 | 356,10 | 1914,80 | 0,10 | 40,70 | -40,60 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,10 | 0,00 | 0,10 | 0,10 | 6583,50 | -6583,40 |