

TARPTAUTINĖS PREKYBOS PLĖTROS GALIMYBĖS, TIEKIANT SIAUROS PAKLAUSOS PREKES

Vaiva Pranevičienė

Šiaulių valstybinė kolegija, Verslo ir apskaitos katedros lektorė

Šiaulių valstybinė kolegija / Higher Education Institution, Lecturer at the Department of Business and Accounting

v.praneviciene@svako.lt

Gerardas Gaubša

*UAB „Metso Lithuania“ koordinatorius, Tarptautinio verslo studijų programos alumnas,
Coordinator of "Metso Lithuania" Ltd, Graduate of the study program International Business
geraradas.gausa@gmail.com*

Anotacija

Tarptautinės prekybos analizė lieka svarbi ir aktuali nepriklausomai nuo to, kad ši verslo rūšis turi labai ilgą ir turtingą istoriją. Tarptautinė prekyba svarbi visiems verslams, siekiantiems didesnio pelno, bet svarbiausia mažas rinkas turinčioms šalims, ar organizacijoms, gaminančioms siauros paklausos prekes. Šiame kontekste straipsnyje siekiama identifikuoti tarptautinės prekybos plėtros galimybes. Atlikus tyrimą nustatytos pagrindinės organizacijos tarptautinės prekybos galimybės ir kliūtys.

Reikšminiai žodžiai: tarptautinė prekyba, eksportas, tarptautinės prekybos plėtros galimybės.

DEVELOPMENT OF INTERNATIONAL TRADE OPPORTUNITIES BY SUPPLYING NARROW DEMAND GOODS

Summary

The analysis of international trade remains important and relevant regardless of the fact that this type of business has a very long and rich history. International trade is important for all businesses seeking higher profits, but it is most important for countries with small markets or organizations that produce goods with narrow demand. In this context, the article aims to identify opportunities for the development of international trade. After conducting the study, the main opportunities and obstacles of international trade of the organization were identified.

Keywords: international trade, export, international trade development opportunities.

Įvadas

Tarptautinė prekyba šimtmečiais buvo svarbi žmonijos gyvavimo grandis. Tarptautinė prekyba turi turtingą istoriją, pradedant mainų sistema, kuri buvo aktyviai plėtojama iki XVII amžiaus, o XVIII amžiuje pamažu pereita prie laisvosios prekybos, kurios esminiai principai išliko ir iki mūsų dienų (Princeton, 2015). Nors tarptautinė prekyba vykdoma labai seniai, tačiau jos analizavimas nepraranda aktualumo, nes nuolat kinta tarptautinės prekybos sąlygos, galimybės, politika, reikalavimai.

Tarptautinė prekyba yra mainai tarp vienos ar kelių šalių, dėl kurių auga verslas, šalies ekonomika, didėja gyventojų užimtumas, plečiasi vartotojų rinka. Prekyba suteikia įmonėms galimybių parduoti prekes ir paslaugas naujose rinkose, o tai padidina įmonių pelną ir skatina jų augimą (Demarty, 2019). Taip sukuriama naujų darbo vietų tiek eksportuojančiose, tiek importuojančiose šalyse, tarptautinė prekyba atveria naujas rinkas įmonėms parduoti prekes ir paslaugas, leidžia padidinti verslo organizacijų pardavimus ir pajamas (Radžiukynas ir kt., 2011).

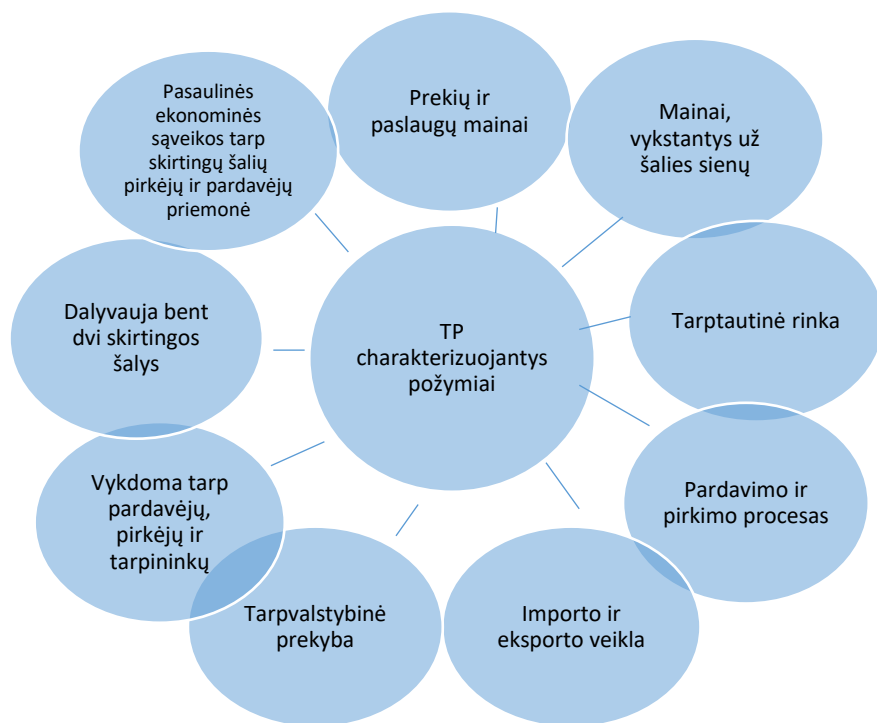
Tarptautinei prekybai svarbūs įvairūs veiksniai: ekonominiai (infliacija, prekių ir paslaugų paklausa, palūkanų normos, valiutų kursų svyravimai, šalies ekonominė būklė), valstybių tarptautinės prekybos politika (valstybėse taikomi muitai, tarifai, ribojimai, laisvosios prekybos sutartys), transporto infrastruktūra (valstybių sausumos kelių, geležinkelių, oro ir jūrų uostų infrastruktūra), tarptautiniai susitarimai (laisvosios prekybos susitarimai, kiti tarptautiniai susitarimai), technologinė pažanga ir veiksmingesnė komunikacija. Iš šio plataus spektro veiksnių kiekviena įmonė, plėsdamasi į kitas rinkas, atsirenka jai svarbiausius, priklausomai nuo parduodamų prekių ar paslaugų specifikos. Įmonė UAB „Metso Lithuania“ gamina labai siauros paklausos produktus, tai įgalina analizuoti pasirinktus svarbiausius veiksnius plačiau ir išsamiau. Atsižvelgiant į šį kontekstą, keliamas **probleminis klausimas**: kokios tarptautinės prekybos plėtros galimybės įmonei, gaminančiai siauros paklausos produktus? Siekiant atsakyti į probleminį klausimą keliamas **tikslas** – identifikuoti įmonės, teikiančios siauros paklausos prekes, tarptautinės prekybos plėtros galimybes. Tikslui pasiekti išskirti šie **uždaviniai**: išanalizuoti tarptautinės prekybos esmę, formas, veiksnius ir plėtros būdus; išanalizuoti tarptautinės prekybos plėtros analizės metodus; nustatyti UAB „Metso Lithuania“ tarptautinės prekybos plėtros siauros paklausos prekėmis galimybes. Tyrimui atlikti numatomi metodai: mokslinės literatūros analizė; statistinių duomenų analizė; įmonės vidaus dokumentų (ataskaitų) analizė; kokybinis tyrimas – interviu (pusiau struktūrizuotas); sintezė ir apibendrinimas.

Tarptautinės prekybos charakteristika

Tarptautinę prekybą galima apibūdinti kaip prekių ir paslaugų pirkimą ir pardavimą, vykdomą įvairiose šalyse (Terzea, 2016). Galima išskirti šiuos tarptautinės prekybos bruožus: vykdoma tarp dviejų ar daugiau valstybių; prekyba vyksta už valstybės sienų, ji tampa šalies socialinės ir ekonominės politikos objektu; prekybai naudojamos įvairios valiutos; šalys prekiauja viena su kita, kad galėtų įsigyti užsienio prekių žemesnėmis kainomis negu gamindamos tokias pat prekes šalies viduje (Lewis ir kt., 2018). Vykdam tarptautinę prekybą atsiradę laisvosios prekybos susitarimai ją palengvina, mažindami prekybos kliūtis, esančias tarp dviejų ar daugiau šalių, dažniausiai mažindami tarifus (muito mokesčius prekėms, kertančioms sienas) (Princeton, 2015). Tarptautinė prekyba gali būti vykdoma pasitelkiant importą arba eksportą. Tarptautinė prekyba yra ekonominės sąveikos tarp tarptautinių subjektų metodas ir ekonominio ryšio pavyzdys (Gilaninia ir kt., 2013), procesas perkant ir parduodant, kuris vykdomas skirtingose šalyse tarp pardavėjų, pirkėjų ar tarpininkų, tokiam procesui būdinga prekyba, vykstanti tarp dviejų ar daugiau šalių, naudojant skirtingas valiutas (Radžiukynas ir kt., 2011). PPO (Pasaulio prekybos organizacija) tarptautinę prekybą apibūdina kaip prekes ar prekių srautus, judančius per teritorines valstybių sienas (Terzea, 2016, Tarver ir Kelly, 2022), tai neišvengiamai susiję su papildoma rizika, kurią sukelia valiutų kursų, vyriausybės politikos, įstatymų, teismų sistemų ir finansų rinkų pokyčiai.

Tarptautinė prekyba reiškia prekių ar paslaugų pirkimą ar pardavimą už šalies geografinių ribų. Tai pasaulinės ekonominės sąveikos tarp skirtingų šalių pirkėjų ir pardavėjų priemonė. Ji veikia lyginamojo pranašumo principu – viena šalis specializuojasi gamindama konkretų produktą – įgyja reputaciją – tada tiekia produktą ar paslaugą į tarptautinę rinką (Demarty, 2019). Ekonominio bendradarbiavimo ir plėtros organizacija (toliau – OECD) tarptautinę prekybą apibūdina kaip importo ir eksporto veiklą (OECD, 2023).

Siekiant suformuluoti apibendrintą tarptautinės prekybos apibrėžimą, tikslinga iš pateiktų įvairių autorių apibrėžimų identifikuoti tarptautinę prekybą charakterizuojančius požymius. Tarptautinę prekybą charakterizuojantys požymiai pateikiami 1 paveiksle.



1 pav. Tarptautinę prekybą charakterizuojantys požymiai

Šaltinis: sudaryta autorių, remiantis D. Vaidya (2023); E. Tarver, C. Kelly (2022); J. Demarty (2019); L. Lewis, R. Monarch; ir kt. (2018)

Apibendrinant autorius, tarptautinę prekybą galima apibūdinti kaip prekių ir paslaugų pardavimo procesą, prekių ir paslaugų mainus – eksportą, importą vykdomus tarp mažiausiai dviejų skirtingų šalių, tarp pardavėjų, pirkėjų ar tarpininkų.

Tarptautinė prekyba tarp skirtingų šalių, valstybės požiūriu, yra svarbus veiksnys, pakeliantis valstybių gyventojų gyvenimo lygį, suteikiantis darbo vietų ir suteikiantis vartotojams galimybę mėgautis didesne prekių įvairove. Tarptautinė prekyba atlieka svarbų vaidmenį gerinant gyvenimo lygį ir mažinant skurdo lygį. Tarptautinė prekyba suteikia prekių ir paslaugų vartotojams prieigą prie įvairių prekių ir paslaugų, kurie gali būti nepasiekiami vietinėje rinkoje. Tai apima aukštos kokybės produktus, inovacijas ir technologijas, kurie gali pagerinti žmogaus gyvenimo kokybę. Tarptautinė prekyba kuria konkurenciją, kuri paskatina įmones efektyviau naudoti išteklius, tobulinti gamybos procesus ir diegti inovacijas. Tai lemia didesnę įmonių produktyvumą ir aukštesnę produkcijos kokybę. Tarptautinė prekyba skatina valstybių ekonomikos augimą, augant ekonomikai sukuriama daugiau darbo vietų, auga gyventojų pajamos (Pettinger, 2021). Tarptautinės prekybos svarbą pripažino politiniai ekonomistai, tokie kaip Adamas Smithas ir Davidas Ricardo. Tarptautinė prekyba leidžia šalims plėsti savo rinkas ir gauti prekių bei paslaugų, kurių kitu atveju nebūtų galima gauti šalies viduje. Dėl tarptautinės prekybos rinka tampa konkurencingesnė. Tai galiausiai lemia konkurencingesnę kainodarą, vartotojui pristatomi pigesni produktai ir paslaugos.

Tarptautinė prekyba gali būti vykdoma įvairiomis formomis. Išskiriamos keturios tarptautinės prekybos formos: eksportas, importas, reeksportas, tranzitinė prekyba.

Eksportą galima apibrėžti kaip prekės ir paslaugos gaminimą vienoje šalyje, o pardavimą kitoje. Įmonės, kurios daug eksportuoja, paprastai susiduria su didesne finansine rizika (Segal, Potters ir Courage, 2022). Verslo organizacijos, vykdydamos eksportą, gali rinktis vieną iš dviejų eksporto kanalų: eksportuoti tiesiogiai kitų šalių prekių vartotojams ar eksportuoti netiesiogiai, per tarpininkus. Verslo organizacijos, kurios pasirenka tiesioginį eksportą, turi daugiau galimybių, nes tokia prekybos forma

lankstesnė, greičiau prisitaiko prie kintančios aplinkos, konkurentų veiklos pokyčių. Verslo organizacijos, kurios pasirenka netiesioginį eksportą, tai patiki prekybos tarpininkams, todėl stokojama lankstumo, menkai kontroliuojamas pardavimas (Ginevičius ir kt., 2005). Taikant tiesioginį eksportą gali prireikti specialių žinių turinčių komandų, todėl daugelis įmonių pasirenka netiesioginį eksportą, t. y. per tarpininkus (Segal, Potters ir Courage, 2022).

Antroji tarptautinės prekybos forma – importas. Importuojamos prekės ar paslaugos yra patrauklios, kai šalies pramonė negali pigiai ar efektyviai gaminti panašių prekių ir paslaugų. Laisvosios prekybos susitarimai dažnai lemia, kad kai kurias prekes ir medžiagas importuoti yra pigiau. Ekonomistai ir politikos analitikai nesutaria dėl teigiamo ir neigiamo importo poveikio. Labiausiai tikėtina, kad šalis importuos prekes ar paslaugas, kurių jų vidaus pramonė negali pagaminti taip efektyviai ar pigiai kaip eksportuojanti šalis (Segal, Scott ir Logan, 2021).

Trečioji tarptautinės prekybos forma – anksčiau importuotų prekių arba paslaugų eksportas arba reeksportas (Noah, 2019). Reeksportas įmonėms naudingas tuo, kad galima brangiau parduoti anksčiau importuotas prekes pakilus jų kainai arba kai importuotos prekės tampa įmonei nereikalingos.

Tranzitinė prekyba – užsienio prekių pardavimas užsienyje, fiziškai negabenant prekių per šalies teritoriją. Tranzitinė prekyba yra tarptautinės prekybos forma, kai perkamos prekės iš kai kurių šalių, norint jas parduoti užsienyje, neįvažiuojant į užsienio šalies muitinės zoną. Tranzitinė prekyba yra prekybos forma, kuriai netaikomas eksportas ir jo režimai. Mokesčių deklaracija šiai formai nerengiama, nes šiai prekybos formai taikomas atleidimas nuo mokesčių (Jones ir kt., 2020).

Tarptautinę prekybą apima platus spektras veiksnių: ekonominiai, demografiniai, teisiniai ir politiniai, technologiniai. Ekonominių veiksnių įtaka tarptautinei prekybai atsispindi per valiutų kurso pokyčius, palūkanų normas, infliacijos lygį, valstybės ekonominę būklę, užsienio valiutos atsargas. Užsienio prekyba sparčiai plėtojama stabilios ekonomikos valstybėse, valstybėse, kuriose auga ekonomika (BVP), užsienio investicijos. Tarptautinę prekybą lemia ir infliacijos lygis: esant aukštai infliacijai, produkto vieneto gamybos kaina gali išaugti ir būti didesnė už kainą žemesnės infliacijos šalyje, dėl šios priežasties eksportuotojas gali patirti nuostolių (Karagoz, 2015). Valstybės demografinius rodiklius nulemia šalies gyventojų skaičius. Šalys, kuriose gyvena daug gyventojų, turi dideles vartotojų rinkas, tokiose šalyse, išaugus tam tikrų prekių ar paslaugų paklausai, išauga ir vidaus vartojimas. Didesnės valstybės mažiau susiduria su darbo jėgos, kvalifikuotų darbuotojų stygiu, tai leidžia efektyviai didinti gamybą, darbo našumą ir prekių eksportą. Mažesnėse, ypač Vakarų Europos valstybėse, dėl gyventojų senėjimo, susiduriama su darbo jėgos problema (Kasema, 2023). Tarptautinei prekybai taip pat didelę įtaką daro valstybės politinė ir teisinė aplinka. Ši aplinka apima įvairias valstybės politikos priemones, teisės aktus, reguliavimo sistemas, kurios gali turėti poveikį prekybos plėtrai. Teisinė aplinka taip pat turi didelę įtaką tarptautinei prekybai. Įvairūs teisinio reguliavimo pokyčiai ir apribojimai, pavyzdžiui, muitų, importo ar eksporto, taikomi įmonėms, gali turėti poveikį prekybos plėtrai (Kasema, 2023). Užsienio prekybos apimčiai gali turėti įtakos ir valstybėje galiojančios intelektinės nuosavybės teisių apsaugos, konkurencijos, darbo teisės normos. Valstybės politinės ir teisinės aplinkos stabilumas ir aiškumas yra svarbūs veiksniai, skatinantys užsienio prekybą ir didinantys prekybos partnerių pasitikėjimą (Pratama, Darwanto, Masyhuri, 2020). Technologinė pažanga, veiksminga komunikacija palengvina prekių ir paslaugų mainus tarp šalių. Elektroninė prekyba ir internetinės platformos leidžia įmonėms greitai ir efektyviai keistis informacija ir plėtoti tarptautinę prekybą.

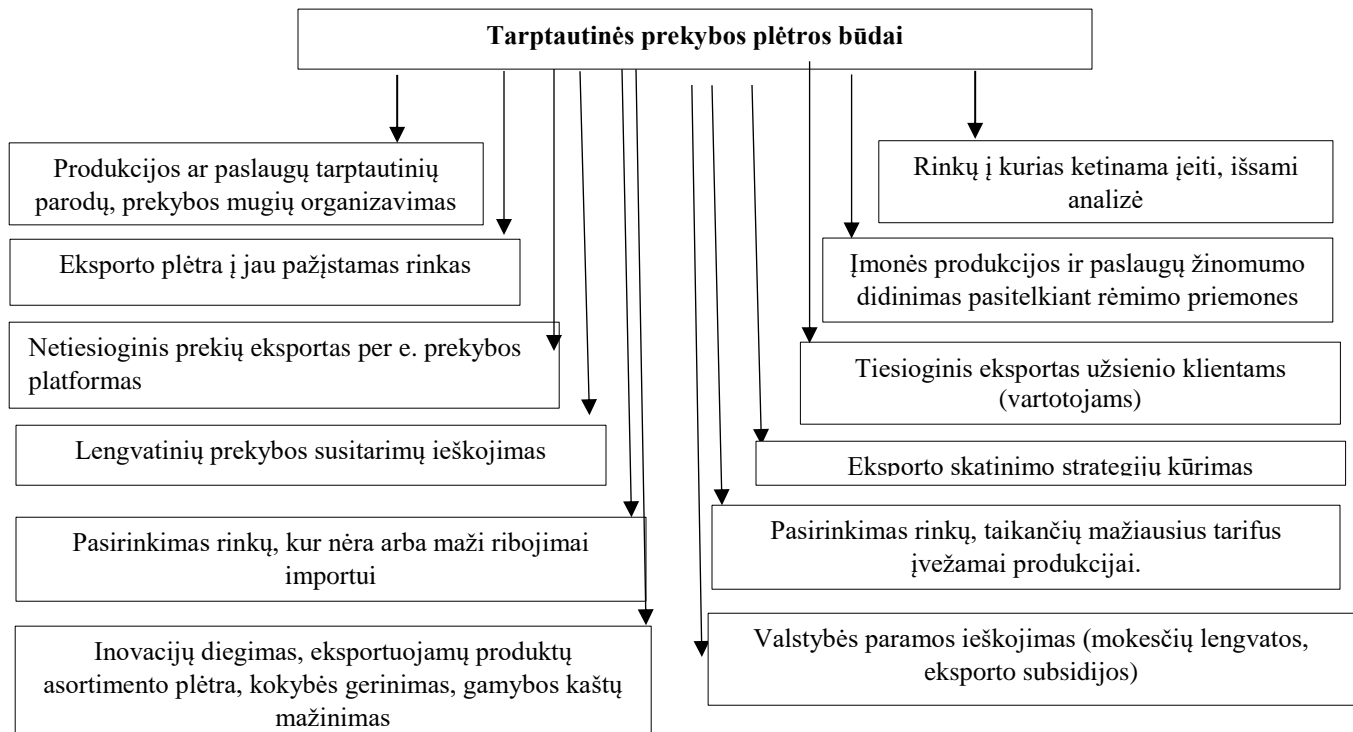
Apibendrinant galima teigti, kad tarptautinė prekyba naudinga tiek valstybei, tiek ir verslo organizacijai. Valstybiniu lygmeniu tarptautinės prekybos svarba pasireiškia tuo, kad ji skatina šalies ekonomikos augimą, užtikrinamas kainų stabilumas, šalys keičiasi technologijomis, vartotojas gali įsigyti platesnio asortimento produktų ir paslaugų už mažesnę kainą, šalys apsirūpina tomis prekėmis, kurių trūksta, rinka tampa konkurencingesnė. Verslo įmonė dėl tarptautinės prekybos išplečia pardavimo rinką, taip gali sėkmingai didinti pardavimus ir generuoti didesnę pelną.

Tarptautinės prekybos plėtra

Tarptautinės prekybos plėtrą lemia pasaulinės ekonomikos sąlygos. Bendra pasaulinė prekių paklausa gali daryti stiprų poveikį valstybės eksporto ir importo apimtims. Kai pasaulio ekonomika auga, didėja ir prekių bei paslaugų paklausa. Didėjančios pajamos skatina tiek vidaus, tiek tarptautinį vartojimą. Ekonomikos augimas pagrindinėse pasaulio rinkose, tokiose kaip ES, JAV, Kinija, daro didelį poveikį tarptautinės prekybos augimui. Pasaulio ekonomikos nuosmukio ar sulėtėjimo metu prekių ir paslaugų paklausa dažnai mažėja. Dėl tokio paklausos sumažėjimo gali sumažėti ir atskirų valstybių eksporto pajamos ir užsienio tarptautinės prekybos apimtys (Nurfadillah, 2021).

Valstybių taikomos tarptautinės prekybos kliūtys gali sumažinti tarptautinės prekybos plėtos galimybes. Viena iš dažniausių tarptautinės prekybos kliūčių yra muitinės tarifai, kuriuos viena šalis nustato importuojamiems produktams. Aukšti muitų įkainiai gali padidinti prekių kainas ir sumažinti prekybos apimtį, taip apsunkindami tarptautinę prekybą (Kasema, 2023). Kitos tarptautinės prekybos kliūtys – tai muitų ir prekių importo bei eksporto apribojimai, sudėtingos administracinės procedūros, produktų reguliavimas ir sertifikavimas, intelektinės nuosavybės teisių apsaugos spragos, viešųjų pirkimų apribojimai. Visa tai gali tapti dideliu iššūkiu įmonėms, siekiančioms prekiauti užsienio rinkose, ir gali riboti tarptautinės prekybos plėtrą (Bassa ir Goshu, 2019). Plėtos kliūčių buvimas ypač aktualus siauros paklausos prekių gamintojams, nes jų prekių pasiūlos ribos ir taip siauros, tad esamos kliūtys plėtos galimybes gali dar labiau susiaurinti.

Tarptautinės prekybos plėtos galimybes daugelis autorių (Nursodik, Santoso ir Nurfadillah, 2021; Voora, Bermude ir Larrea, 2019; Krugman, Obstfeld ir Melitz, 2018; Bernatonytė, 2011, Tambunlertchai, 2009) sieja būtent su eksporto didinimo galimybėmis. Jos pateikiamos 2 paveiksle:



2 pav. Tarptautinės prekybos plėtos būdai

Šaltinis: sudaryta autorių, remiantis H. Nursodik, S. I. Santoso ir S. Nurfadillah (2021); W. T. Bekele, F. G. Mersha (2019); P. R. Krugman, M. Obstfeld ir M. J. Melitz (2018); D. Bernatonyte (2011), S. Tambunlertchai (2009)

Atsižvelgiant į minėtų autorių įžvalgas ir pasiūlymus, galima teigti, kad įmonės tarptautinės prekybos plėtros analizė turėtų apimti pasirinktų veiksmų, formų ir būdų analizę, nes jų visuma gali nulemti sėkmę ar nesėkmę vystant tarptautinę prekybą. Tai priklauso nuo įmonės gaminamos ar perparduodamos produkcijos pobūdžio, kiekių, vartojimo savybių.

Tarptautinės prekybos plėtros tyrimo metodika

Tyrimui atlikti buvo sudarytas tyrimo planas. Tyrimas suskirstytas į tokius etapus:

1. Tyrimo problemos suformulavimas.
2. Aktualios mokslinės ir metodinės literatūros rinkimas ir analizė.
3. Duomenų rinkimo metodo parinkimas:
 - a) Kokybinio tyrimo metodo parinkimas – „Metso Lithuania“ dokumentų analizė: išorinės ir vidinės aplinkos veiksnių analizė (naudojant M. Porterio 5 jėgų, PESTEL modelius);
 - b) Kokybinio tyrimo metodo parinkimas – struktūruotas interviu su „Metso Lithuania“ vadovais. Atrankos būdas – tikslinė kriterinė atranka. Tyrimo imtis – 4 informantai – „Metso Lithuania“ vadovai.
4. Tyrimo organizavimas.
5. Duomenų interpretavimas, apibendrintų išvadų pateikimas.

Kokybinio duomenų rinkimo metodų pagrindimas. Įmonė, siekdama plėstis tarptautinėse rinkose, pirmiausia turi įvertinti mikro- ir makroaplinkas, kurių išsami analizė leistų numatyti galimas kliūtis ir problemas. Šiam tikslui pasiekti buvo pasirinkti kokybiniai tyrimo metodai: M. Porterio 5 jėgų, ir PESTEL modeliai. M. Porterio penkių jėgų modelis išreiškia konkurencinių jėgų sąveiką: esamų konkurentų šakoje veikimą; tiekėjų pasirinkimo galią; produkcijos vartotojų galią; naujų prekių ar pakaitalų grėsmę; naujų konkurentų pasirodymo rinkoje grėsmę (Sadiq, Muayyad 2024). Pasitelkus PESTEL analizės modelį nustatomi išorinės aplinkos pokyčiai ir poveikis įmonės konkurencinei padėčiai. Alava ir kt. (2018) teigia, kad PESTEL analizė yra išankstinė analizė, kurios pagrindinė funkcija – nustatyti aplinką, kurioje veikia organizacija, o pateikti duomenys ir informacija leidžia įmonei numatyti naujas veiklos galimybes. PESTEL analizę tikslinga atlikti siekiant atsižvelgti į išorės aplinkos poveikį arba aplinkos pokyčių paiešką. PESTEL analizė atlieka dvi pagrindines funkcijas:

1. Galimybė identifikuoti aplinką, kurioje veikia įmonė.
2. Galimybė gauti duomenis ir informaciją, kuri leidžia įmonei numatyti situacijas ir aplinkybes, su kuriomis ji gali susidurti ateityje.

Remiantis šiomis dviem išskirtomis funkcijomis, matyti, kad PESTEL analizė traktuotina kaip išankstinė analizė, kuri turėtų būti naudojama strateginiame valdyne. Nors PESTEL analizė ir suteikia svarbių žinių apie makroaplinkos analizę, vis dėlto ji turi tam tikrą matavimo ir vertinimo apribojimų (Yüksel, 2012).

Atlikus aplinkų analizes, tikslinga jas susieti pasitelkiant dar vieną kokybinį tyrimą – struktūruotą interviu, taikant kriterinę interviantų atranką. Toks tyrimo metodas pasirinktas remiantis šiais jo privalumais:

- tyrimo dalyviai – aukščiausią kompetenciją turintys specialistai ar ekspertai, iš kurių gaunama nauja, objektyvi, paremta praktika informacija nagrinėjamu klausimu ar problema;
- kokybiniu tyrimu surenkami individualia specialisto ar eksperto patirtimi paremti duomenys, kurių negalima gauti kiekybinio tyrimo metu;
- esminis privalumas tas, kad tyrėjas tyrimo metu (apklausos metu) informantams gali pateikti patikslinančius klausimus (Kardelis, 2016).
-

UAB „Metso Lithuania“ charakteristika

Analizuojama įmonė – „Metso Lithuania“ – yra vienas iš Suomijoje įsikūrusios įmonės – „Metso Outotec“ padalinių. Įmonės „Metso Lithuania“ veikla – plastiko, gumos ir mineralų perdirbimas ir gumos bei plastiko gaminių gamyba. Įmonės gaminama produkcija siauros specializacijos – reikalinga konkrečiai rūdų, uolienuų kasimo mobilieji ir stacionariai įrangoms. Įmonė sėkmingai vykdo savo veiklą, tai atspindi jos pardavimų pajamos, kurios 2021 metais siekė 24,4 mln. Eur., 2022 metais 43,1 mln. Eur, o 2023 metais pardavimai išaugo iki 58,2 mln. Eur.

UAB „Metso Lithuania“ veiklą pradėjo 2020 metais. Gamyklos išdėstymas sukurtas laikantis tvarumo principų ir atitinka naujausius aplinkosaugos reikalavimus. Gamyklos vieta Lietuvoje buvo parinkta remiantis išsamia dabartinių klientų Europos, Artimųjų Rytų ir Afrikos regionuose analize. Klientams, kurie gali pasinaudoti daugeliu logistikos galimybių, taip pat bus siūlomos pagerintos pristatymo ir sandėliavimo paslaugos (Purpose, vision and values, 2023). Įmonė dalį produkcijos perduoda įmonei Suomijoje, tačiau gamybiniai pajėgumai leidžia produkcijos pagaminti daugiau, ją galima pardavinėti savo nuožiūra, todėl įmonė turi tikslą plėstis tarptautinėse rinkose.

Tyrimo duomenų analizė

Tyrimui atlikti pasirinkta kokybinių tyrimų strategija. Duomenų rinkimui pasirinkti du kokybiniai tyrimo metodai: įmonės antrinių dokumentų analizė – išorinės bei vidinės aplinkos veiksnių analizė (PESTEL, M. Porterio 5 jėgų modeliai) ir kokybinis tyrimo metodas – pusiau struktūruotas interviu su „Metso Lithuania“ vadovais, atsakingais už tarptautinę prekybą. Tyrimų duomenys apdoroti pasitelkus turinio analizę, duomenys interpretuoti, susisteminti ir pateiktos apibendrinančios išvados.

Tyrimas pradėtas nuo įmonės vidinės aplinkos analizės, pasitelkiant M. Porterio 5 jėgų modelį. Analizuoti įmonės tarptautinei prekybai įtakos turintys elementai – pirkėjai, tiekėjai, konkurentai, tarpininkai, prekių pakaitalai. Pagal M. Porterio metodą, atlikus įmonės vidaus dokumentų ir kitų išorės dokumentų analizę, susijusią su konkurentais, nustatyta, kad įmonė vietinėje rinkoje konkurentų neturi, tačiau jų turi tarptautinėse rinkose. Pagrindiniai UAB „Metso Lithuania“ konkurentai yra Jungtinėje Karalystėje įsikūrusi bendrovė „Rio Tinto“, Šveicarijoje įsikūrusi bendrovė „ABB Ltd.“, Švedijoje įsikūrusi bendrovė „Sandvik AB“ ir Suomijoje įsikūrusi bendrovė „Valmet Corp“. Visi keturių konkurentų privalumai, palyginti su UAB „Metso Lithuania“, yra jų dydis – tai didelės organizacijos, turinčios didelį pelną ir dideles pajamas, plačią tarptautinę rinką. Tačiau minėtų įmonių, išskyrus „Rio Tinto“, esminis trūkumas, palyginti su UAB „Metso Lithuania“, yra siauresnis kalnakasybos įrangos detalių gamybos asortimentas, šios įmonės specializuojasi ne tik kalnakasyboje bet ir kitose srityse. Kalnakasyba sudaro tik nežymią jų asortimento dalį.

Pagrindinis konkurentas yra „Rio Tinto“ – tarptautinė Didžiosios Britanijos ir Australijos kalnakasybos bendrovė, kurios būstinės yra Londone ir Melburne. Ši įmonė, kaip ir UAB „Metso Lithuania“, kalnakasybos pramonei teikia platų prekių asortimentą, tačiau UAB „Metso Lithuania“ siūlomas asortimentas vis tiek platesnis. „Rio Tinto“ esminis trūkumas – įmonė susiduria su aplinkosaugos užtikrinimo problemomis, dėl kurių pastaraisiais metais prastėja šios organizacijos įvaizdis. Konkurencinėje kovoje UAB „Metso Lithuania“ pasirinko du konkurencijos valdymo modelius: 1. kombinuotą konkurencijos strategiją – išlaidų lyderio strategiją. Taikant šią strategiją, įmonė savo veiklą grindžia ištekliais, kurie užtikrina mažiausias išlaidas šakoje, kurioje ji veikia. Sugebėjimas efektyviausiai valdyti išteklius leidžia įmonei pasiekti mažiausias išlaidas savo veiklos šakoje ir įgyti ilgalaikį konkurencinį pranašumą. Išlaidų lyderio strategija reikalauja didesnės išlaidų kontrolės jų minimizavimui. 2. Antrasis konkurencijos strategijos modelis – diferenciacijos strategija, orientuota į vartotoją, rinkai pateikiant išskirtinius produktus, kurių neteikia konkurentai. UAB „Metso Lithuania“, siekdama pranašumo rinkoje, pasitelkia šiuos konkurencijos strategijos metodus: atlieka potencialių produkcijos pirkėjų apklausas, konkurentų analizę, įvertina konkurencinio pranašumo įgijimo galimybes.

UAB „Metso Lithuania“ produkcijos pirkėjai – statybos ir kalnakasybos įrangą gaminančios įmonės. Pagrindinės įmonės produkcijos eksporto šalys yra Nyderlandai, Švedija, Čilė. Beveik pusę (42 proc.) produkcijos UAB „Metso Lithuania“ eksportuoja į Nyderlandus, daugiau nei trečdalį (36 proc.) eksportuoja į Švediją, 18 proc. į Čilę, likusią dalį į kitas Europos šalis (Daniją, Suomiją). Pagrindiniai UAB „Metso Lithuania“ žaliavų tiekėjai yra du: UAB „OQEMA“ teikia gamybai būtinas chemijos pramonės žaliavas. UAB „RESINEX Baltics“ –gumos ir plastiko žaliavas. UAB „OQEMA“ įsikūrusi Kazlų Rūdoje, tai chemines bei maistines žaliavas ir priedus tiekianti bendrovė, veiklą vykdanči Lietuvoje nuo 2003 metų. Ši bendrovė analizuojamai įmonei tiekia žaliavas (litooną, izopreną, katalizatorių, cinko oksidą), skirtas gumos kaučiuko pirminiam apdirbimui, gumos mišinio paruošimui, vulkanizavimui ir įvairios paskirties gaminių iš šio mišinio gamybai. UAB „RESINEX Baltics“ įsikūrusi Vilniaus mieste, UAB „Metso Lithuania“ tiekia šias gumos ir plastiko žaliavas (eileno-propileno-dieno monomerą, stiren-butadieną, nitrilo butadieną). Kadangi įmonė gamina išskirtinai siauros paklausos produktus, manoma, kad pakaitalų atsiradimas negresia.

Atliekant PESTEL analizę, atsižvelgiama į įmonės siauros paklausos produkcijos gamybos aspektą. Šiam tikslui pasiekti iš plataus PESTEL modelio analizės elementų spektro buvo pasirinkti tik tie elementai, kurie aktualūs įmonės tarptautinės plėtros galimybių analizei, eliminuojant kultūrą, papročius, tradicijas kaip neaktualiūs arba mažai aktualiūs elementus.

1 lentelė

UAB „Metso Lithuania“ PESTEL analizė

Veiksniai	Aprašymas	Poveikis įmonei
Politiniai		
Įstatymai	Teisės aktai, susiję su kalnakasybos ir gumos pramone, aplinkos apsauga, darbo sąlygomis	Įmonė turi laikytis atitinkamų reglamentų, o tai gali didinti gamybos sąnaudas ir reikalauti papildomų investicijų į atitiktį.
Tarptautinė prekyba ir tarifai	Eksporto / importo reglamentai, tarifai ir prekybos susitarimai tarp šalių	Tarifų padidėjimas ar nauji prekybos barjerai gali padidinti sąnaudas ir sumažinti pelningumą tarptautinėse rinkose.
Politinis stabilumas	Politinė situacija ir stabilumas tiekimo grandinėse esančiose šalyse	Politinis nestabilumas gali sutrikdyti tiekimo grandines ir padidinti riziką gamybos procesui.
Ekonominiai		
Ekonomikos būklė	Bendra ekonomikos būklė ir kalnakasybos sektoriaus augimas	Ekonomikos augimas gali skatinti kalnakasybos veiklą ir didinti gumos gaminių produkcijos paklausą.
Valiutų kursai	Valiutų kursų svyravimai	Valiutų kursų svyravimai gali turėti įtakos tarptautinei prekybai, pelningumui ir kainų nustatymui
Infliacija	Infliacijos lygis ir jo poveikis gamybos sąnaudoms bei vartotojų perkamajai galiai	Aukšta infliacija gali padidinti gamybos sąnaudas ir sumažinti klientų perkamąją galią, mažindama paklausą.
Socialiniai		
Darbo jėgos kvalifikacija	Darbuotojų kvalifikacija ir prieinamumas	Įmonė gali susidurti su iššūkiais rasti kvalifikuotų darbuotojų, o tai gali paveikti gamybos efektyvumą.
Demografiniai pokyčiai	Demografinių pokyčių įtaka darbo rinkai ir vartotojų poreikiams	Darbo rinkos pokyčiai, visuomenės senėjimas, migracijos procesai gali turėti įtakos darbo jėgos prieinamumui.
Technologiniai		
Technologinės inovacijos	Naujos technologijos gumos pramonėje ir kalnakasybos sektoriuje	Inovacijos gali padidinti gamybos efektyvumą ir produktų kokybę, tačiau įmonei gali tekti investuoti į tyrimus ir plėtrą.
Automatizacija	Automatizacijos lygio didinimas gamybos procesuose	Automatizacija gali sumažinti gamybos sąnaudas ir pagerinti efektyvumą, bet reikalauja didelių pradinių investicijų.

Tiekimo grandinės technologijos	Technologijos, skirtos tiekimo grandinių valdymui ir efektyvumui gerinti	Efektyvesnės tiekimo grandinės technologijos gali sumažinti sąnaudas ir padidinti atsparumą tiekimo sutrikimams.
---------------------------------	--	--

Šaltinis: sudaryta autorių, remiantis įmonės vidaus ir išorės dokumentais.

UAB „Metso Lithuania“ PESTEL analizė atskleidė, kad įmonei poveikį turi politiniai, ekonominiai, socialiniai ir technologiniai veiksniai. Politiniu aspektu įmonė savo veiklą vykdo laikydamasi įstatymų, kokybės, aplinkos apsaugos reikalavimų atitikties, o tai reikalauja iš įmonės papildomų investicijų. Tarptautinės prekybos tarifų dydžiai į eksportuojamas šalis yra pastovūs ir šiuo metu įmonei nekelia rūpesčių, tačiau ruošiantis plėtrai šis aspektas bus labai svarbus. Iš ekonominio aspekto aktualiausias infliacijos veiksnys, nes didėjančios prekių kainos gali ne tik didinti gamybos sąnaudas, bet ir sumažinti besidominčių prekių ratą, todėl įmonė nuolat seka infliacijos lygio kreives, rengia sprendimų variantus. Įmonei svarbus ir socialinis veiksnys – su kvalifikuotos darbo jėgos stygiumi susiduriama jau dabar, prognozuojama, kad ši problema tik didės, todėl, siekdama spręsti problemą, įmonė ruošiasi optimizuoti gamybą ir prekybą, integruoti dirbtinį intelektą. UAB „Metso Lithuania“ poveikį turi ir technologinė aplinka. Siekiant didinti gamybos efektyvumą būtinos inovacijos, tačiau įmonei labai svarbu jas pasirinkti ir diegti tinkamai įvertinus jų efektyvumą bei finansinę grąžą.

Eksperimentiniam tyrimui atlikti pasitelktas pusiau struktūruoto interviu analizės metodas. Apklausti 4 įmonės vadovai, tiesiogiai susijusę su gamyba, užsienio prekyba ir įmonės plėtra. Klausimynas suformuotas remiantis atlikta mokslinės literatūros (T. Segal, A. Potters ir C. Courage (2022); T. Pettinger (2021); D. Noah (2019), J. Demarty (2019); L. Lewis ir kt. (2018); N. Clayton (2017); W. Princeton (2015); J. Radžiukynas ir kt. (2011) analize, kitų tyrimų analizės rezultatais. Apklausos klausimynas suskirstytas į 4 kategorijas pagal tyrimo lauką (sritį): išorinės aplinkos veiksnių, darančių didžiausią poveikį įmonės tarptautinės prekybos plėtros apimtims, kategoriją; vidinių veiksnių kategoriją; problemų ir trukdžių kategoriją; tarptautinės plėtros galimybių ir išvalgų kategoriją. Kokybinis tyrimas atliktas 2023 metų gegužės 13–15 dienomis. Tyrimas atliktas laikantis visų tokio tipo tyrimui keliamų reikalavimų: etikos taisyklių laikymasis, informantų asmeninis sutikimas, informantų dalyvavimas suderintas su aukščiausio lygio vadovais ir administracija, informantų įslaptinimas suteikiant jiems kodus ir kt. Informantų atsakymai platesnei analizei suskirstyti ne tik pagal tas pačias klausimų kategorijas, bet į dar smulkesnes tyrimo lauko sritis – subkategorijas: išorinės aplinkos veiksniai (ekonomikos augimas, infliacijos, teisinio reguliavimo pokyčiai, inovacijų diegimo poreikis, kvalifikuotų darbuotojų poreikis, augančios investicijos į socialiai atsakingą veiklą); vidinės aplinkos veiksniai (tiekėjai, pirkėjai, užsakovai); tarptautinės prekybos plėtros problemos, trukdžiai (griežtėjantys aplinkosauginiai reikalavimai, augančios žaliavų kainos, išorinio finansavimo problemos, stokojamos valstybės paramos); tarptautinės prekybos plėtros galimybės (lengvatinės prekybos susitarimai, valstybės parama, išsami rinkos analizė).

Remiantis informantų atsakymais, išryškėjo, kad UAB „Metso Lithuania“ tarptautinės prekybos plėtrai poveikį turi visi penki išorinės aplinkos veiksniai: ekonominė, politinė, teisinė, technologinė, socialinė, demografinė aplinkos ir aplinkosaugos arba gamtiniai veiksniai. Iš ekonominės aplinkos veiksnių, turinčių poveikį įmonės veiklai, išskirtini ekonomikos augimas ir infliacija. Augant ekonomikai, auga ir vartojimas, tai lemia ir aukštesnius eksporto rodiklius. Esant didelei infliacijai, nukritus pinigų vertei, lėtėja ir eksportas. Svarbus ir tas aspektas, kad augant infliacijai išauga ir įmonės veiklos sąnaudos. Iš teisinės aplinkos veiksnių įmonės tarptautinės prekybos apimtims poveikį daro teisinis reguliavimas, įmonei tenka prisitaikyti prie naujų mokesčių tarifų. Įmonės tarptautinės prekybos apimtims poveikį daro ir technologinė aplinka, įmonei tenka diegti įvairias inovacijas, siekiant pagerinti gamybos procesus, padidinti eksporto apimtis. Tai pareikalauja investicijų. Įmonės veiklai stiprų poveikį daro ir socialiniai demografiniai veiksniai, įmonei itin sudėtinga susirasti kompetentingų kvalifikuotų darbuotojų, kvalifikuoti darbuotojai užtikrina kokybišką gamybos procesą, tai turi poveikį ir tarptautinės prekybos augimui. Įmonės veiklai poveikį turi ir aplinkosauginė aplinka, vis griežtėjantys aplinkosaugos reikalavimai lemia tai, kad įmonė turi papildomai investuoti į poveikio aplinkai mažinimo procesus. Iš

vidinės aplinkos veiksnių didžiausią poveikį įmonės veiklai turi du veiksniai – pirkėjai ir tiekėjai. Įmonė be užsakovų negalėtų veikti, nes užsakovas užsako produkciją, kurią įmonė numatytu laiku pagamina. Tiekimas taip pat svarbus įmonės veiklai, nes užtikrina gamybai reikalingų žaliavų gavimą. UAB „Metso Lithuania“ tarptautinės prekybos plėtros problemos sietinos su griežtėjančiais aplinkosauginiais reikalavimais, augančiomis žaliavų kainomis, išorinio finansavimo problema, valstybės paramos stoka. UAB „Metso Lithuania“ tarptautinės prekybos plėtros galimybės sietinos su lengvatinių prekybos susitarimų sudarymu, galima valstybės parama įmonei, išsamia rinkos analize, ieškant naujų eksporto rinkų, pradžia pasirenkant netiesioginio eksporto formą.

Išvados

1. Tarptautinė prekyba svarbi ir naudinga tiek valstybei, tiek ir verslo organizacijai. Valstybiniu lygmeniu tarptautinės prekybos svarba pasireiškia tuo, kad ji skatina šalies ekonomikos augimą, užtikrinamas kainų stabilumas, šalys keičiasi technologijomis, vartotojas gali įsigyti platesnio asortimento produktų ir paslaugų už mažesnę kainą, šalys apsirūpina tomis prekėmis, kurių trūksta, rinka tampa konkurencingesnė. Plečiant tarptautinę prekybą siauros paklausos gaminius siūlančioms įmonėms svarbu nustatyti ir įvertinti tarptautinės prekybos plėtros sąlygas, veiksnius, būdus, galimus trikdžius, kliūtis.

2. Tarptautinės prekybos plėtros analizei gali būti pasitelkiami keli modeliai. M. Porterio penkių jėgų modelis leidžia įvertinti pirkėjų, konkurentų, tiekėjų, pakaitalų situaciją. PESTEL analizė yra išankstinė analizė, jos pagrindinė funkcija – nustatyti aplinką, kurioje veikia organizacija, o pateikti duomenys ir informacija leidžia įmonei numatyti naujų veiklos galimybių. Kokybinis tyrimas – struktūruotas interviu – leidžia ne tik apibendrinti pritaikytų modelių analizės duomenis, bet ir juos papildyti asmeninėmis patirtimis, išvalgomis prekiaujant siauros paklausos produktais.

3. Įmonės tarptautinės prekybos plėtros siauros paklausos prekėmis galimybės sietinos su lengvatinių prekybos susitarimų sudarymu, galima valstybės parama įmonei, taip pat produkcijos tarptautinių parodų, prekybos mugių organizavimu, pasinaudojant netiesioginiu prekių eksportu per e. prekybos platformas, eksportuojamų produktų asortimento plėtra, kokybės gerinimu, gamybos kaštų mažinimu diegiant inovacijas gamyboje. Tyrimu nustatyti ir išskirti keturi siauros paklausos produktų tarptautinės plėtros galimybei svarbūs ir reikšmingi trukdžiai: griežtėjantys aplinkosauginiai reikalavimai, augančios žaliavų kainos, išorinio finansavimo problemos, valstybės paramos verslui stoka. Griežtėjant aplinkosaugos reikalavimams gamybos įmonei UAB „Metso Lithuania“ tenka daugiau investuoti į inovatyvias technologijas, mažinančias įmonės veiklos poveikį aplinkai. Augančios žaliavų kainos didina ir įmonės produkcijos gamybos sąnaudas. Įvertinus galimybių ir trukdžių santykį, galima teigti, kad įmonės tarptautinės plėtros galimybės yra vidutinės.

Literatūra

1. Alava, R. P., Mu, J. M., Zambrano, R. B., Zambrano Velez, M. I., Vazquez, M. L. (2018). PEST Analysis Based on Neutrosophic Cognitive Maps: A Case Study for Food Industry. *Neutrosophic Sets and Systems*, 21, 84–92.
2. Bassa, Z., Goshu, D. (2019). Determinants of coffee export in Ethiopia: an application of co-integration and vector error correction approach. *Agricultural and Resource*
3. Clayton, N. (2017). Exporters play an important role in the national economy. Žiūrėta 2024-01-03 internete: <https://www.centreforcities.org/reader/trading-places-2/exporters-play-important-role-national-economy/>.

4. Demarty, J. (2019). Trade for you too: Why is trade more important than you think? Žiūrėta 2024-01-04 internete: https://trade.ec.europa.eu/doclib/docs/2019/may/tradoc_157903.pdf.
5. Gilaninia, Sh., Taleghani, M. ir Koohestani, M. R. (2013). Export incentives and its importance in the export performance // *Arabian Journal of Business and Management Review*, 2013, vol. 1, no. 11, p. 52–57.
6. Yüksel, I. (2012). Developing a Multi-Criteria Decision Making Model for PESTEL Analysis. *International Journal of Business and Management*, 7 (24), p. 52–66. doi: <http://dx.doi.org/10.5539/ijbm.v7n24p52>.
7. Jones, L., Kobza, C., Lowery, F., Peters, C. (2019). The Rising Role of Re-exporting Hubs in Global Value Chains. Žiūrėta 2023-11-02 internete: https://www.usitc.gov/publications/332/journals/jice_re-export_gvc.pdf.
8. Ginevičius, R ir kt. (2005). Eksporto ir investicijų plėtra Lietuvoje. Vilnius: Vilniaus Gedimino technikos universitetas.
9. Kasema, R. (2023). Key factors influencing the export performance of SMEs in Rwanda: evidence from the non-traditional export sector. *Asia Pacific Journal of Innovation and Entrepreneurship* Vol. 17 No. 1, p. 64-78. Žiūrėta 2024-01-12 internete: <https://www.emerald.com/insight>
10. Karagoz, K. (2015). Determining Factors of Turkey's Export Performance: An Empirical Analysis. *Procedia Economics and Finance* 38 (2016) 446 – 457. Žiūrėta 2023-12-12 internete: [https://doi.org/10.1016/S2212-5671\(16\)30216-7](https://doi.org/10.1016/S2212-5671(16)30216-7).
11. Lewis, L., Monarch, R., Sposi, M., Zhang, J. (2018). Structural Change and Global Trade. Žiūrėta 2023-02-01 internete: <https://www.federalreserve.gov/econres/ifdp/files/ifdp1225.pdf>.
12. „Metso Outotec“ kasybos mašinų susidėvinčių dalių gamykla Lietuvoje pradeda veiklą (2020). Žiūrėta 2023-12-04 internete: <https://investlithuania.com/lt/naujienos/metso-outotec-kasybos-masinu-susidevinciu-daliu-gamykla-lietuvoje-pradeda-veikla/>
13. Noah, D. (2019). What Is a Reexport? Žiūrėta 2024-01-01 internete: <https://www.shippingsolutions.com/blog/what-is-a-reexport>.
14. Nursodik, H., Santoso, S. I., Nurfadillah, S. (2021). Competitiveness and Determining Factors of Indonesian Tea Export Volume in the World Market. *Habitat*, 32 (3), 163–172. Žiūrėta 2024-12-01 internete: <https://doi.org/10.21776/ub.habitat.2021.032.3.18>.
15. OECD- Ekonominio bendradarbiavimo ir plėtros organizacija (2023), žiūrėta 2024-02-21. [https://one.oecd.org/document/DAF/COMP/WP2/WD\(2023\)8/en/pdf](https://one.oecd.org/document/DAF/COMP/WP2/WD(2023)8/en/pdf)
16. Pratama, A. P., Darwanto, D. H., Masyhuri. (2020). Indonesian Clove Competitiveness and Competitor Countries in International Market. *Economics Development Analysis Journal*, 2(4), 446–455. Žiūrėta 2024-01-01 internete: <https://doi.org/doi.org/10.15294/edaj.v9i1.38075>.
17. Pettinger, T. (2021). The importance of international trade. Žiūrėta 2024-01-02 internete: <https://www.economicshelp.org/blog/58802/trade/the-importance-of-international-trade/>
18. Princeton, W (2015). International Trade. Žiūrėta 2023-12-01 internete: <https://www.dallasfed.org/~media/documents/educate/everyday/trade.pdf>.
19. Purpose, vision and values (2023). Žiūrėta 2023-12-03 internete: <https://www.mogroup.com/corporate/about-us/purpose-vision/>.
20. Radžiukynas, J. (2011). Europos Sąjungos bendroji prekybos politika. Vilnius: Mykolo Romerio universitetas.

21. Sadiq, T. A. ir Muayyad. A. H. 2024, Quantitative marketing techniques and their role in supporting M. Porter's competitive strategies in the organization. AIP Conference Proceedings. Vol. 3092 Issue 1, p1-18. 18p. DOI: 10.1063/5.0201431. , Database: Academic Search Ultimate.
22. Segal, T., Potters, C., ir Courage, A. (2022). What Are Exports? Definition, Benefits, and Examples. Žiūrėta 2023-12-11 internete: <https://www.investopedia.com/terms/e/export.asp>.
23. Segal, T., Scott, G., Logan, M. (2021). Import: Definition, Examples, and Pros and Cons. Import: Definition, Examples, and Pros and Cons. Žiūrėta 2023-12-03 internete: <https://www.investopedia.com/terms/i/import.asp>.
24. Tarver, E, Kelly, C. (2022). World Trade Organization (WTO): What It Is and What It Does. Žiūrėta 2024-01-12 internete: <https://www.investopedia.com/terms/w/wto.asp>
25. Terzea, E. R. (2016). The concept of international trade and main classic theories. Žiūrėta 2024-01-02 internete: https://seaopenresearch.eu/Journals/articles/SPAS_11_10.pdf.
26. Vabinskaitė, J. 2009, Verslo internacionalizavimo modeliai. Mokslas – Lietuvos ateitis. VGTU 1 tomas, nr. 3. p. 74–78
27. Vaidya, D. (2023). International Trade - Definition, Theory, Examples, Benefits. Žiūrėta 2024-01-01 internete: <https://www.wallstreetmojo.com/international-trade/>