

## Eksporto galimybės



Ne paslaptis, kad eksportas yra tarsi sudėtingas ekonomikos variklis, nuo kurio priklauso ne tik įmonių, bet ir apskritai šalies ūkio plėtra. Būtent eksportas yra bene vienintelė galimybė įmonei, esančiai tokioje mažoje valstybėje kaip Lietuva, įgyti raumenų ir tapti didele.

Devintasis mūsų straipsnis apžvelgia eksporto galimybes Lietuvoje, jo etapus bei svarbą. Straipsnyje pateikti patarimai bei verslininkų patirtis leis jums drąsiau planuoti eksporto plėtrą savo įmonėse.



Pradedant galvoti apie eksportą, pirmiausia turėtumėte užduoti sau keletą klausimų:

### 1. Ar mano įmonėje eksporto reikia?

Kokie tarptautinio verslo ir/ar eksporto tikslai; ar plėtra į užsienio rinkas yra geriausias būdas siekiamiems tikslams įgyvendinti; ar produktas/paslauga „patikrinti“ vietinėje rinkoje; kaip greitai eksportas duos pelno; kokio investicijų atsipirkimo tikimasi iš eksporto?

### 2. Ar užtenka patirties?

Kokius verslo ir prekybos ryšius esate užmezgę; ar vietos pardavėjai produkciją parduoda užsienyje; kas yra pagrindiniai konkurentai užsienio rinkoje, ar buvote ten, kur norite eksportuoti?

3. **Ar komanda tam pasiruošusi?**

Kokie yra eksporto rinkos vartotojų įpročiai ir vartojimas; kokie darbuotojai dirbs; kokia jų kompetencija; kas bus atsakingas už eksporto skyriaus organizavimą; koks įmonės valdymas bei organizacinė struktūra turėtų būti pasirinkta organizuojant užsienio prekybą?

4. **Ar kam nors „ten“ to reikia?**

Kokios yra produkto nematerialiosios teisės; koks jūsų produkto įvaizdis, rekomendacijos, prekės ženklas, patikimumas; kokia būtų produkto rinkodara ir pardavimų kanalai bei kas ją atliks; kaip bus aptarnaujami klientai, teikiama produkcija bei paslaugos; kokia bus jų kaina?

5. **Ar sugebėsiu?**

Kokie gamybos ištekliai bus naudojami; kur bus gaminama; ar eksporto užsakymų vykdymas nesumažins gamybos vidaus rinkai; kokios bus papildomos produkcijos gamybos sąnaudos; koks galėtų būti minimalus užsakymo dydis; kokie dizaino ir įpakavimo pakeitimai reikalingi eksportuojant; kaip bus sprendžiami logistikos klausimai?

6. **Kiek pinigų galima skirti?**

Iš kur bus gauta papildomų lėšų eksportui remti; kokios einamosios išlaidos; kokie kiti planai vietoj sprendimo eksportuoti?

Apsvarstę šiuos klausimus ir tvirtai pasiryžę eksportui už savo miesto ar valstybės ribų, toliau aptarkime galimybes eksportuoti savo gaminamas prekes ar paslaugas.



**Pirmajame etape** labai svarbu yra įvaizdis ir informacijos pateikimo būdas, kadangi pasiūlymų pirkti galimi klientai sulaukia tikrai nemažai, todėl gerai paruošta bei aiškiai pateikta aktuali informacija yra pirmas žingsnis, kurį turi žengti kiekviena eksportą didinti norinti įmonė. Taip pat reikia nepamiršti, jog

bendrauti su potencialiais klientais užsienyje reikalingas aukštos kvalifikacijos darbuotojas, kuris turi ne tik puikiai mokėti reikiamą užsienio kalbą, tačiau ir būti įgudęs derybininkas bei pardavėjas.

**Antrajame etape** yra daug svarbiau, kaip ta įmonė sugeba pateisinti sudarytą įvaizdį ir patenkinti kliento norus. Užtenka vieną kartą suklysti ir klientas prarastas – Lietuvoje tai, tad reikia dėti visas įmanomas pastangas, kad kliento lūkesčiai būtų pateisinti.

## **KAS JUMS PADĖS?**

Norint tinkamai išanalizuoti ir palyginti keletą rinkų reikia turėti daug specifinės informacijos ir statistinių duomenų. Nemažai naudingos medžiagos galima rasti internete, spausdintuose periodiniuose leidiniuose bei kataloguose, statistikos duomenų bazėse. Pradedantieji eksportuotojai gali taip pat pasinaudoti informacija iš šių šaltinių:

- ✓ VŠĮ “Versli Lietuva” ([www.verslilietuva.lt](http://www.verslilietuva.lt));
- ✓ Lietuvos ambasados ([www.urm.lt](http://www.urm.lt)) užsienio šalyse, Ūkio ministerijos komercijos atašė ([www.ukmin.lt](http://www.ukmin.lt)) jus dominančiose šalyse;
- ✓ Užsienio šalių prekybos rūmai Lietuvoje, užsienio šalių sektorinės asociacijos (neretai savo interneto svetainėse skelbiančios sektorines apžvalgas);
- ✓ Taip pat rekomenduotina remtis kitų verslininkų patirtimi, patarimais, kurie gali suteikti naudingos informacijos apie verslo specifiką vienoje ar kitoje rinkoje.

### ***Kalbinome sėkmingai veikiančios uždarnosios akcinės bendrovės direktorių ir prašėme pasidalinti nuomone apie eksporto galimybes Lietuvoje.***

**- Su kokiais iššūkiais susiduria įmonės, norinčios pradėti eksportuoti savo produkciją, ir kaip jiems pasirengti?**

- Visiems atrodo, kad šiuos klausimus galima išspręsti savo rankomis. Paprastai manoma, kad eksportuoti yra labai paprasta ir šis procesas nekainuoja. Dažnai nesusimąstoma, jog norint sėkmingai eksportuoti dažniausiai metus, dvejus ar trejus gali tekti dirbti vien tam, kad išvystum realų rezultatą. Šis laiko aspektas yra nuvertinamas. Neįvertinama, kad laikas reikalauja ir išteklių, visų pirma – žmogiškųjų.

**- Kiek gali trukti pasirengimas?**

- Tai priklauso nuo verslo dydžio. Kalbant apie nedideles eksporto partijas, smulkius užsakymus, pasirengimas trunka trumpiau. Savaime aišku, kad niekas greitai nevyksta. Reikėtų nusiteikti, jog kelerius metus teks dirbti vien tam, kad atsirastų pirmosios eksporto partijos. Jeigu jos yra sėkmingos, galima tikėtis, kad pavyks veiklą plėtoti.

**- Kaip pasirinkti tinkamiausias eksporto rinkas?**

- Visada geriausia dirbti su turtingiausiomis rinkomis. Jose galima gauti didžiausią kainą, tačiau reikėtų žinoti, kad dauguma verslininkų mąsto taip pat. Todėl turtingiausiose rinkose, tikėtina, susidursite su didžiausia konkurencija. Kartais būna patrauklios tokios rinkos kaip NVS arba Rytų, kur gali būti prieinama kaina. Tačiau čia visada yra didelė politinė rizika. Yra galimybių, kad koks nors eksporto procesas ims ir nutrūks dėl politinės valios. Politinę riziką būtina įvertinti, tačiau tai toli gražu nereiškia, kad neverta bandyti žvelgti į tą rinką.

**- Kokios Lietuvos verslo sritys turi daugiausia potencialo eksportui?**

- Mes turime vieną tradicinį kozirį – visa, kas yra susiję su žemės ūkio produkcija. Be to, turime gana geras perdirbimo tradicijas. Tradiciškai esame geri medienos specialistai, dėl to vertinami kitose rinkose. Taip pat manau, kad turime neblogą inžinerinės pramonės potencialą. Kalbant apie netradicines sritis, rengiame gana aukšto lygio specialistus – tai visos IT paslaugos. Manau, kad biochemija arba biologijos mokslai Lietuvoje turi daug potencialo.

**- Kada ir kaip bendrovė turi suprasti, kad yra pasirengusi eksportuoti?**

- Visų pirma, bendrovei viskas turi gerai sektis namų rinkoje. Kai namuose nebelieka plėtros galimybių, ateina metas pradėti rūpintis eksportu. Tai klasikinis atvejis.

Nors Lietuvos eksportas sparčiai juda į priekį ir, palyginti su ikikriziniu laikotarpiu, padidėjo kone dvigubai, iki šiol daugelis šalies įmonių, norinčių pradėti eksportą, susiduria su vienokiomis ar kitokiomis problemomis. Viena jų – tikslinės rinkos parinkimas, nuo kurio priklausys įmonės sėkmė ateityje. Didžiausia pradedančių eksportuotojų daroma klaida – nesugebėjimas susikoncentruoti į vieną rinką. Bandoma iš karto eiti į kelias rinkas, neįvertinus nei darbuotojų tarptautinės prekybos patirties, nei gamybinių ir finansinių įmonės pajėgumų. Natūralu, kad taip blaškomi resursai, dėmesys ir gaunamas priešingas rezultatas, nei buvo tikėtasi.

---

**Paulius ŠŪMAKARIS**

Straipsnių ciklas parengtas įgyvendinant projektą „Verslumo ir inovacijų paramos paslaugų plėtra – VIPPP“, finansuojamą Europos regioninės plėtros fondo.

**Daugiau apie projektą:**

Įgyvendinant iš dalies ES Struktūrinių fondų finansuojamą projektą „Verslumo ir inovacijų paramos paslaugų plėtra – VIPPP“ sutarties Nr. VP2-2.2-ŪM-02-K-01-008, sukurtas straipsnių ciklas, skirtas verslumo skatinimui. Projektas vykdomas pagal Lietuvos 2007 – 2013 m. Ekonomikos augimo veiksmų programos 2 prioriteto „Verslo produktyvumo didinimas ir verslo aplinkos gerinimas“ priemonę „Asistentas – 4“ ir finansuojamas Europos regioninės plėtros fondo.

**Projekto vykdytojas:** asociacija „Lietuvos mediena“