

Lietuvos produktų eksportas į musulmoniškas rinkas augs kelis kartus

2014.11.03, 10:37
Giedrė Kesiūnaitė

Rusijos embargą lengviau išgyvens apsukrūs ir išradingi verslininkai, atrandantys naujas eksporto kryptis – viena tokių yra musulmoniškos rinkos. Specialistų ir verslininkų teigimu, lietuviškų produktų eksportas kitais metais į musulmoniškas šalis augs kelis kartus. Svarbiausia dabar yra ne tik atrasti naujas rinkas, bet ir tinkamai sertifikuoti produkciją, siekiant palengvinti kelią į islamo šalis.

Lietuvos įmonės vis drąsiau dairosi į perspektyvias musulmoniškas šalis, kuriose mato realias verslo plėtros galimybes. Pasak žemės ūkio viceministro Saulius Cironkos, ministerija imasi konkrečių priemonių, kad žemės ūkio ir maisto produktų gamintojai sugebėtų prisitaikyti ir nukreipti savo eksporto kryptis į žymiai didesnes ir pelningesnes Rytų rinkas.

„Lietuvos įmonės ieško kelių į perspektyvias musulmoniškų šalių rinkas, kuriose mato realias verslo plėtros galimybes, o Žemės ūkio ministerija, savo ruožtu, organizuoja dvišalius susitikimus, derina dalyvavimą parodose. Šios priemonės reikalingos tam, kad mūsų gamintojai galėtų pristatyti lietuvišką produkciją užsienyje“, – pabrėžė žemės ūkio viceministras S. Cironka.

Tinkamai pakoregavę savo gamybą bei eksporto kryptis, kai kurie gamintojai jau keletą metų dalį produkcijos eksportuoja į musulmoniškas rinkas. Lietuvos maisto eksportuotojų asociacijos direktorius Giedrius Bagušinskas teigia, jog asociacijos nariai sėkmingai prognozavo eksporto situaciją ir teisingai įvertino Rusijos rinkos nepastovumą. Vienas iš pavyzdžių yra įmonių grupei „KG Group“ priklausančio „Vilniaus paukštyno“ gamybos procesų pakoregavimas pagal musulmonų reikalavimus, tai atvėrė platesnes produkcijos realizavimo galimybes ir leido išvengti Rusijos politikos nulemtų nuostolių. „Šiuo metu „Vilniaus paukštynas“ kas mėnesį parduoda apie 130 tonų vištienos produktų, pagamintų pagal „Halal“ reikalavimus“, - pasakojo „KG Group“ paukštinkystės verslo vykdomasis direktorius Tomas Stonys, - Taigi dalis „Vilniaus paukštyno“ skerdžiamų paukščių yra skerdžiami rankiniu būdu pagal „Halal“ skerdimo reikalavimus“. Didžioji dalis tokių produktų eksportuojama, jų paklausa kasmet didėja, taip pat auga šių produktų poreikis ir Lietuvoje. Pasak buvusio VŠĮ „Versli Lietuva“ atstovo Jungtiniuose Arabų Emyratuose, šiuo metu užsiimančio komercijos diplomatija privačiais pagrindais, Giedriaus Steponkaus, musulmonų rinka yra specifinė tuo, jog ji priklauso nuo religijos, o ne nuo geografinės padėties. „Vokietijoje, Prancūzijoje, Skandinavijoje gyvenančios didelės islamą išpažįstančios bendruomenės yra arčiausiai Lietuvos esanti musulmonų rinka, tačiau daug svarbesnės ir pelningesnės yra Persijos įlankos (Jungtiniai Arabų Emyratai, Bahreinas, Kataras, Kuveitas, Omanas ir Saudo Arabija) ir Šiaurės Afrikos šalys. Šiame regione didžiausią vartotojų išlaidų dalį sudaro išlaidos maistui. Persijos įlanka yra vienas turtingiausių pasaulio regionų, kurio perkamoji galia yra žymiai didesnė nei Rusijos gyventojų. Dubajus - svarbiausias reeksporto mazgas į Artimuosius rytus ir Afriką. Ir tai yra regionas, kuris pasiekiamas iš Lietuvos per 5 val. skrydį lėktuvu, o tai leidžia nugabenti net greito vartojimo produktus“, – pažymėjo G. Steponkus.

Jo teigimu, Lietuvai pradėjus eksportuoti į šias šalis galima ne tik atsverti praradimus dėl Rusijos embargo, bet ir apskritai padidinti gamybos ir eksporto kiekius. 2015 metais Persijos įlankos šalys importuos maisto už 36 mlrd. USD, tuo tarpu visas Lietuvos maisto eksportas per 2013 metus sudarė apie 5,9 mlrd. USD. Į Rusiją 2013 m. buvo eksportuota maisto produktų už 1,7 mlrd. USD.

„Iki šiol Lietuviško maisto eksporto kryptys į arabiškus kraštus nebuvo pagrindinės, tačiau situacija turėtų keistis pradėjus aktyvesnį darbą su šiuo perspektyviu regionu. Jie beveik viską įsiveža, taigi žemės ūkio ir maisto produktų eksportas į musulmoniškas šalis gali augti ir keleriopai“, - prognozuoja G. Steponkus.

Tai, kad musulmoniškos šalys yra perspektyviausias maisto, higienos, buities prekių pramonės ir kitų verslo šakų vektorius, patvirtina ir statistika, kuri rodo, kad islamo religiją išpažįstančių žmonių skaičius pasaulyje sparčiai didėja. Musulmonų kasdieniniame vartojime svarbiausias kokybinis rodiklis, nuo kurio prasideda

sprendimas pirkti tam tikrą produkciją, yra „Halal“ sertifikatas. „Halal“ sertifikato ženklas produkto etiketėje reiškia, jog jo gamyboje buvo naudojamos tik leidžiamos musulmonams medžiagos. Musulmonų pasaulinė populiacija siekia 1,9 mlrd. žmonių, tai sudaro 27 proc. žmonijos. Kasmet sparčiai auganti „Halal“ maisto produktų rinka sudaro penktadalį viso pasaulio maisto rinkos ir yra verta 1000 mlrd. USD. Tai yra ~20 kartų daugiau, nei visas Lietuvos BVP 2013 m.

Nors pagrindinis dėmesys dėl kokybės reikalavimų yra skiriamas mėsos gaminiams, tačiau ir kitų rūšių maisto produkcija, sėkmingai ženklinama „Halal“ sertifikatu, daug lengviau randa kelią musulmoniškose rinkose. Lietuvos verslininkai į musulmoniškas rinkas eksportuoja įvairią produkciją – greitai paruošiamas košes ir makaronus, arbatžoles, paukštieną ir pan.

Eksporto galimybės į islamo šalis plačiau bus nagrinėjamos lapkričio 19 d. ŽŪM konferencijų salėje, rengiamoje konferencijoje „Verslas su islamo pasauliu: galimybės iššūkiai ir patirtis”.

Šaltinis: <http://vz.lt/Default.aspx?PublicationId=f313d127-9ecd-4418-bb19-804c42fc77f3#ixzz3I14CAk6Q>