

**LIETUVOS ŽEMĖS ŪKIO UNIVERSITETAS**

**EKONOMIKOS IR VADYBOS FAKULTETAS**

Verslo ir vadybos katedra

**Rasa Petrauskaitė**

**PASKIRSTYMO GRANDINĖS FORMAVIMAS VAISIŲ IR DARŽOVIŲ  
PREKYBOJE**

Magistro studijų baigiamasis darbas

Studijų sritis: Socialiniai mokslai

Studijų kryptis: Žemės ūkio vadyba ir verslo  
administravimas

Studijų programa: Žemės ūkio rinkodaros  
vadyba

Akademija, 2005

Valstybinė kvalifikacinė komisija:

Pirmininkas: Prof. P. Žukauskas, Vytauto Didžiojo universitetas

Nariai:

1. Prof. habil. dr. J. Ramanauskas, Lietuvos žemės ūkio universitetas
2. Doc. dr. J. Čaplikas, Lietuvos žemės ūkio universitetas
3. Doc. dr. J. Ramanauskienė, Lietuvos žemės ūkio universitetas
4. Prof. J. Čiulevičius, Lietuvos žemės ūkio universitetas
5. Doc. dr. V. Atkočiūnienė, Lietuvos žemės ūkio universitetas
6. Doc. dr. V. Čiulevičienė, Lietuvos žemės ūkio universitetas

Mokslinis vadovas: lekt. dr. A. Gargasas, Lietuvos žemės ūkio universitetas

Recenzentas: doc. dr. Z. Kazakevičius, Lietuvos žemės ūkio universitetas

Katedros vedėjas: prof. habil. dr. J. Ramanauskas

## SANTRAUKA

### Rasa PETRAUSKAITĖ

Paskirstymo grandinės formavimas vaisių ir daržovių prekyboje.

Magistro studijų baigiamasis darbas susideda iš : 58 puslapių, 19 paveikslų, 5 lentelės, 33 literatūros šaltiniai, 2 priedai, lietuvių kalba.

**RAKTINIAI ŽODŽIAI:** paskirstymas, paskirstymo samprata, paskirstymo grandinės, didmeninė prekyba, mažmeninė prekyba, paskirstymo grandinės formavimas.

Tyrimo objektas – vaisių ir daržovių prekių paskirstymo grandinė.

Darbo tikslas – išanalizavus paskirstymo grandinės formavimo aspektus parengti vaisių ir daržovių paskirstymo grandinės formavimo modelį.

Hipotezė: Efektyvi paskirstymo grandinė turi prisitaikyti prie besikeičiančios aplinkos sąlygų.

Uždaviniai:

1. Išanalizuoti paskirstymo procesą, jo etapus, remiantis įvairių užsienio ir Lietuvos mokslininkų nuomonėmis.
2. Parengti paskirstymo grandinės formavimo tyrimo metodiką.
3. Išnagrinėti UAB „Domeina“ ir UAB „Samsonas“ paskirstymo sistemą ir nustatyti nusistovėjusias produkcijos paskirstymo grandines bei pagrindinius jų pasirinkimo principus.
4. Nustatyti pagrindinius vaisių ir daržovių paskirstymo grandinės sudarymo principus.
5. Suformuoti hipotetinį paskirstymo grandinės ruošimo proceso modelį.

Tyrimo metodai – Lyginamoji mokslinės literatūros analizė, struktūrizuotas interviu metodas, tyrimo objektų registravimo metodas, statistikos duomenų tyrimo metodas, grafinės duomenų apdorojimo priemonės ir asmeninis stebėjimas.

## ZUSAMMENFASSUNG

Rasa PETRAUSKAITĖ

Der Verteilungskanal formierung in der Obst und Gemüsse Handel.

Ein Endarbeit Studium von Magistratur bestat aus: 58 Seite, 19 Bild, 5 Tabelle, 33 Literatur Quelle, 2 Beilage, in litauische Sprache.

SCHLAGWORTER: Die Verteilung, Der Verteilungskanal, Der Verteilungskanal formierung,

Der Forschungs Gegenstand – Obst und Gemüsse Ware Verteilungskanal.

Arbeitsziel - nach dem Theorie von dem Obst und Gemüsse Verteilung Analysierung, muss die Modell von dieses Kanal Formierung vorbereiten worden.

Hipotesie: Der wirkungsvoll Verteilungskanal muss man an die imer bewechselne Umwelt passen.

Die Aufgabe:

1. Ausanaliesieren Verteilungprozesse, die Etappe von ihm, stutzen sich auf verschieden ausländischen und litauischen Autoren Meinungen.
2. Vorbringen Metodologine von formierung Verteilungskanal.
3. Herausfinden UAB „Domeina“ und UAB „Samsonas“ Produktion Verteilungs- besonderungen und ermitteln grundlegliche Produktions Verteilungs Prinzipen.
4. Ausklaren Faktoren, welche macht Einfluss fur die Obst und Gemüsse Verteilungskanal formierung.
5. Ausfullen hipotetische Verteilungskanal formierungs Modell.

Die Forschungsmethode – Wissenschaftliches Literaturanalisie Vergleichendung, Strukturische Interview Methode, Forschungs Gegenstand Registrierung Metode, Statistische Angaben alalizierungs Methode, Grafische Angaben bearbeitungs Mitell und Personliches Beobachtung.

## TURINYS

<b>TERMINŲ ŽODYNĖLIS</b> .....	6
<b>ĮVADAS</b> .....	7
<b>1.PASKIRSTYMO GRANDINĖS SAMPRATA</b> .....	9
<b>1.1. Paskirstymo samprata, dalyviai, jų tikslai, paskirstymo intensyvumo laipsniai</b> .....	9
<b>1.2. Efektyvios paskirstymo grandinės formavimas</b> .....	16
1.2.1. Veiksniai, įtakojantys paskirstymo grandinės formavimą.....	16
1.2.2. Paskirstymo grandinės projektavimas ir jos efektyvumo įvertinimas.....	18
1.2.3. Paskirstymo grandinės tobulinimas.....	21
<b>2. LIETUVOS ĮMONIŲ VAISIŲ IR DARŽOVIŲ PASKIRSTYMO GRANDINĖS DALYVIŲ TYRIMAS</b> .....	24
<b>2.1. Mokslinio tyrimo metodika</b> .....	24
<b>2.2. Vaisių ir daržovių prekyba ir jų paskirstymas Lietuvoje</b> .....	26
2.2.1. Vaisių ir daržovių prekybos ir paskirstymo apžvalga Lietuvoje.....	26
2.2.2. Svarbiausios vaisias ir daržovėmis prekiaujančios įmonės, jų veiklos specifika.....	29
<b>3. TYRIMO REZULTATŲ APIBENDRINIMAS</b> .....	31
<b>3.1. Įmonių veiklos specifika</b> .....	31
<b>3.2. UAB „Samsonas“ pagrindinių importuojamų vaisių ir daržovių paskirstymo grandinės ir jų pasirinkimo aspektai</b> .....	34
<b>3.3. UAB „Samsonas“ ir UAB „Domeina“ vaisių ir daržovių paskirstymo grandinės ir jų pasirinkimo aspektai Lietuvos rinkoje</b> .....	39
<b>3.4. Paskirstymo grandinės formavimo modelis</b> .....	45
<b>IŠVADOS</b> .....	51
<b>LITERATŪRA</b> .....	52
<b>PRIEDAI</b> .....	54

## Terminų žodynėlis

Prekių paskirstymo valdymas – apima visumą sprendimų ir procesų, tiesiogiai ar per tarpininkus nukreipiančių prekių ir paslaugų srautą iš gamintojo galutiniam vartotojui. [9]

Paskirstymo grandinė – tai pagaminto produkto kelias iš gamintojo pas vartotoją. [3]

Mažmeninė prekyba – tai prekių pardavimas galutiniams vartotojams jų asmeniniams ir namų ūkio poreikiams tenkinti. [3]

Didmeninė prekyba – tai prekių pardavimas prekybininkams arba gamybiniam vartotojams. [3]

Prekybiniai agentai – tai tarpininkai, kurie neįgyja teisės į parduodamas prekes, jie tik tarpininkauja sudarant sandėrį, tačiau jie gali daryti įtaką kainoms, pardavimo terminams bei sąlygoms.(Pranulis). [9]

Intensyvus paskirstymas – tai toks paskirstymas, kai gamintojas savo prekes pateikia pirkėjui per kuo gausesnius prekybos tarpininkus. [10]

Atrankinis paskirstymas – tai toks prekių paskirstymas, kai gamintojas nustato tam tikrus kriterijus tarpininkams ir pagal tai apriboja tarpininkų galimybes prekiauti savo prekėmis.[10]

Išskirtinis paskirstymas – tai toks prekių paskirstymas, kai gamintojas tam tikrame regione tik vienam prekybos tarpininkui suteikia teisę prekiauti savo prekėmis.[10].

## ĮVADAS

Plečiantis tarptautiniams ryšiams ir prekių asortimentui, viena sudėtingiausių problemų, kurią būtina išspręsti – prekių pateikimas laiku, tinkamoje vietoje, už konkurencingą kainą. Ypač aktuali problema teisingas paskirstymo grandinės pasirinkimas vaisių ir daržovių rinkoje.

Šios **temos aktualumas**, sąlygojamas keleto priežasčių:

- Produkto pateikimas galutiniam vartotojui, gali pakeisti jo suvokimą apie prekės kokybę bei vertę. Pristatymo greitis, garantuotas tiekimas ir galimybė prekę įsigyti, patogumas pirkėjams bei kiti dalykai gali pagerinti ryšius tarp pirkėjų ir pardavėjų bei padidinti vartotojų pasitenkinimą.
- Įmonės vis daugiau dėmesio skiria paskirstymo grandinės formavimui, siekdamas sumažinti prekių gamybos ir vartojimo vietas bei laiko atotrūkį, priartinant jas prie vartotojo, užtikrinti reikiamą prekių kiekį ir kokybę.

Savo baigiamajame darbe pasirinkau ištirti paskirstymo grandinės formavimą vaisių ir daržovių rinkoje dviejų įmonių pagrindu bei nustatyti pagrindinius principus, kurias remiantis pasirenkamas optimaliausias kiekvienai įmonei paskirstymo grandinės modelis.

Vaisiai ir daržovės paskirstymo atžvilgiu – vienas sudėtingiausių produktų. Jų auginimas yra sezoninis, o paklausa ir vartojimas nuolatinis, todėl reikia kaupti prekių atsargas, jas sandėliuojant. Aukštas puvinimo ir nudžiūvimo laipsnis. Didelė dalis vaisių ir daržovių, kuriais prekiaujama Lietuvos parduotuvėse yra importuojami iš įvairiausių valstybių per skirtingas paskirstymo grandines. Taip pat turime puikių lietuviškų vaisių ir daržovių, kurie puikiai konkuruoja su įvežamais ir kol kas nedidelė jų dalis yra eksportuojama į kitas valstybes.

Ištirti šioms problemoms buvo neatsitiktinai pasirinktos šios įmonės; viena jų – UAB „Samsonas“ yra stambus vaisių ir daržovių importuotojas, turintis didelę patirtį vaisių ir daržovių užsienio rinkose, kita – UAB „Domeina“ viena stambiausių lietuviškų vaisių ir daržovių prekybos įmonių Lietuvoje.

**Mokslinės problema** – Tyrinėjant prekių paskirstymo grandines rinkoje iškilo mokslinė jų formavimo ir taikymo efektyvumo problema.

**Tyrimo objektas** – vaisių ir daržovių paskirstymo grandinės.

**Hipotezė:** Efektyvi paskirstymo grandinė turi prisitaikyti prie besikeičiančios aplinkos sąlygų. Ji suponavo sekantį darbo tikslą.

**Darbo tikslas** – išanalizavus paskirstymo grandinės formavimo aspektus parengti vaisių ir daržovių paskirstymo grandinės formavimo modelį Darbo tikslui pasiekti išskelti šie uždaviniai.

**Uždaviniai :**

1. Išanalizuoti paskirstymo procesą, jo etapus, remiantis įvairių užsienio ir Lietuvos mokslininkų nuomonėmis.
2. Parengti paskirstymo grandinės formavimo tyrimo metodiką.
3. Išnagrinėti UAB „Domeina“ ir UAB „Samsonas“ paskirstymo sistemą ir nustatyti nusistovėjusias produkcijos paskirstymo grandines bei pagrindinius jų pasirinkimo principus.
4. Nustatyti pagrindinius vaisių ir daržovių paskirstymo grandinės formavimą įtakojančius veiksnius.
5. Parengti hipotetinį paskirstymo grandinės formavimo proceso modelį.

**Tyrimų metodai** lyginamoji mokslinės literatūros analizė, struktūrizuotas interviu metodas, tyrimo objektų registravimo metodas, statistikos duomenų tyrimo metodas, grafines duomenų apdorojimo priemonės ir asmeninis stebėjimas.

Tema „Paskirstymo grandinės formavimas vaisių ir daržovių rinkoje“ studentų mokslinėje konferencijoje buvos paskelbtas straipsnis, kuris įdėtas į šio darbo 3 priedą.



## 1. PASKIRSTYMO GRANDINĖS SAMPRATA

### 1.1. Paskirstymo samprata, dalyviai, jų funkcijos, paskirstymo intensyvumo laipsniai

#### Paskirstymo samprata

Vieni autoriai paskirstymo sampratą sieja su fiziniu prekių pristatymu gavėjui, akcentuodami gabenimų ir prekių sandėlių valdymą bei kontrolę, kiti specialius paskirstymo klausimus sieja su rinkodara. Specialiojoje literatūroje paskirstymas dažniausiai suprantamas kaip rinkodaros komplekso elementas, kuris apima sprendimus ir veiksmus, susijusius su prekių judėjimu nuo gamintojo iki vartotojo, [10]. Tai dažniausiai literatūros šaltiniuose sutinkamas apibrėžimas, kiti autoriai, pvz R.W. Haas (1995) teigia, kad prekių paskirstymas, tai jų judėjimo ir saugojimo organizavimas kuo gėriau tenkinant vartotojų poreikius. Б. А. Аникин pažymi, kad tai produkcijos pristatymas į tinkamą vietą, tinkamu laiku kartu įvykdant rinkodaros išskeltus reikalavimus su minimaliomis išlaidomis.

Apibendrinant autorių nuomones paskirstymas yra:

- prekės pristatymas vartotojui;
- prekių judėjimas ir jų saugojimas;
- pastovaus prekės prieinamumo vartotojui užtikrinimas;
- prekės buvimas reikiamoje vietoje ir reikiamu laiku.

Savo darbe analizuosiu paskirstymo grandinės formavimą vaisių ir daržovių prekyboje, taigi nuo paskirstymo suvokimo pereikime prie paskirstymo grandinės ir jos formavimą įtakojančių veiksnių.

#### Paskirstymo grandinės samprata

Prekė iš gamintojo pas vartotoją patenka tam tikru keliu, kuris rinkodaroje vadinamas paskirstymo kanalu [31], kituose literatūros šaltiniuose šis kelias vadinamas paskirstymo grandine, toks pavadinimas tikslingas, nes šį kelią lemia prekių paskirstyme dalyvaujantys tarpininkai – ūkio subjektai, organizacijos, įmonės, fiziniai asmenys, kurie jiems skirtoje grandyje vykdo tolesnį paskirstymą, todėl toliau darbe bus naudojamas paskirstymo grandinės terminas.

Skirtingi autoriai paskirstymo grandinės sampratą ir funkcijas apibūdina įvairiai, tikslinga atlikti jų palyginamąją analizę. (žr. 1 lentelę).

Paskirstymo grandinės samprata pagal įvairius autorius

Autorius, kūrinys	Apibūdinimas	Panašumai	Skirtumai
Gudonavičienė Rasa, Ilona Bučiūnienė „Prekių paskirstymas“, Kaunas Technologija 2003m	Paskirstymo grandinė – tai grandinė tarpusavyje susijusių įmonių, kurios dalyvauja prekių judėjimo nuo gamintojo iki vartotojo procese. Prekės buvimas vietoje ir reikiamu laiku.	Akcentuojama, kad prekės paskirstymo grandinės tikslas – patenkinti galutinių vartotojų poreikius.	Paskirstymo grandinė analizuojama kaip svarbus įmonės pelningumo ir konkurencingumo veiksnys.
Židonis Ž. „Verslo logistika“ 2002, Vilnius	Paskirstymo grandinė yra apibrėžiama kaip visuma organizacinių vienetų, kurie atlieka produkto rinkodaros palaikymo funkciją.	Panašiai kaip ir dauguma autorių apibrėžia organizacinius vienetus.	Paskirstymo grandinę apibrėžia kaip rinkodaros palaikymo funkciją.
Luis P. Bucklin N. „A Theory of Distribution Chanel Structure“ 1999, New Jersey	Paskirstymo grandinė – prekės (paslaugos) kelias iki vartotojo, sudarytas iš daugelio etapų. Pagrindinė funkcija – minimaliomis sąnaudomis suteikti vartotojui prekių (paslaugų) kombinaciją.	Panašiai kaip kiti autoriai nurodo paskirstymo grandinės esmę ir struktūrą.	Akcentuojamos minimalios išlaidos, siekiant maksimalaus pelno. „geriausia grandinė yra tokia, kai joks kitas asmuo ar organizacija nebegali gauti daugiau pelno ar gėčiau patenkinti kliento poreikių ir nedidinti savo sąnaudų“.
Kotler P., Armstron G. ir kt. „Rinkodaros principai“, Kaunas. Poligrafija ir informatika, 2003.	Prekių paskirstymo grandinė, - tai grupė tarpusavyje susijusių organizacijų, dalyvaujančių produkto ar paslaugos pateikimo individualiam arba verslo vartotojui procese.	Akcentuojama organizacijų grupė dalyvaujanti produkto pateikime.	Grandinės galutinis tikslas gali būti netik individualus, bet ir verslo vartotojas.

Pasirenkant paskirstymo grandinę reikia nustatyti tris pagrindinius matmenis:

- Paskirstymo grandinės ilgį;
- Paskirstymo sistemos plotį;
- Bendradarbiavimo su grandinės dalyviais pobūdį [10]

Paskirstymo grandinės ilgis – tai grandinėje esančių prekybos tarpininkų skaičius.

Šis skaičius gali būti įvairus, priklausomai nuo to koks naudojamas prekių paskirstymo būdas – tiesioginis ar netiesioginis, kokia rinka, jos dydis, tarpininkų galimybės ir kt. veiksniai.

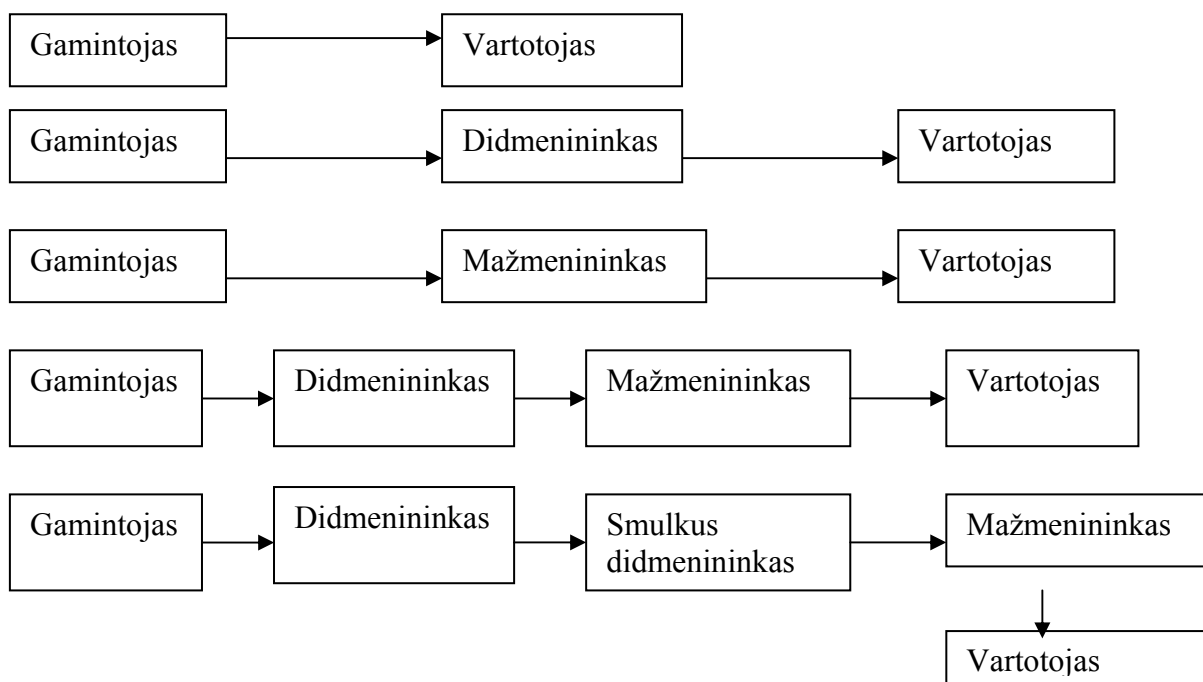
Prekių paskirstymo būdai pavaizduoti 1paveikslėlyje.

Paskirstymo grandinės plotis – toje pačioje grandinės pakopoje (lygyje) esančių tarpininkų skaičius. Nuo gamintojų iki vartotojų prekės keliauja įvairiais būdais, paprastai bent keletą kartų keičiasi tų prekių savininkas, kuris sprendžia kur, kam ir kaip tas prekes parduoti. Dar daugiau žmonių, netgi nebūdami tų prekių ir organizacijų savininkai prisideda prie jų paskirstymo ir pardavimo. Jie sudaro paskirstymo grandinės plotį, taigi nuo jų taip pat priklauso įmonės veiklos sėkmė.

Darbe bus nagrinėjamos tarptautinės grandinės, todėl panagrinėkime šių grandinių paskirstymą. Tarptautinių prekių paskirstymas susijęs su [24]:

- paskirstymo grandinės pailgėjimu – paslaugų tiekėjų ir tarpininkų skaičiaus padidėjimu (ekspeditoriai, prekybos atstovai, agentai, makleriai, didmenininkai);
- padidėjusia pristatymų rizika (streikai, stichinės nelaimės, politiniai neramumai).
- žymiai didesniu įvairių transporto rūšių panaudojimu;
- ilgesne pristatymo trukme;
- tarptautinėje rinkoje dirbančių sandėlių darbo specifika;
- informacijos srauto poreikių padidėjimu ir suintensyvėjimu;
- gabenimo, sandėliavimo, draudimo ir atsargų kaštų didėjimu.[24]

Studijuojant paskirstymo grandinių literatūrą, pastebėta, kad mokslininkai kurie nagrinėja paskirstymo grandines iš gamintojo pozicijų pvz. Rutkauskas J. šios grandinės pradžią nurodo žaliavų tiekėjus bei tarpininkus, perkančius iš jų ir tik tada gamintoją.[ 28], kadangi nagrinėjama šviežių vaisių ir daržovių grandinė, i prasidės nuo gamintojo (augintojo).



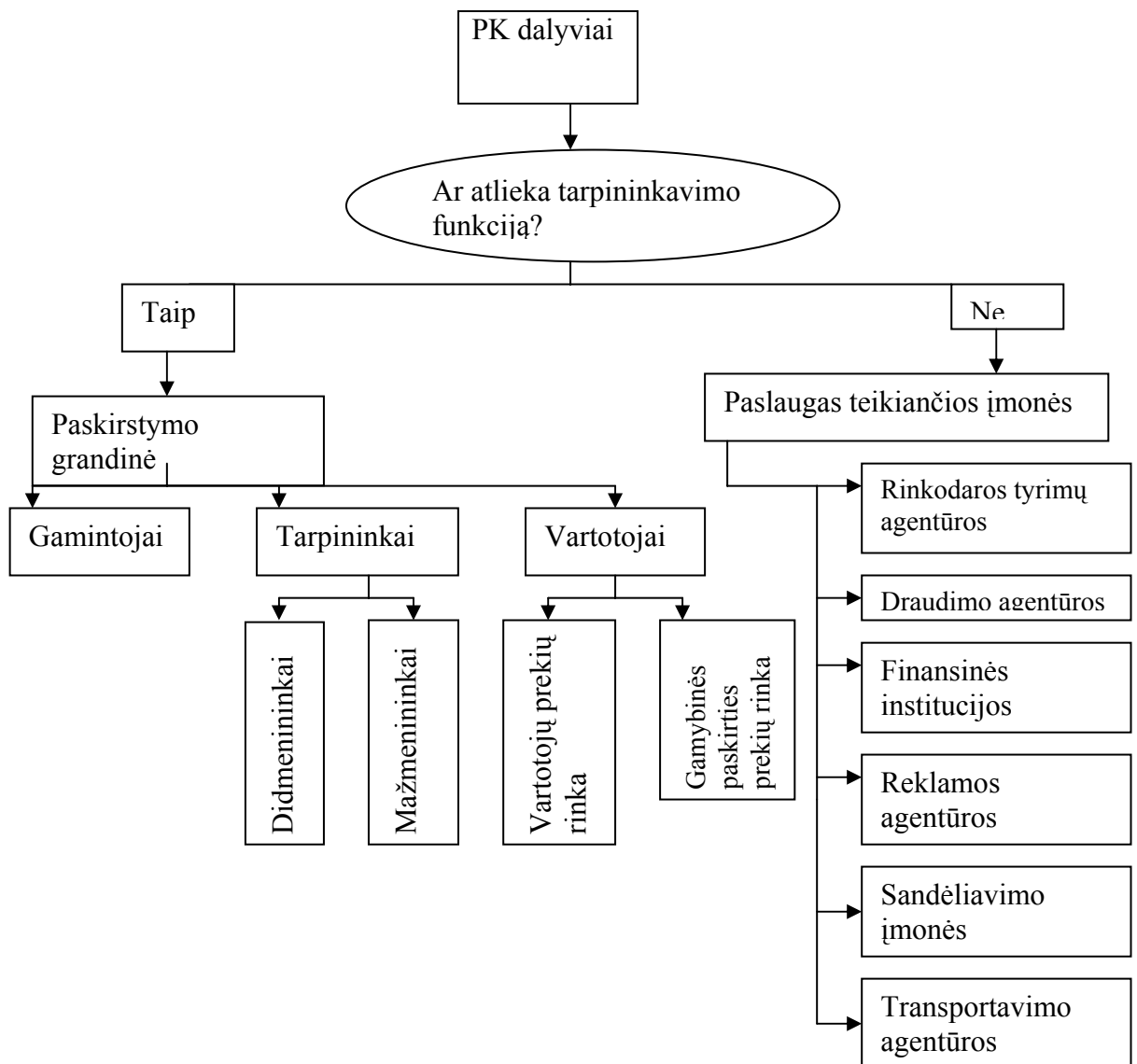
1 pav. Prekių paskirstymo būdai

Iš paveikslo matyti, kad galimos įvairių lygmenų paskirstymo grandinių struktūros. Taip pat gali būti įvairios šių tipų kombinacijos ir naudojami keli grandinių tipai. [34] Pirmas būdas, kai gamintojas tiesiogiai tiekia vartotojui vadinamas tiesioginiu, visi kiti - netiesioginiu paskirstymu. Tiesioginis paskirstymas naudojamas gana retai, jis efektyviausias kainos atžvilgiu, nes kiekvienas paskirstymo grandinės dalyvis prideda vertės, kuri atitenka silpniausiai grandžiai.

Kyla natūralus klausimas, kodėl gamintojai tam tikrą darbo dalį parduodant prekes perleidžia tarpininkams? Atsakymą į šį klausimą rasime labiau išsiginę į paskirstymo esmę. Kotler P. rašo, kad tarpininkų dėka prekės yra efektyviau pateikiamos į tikslines rinkas. Naudodamiesi savo ryšiais, patirtimi, specializacija ir veiklos mastu jie duoda bendrovei daugiau naudos, negu ji pati viena galėtų pasiekti. Gamintojai dideliais kiekiais gamina ribotą produkcijos asortimentą, o vartotojai nori plataus asortimento prekių mažais kiekiais. Paskirstymo grandinėje tarpininkai iš daugelio gamintojų perka dideliais kiekiais ir suskirto juos į mažesnes tačiau platesnio asortimento grupes, kurių pageidauja vartotojai. Taigi tarpininkai vaidina svarbų vaidmenį suderinant paklausą ir pasiūlą. [21] Todėl toliau darbe daugiau dėmesio skiriama netiesioginiam paskirstymui, kuriame labai svarbus vaidmuo tenka tarpininkams, tuo jis skiriasi nuo tiesioginio paskirstymo.

Paskirstymo grandinės nariais laikomi gamintojai, tarpininkai, bei vartotojai. pagrindiniai paskirstymo grandinės dalyviai, užtikrinantys prekių judėjimą iki vartotojo yra tarpininkai. Kaip jau minėta, jie skirstomi į didmenininkus bei mažmenininkus ir atitinkamai

atstovauja didmeninei ir mažmeninei prekybai. Paskirstymo grandinė pavaizduota 2 paveiksle.



2 pav. Paskirstymo grandinės dalyvių klasifikacija

Paskirstymo grandinės pasirinkimas yra įmonės strateginis sprendimas, nuo jo priklauso kiek potencialių vartotojų ir kokias būdais pasieks įmonės prekes, kokių jie turės galimybių prekes įsigyti ir kokia rinkos dalis teks įmonei. Šios grandinės pasirinkimas daro esminį poveikį gamintojo kaštams ir pajamoms, taip pat pačios įmonės bei jos prekių įvaizdžiui, nes pasirinkdamas tam tikrą prekių paskirstymo grandinę, gamintojas ilgam savo įmonę susieja su kitomis įmonėmis – partneriais, užmezga su jais dalykinius ryšius. [10]

Paskirstymo grandinę sudaro įmonės, kurios yra tarpusavyje susijusios ir priklauso viena nuo kitos, kad pasiektų bendrą tikslą. Mažmenininkas priklauso nuo gamintojo, kuris turi sukurti vartotojų poreikius tenkinantį produktą, savo ruožtu gamintojas taip pat priklauso nuo

mažmenininko, kuris turi pritraukti vartotojus, įtikinti juos pirkti. Taip pat mažmenininkas priklauso nuo kitų prekybos atstovų, kad galėtų gerai parduoti. Tai savo ruožtu padeda išsaugoti gamintojo reputaciją. Dažniausiai pavienių mažmenininkų sėkmė priklauso nuo to kaip sekasi konkuruoti visai jo produkcijos grandinei su kita tos pačios produkcijos gamintojų paskirstymo grandine. Panagrinėkime šią priklausomybę plačiau.

Kiekvienas narys atlieka savo vaidmenį ir specializuojasi atlikti vieną ar daugiau funkcijų. Paskirstymo grandinė veiks efektyviausiai kai kiekvienam jos dalyviui bus parinktos užduotys, kurias jis gali atlikti geriausiai, darant paskirstymo grandinės funkcijų analizę reikia apibrėžti šios grandinės dalyvių tikslus [21]:

#### Gamintojo/tiekėjo tikslai:

- Patekti į paskirstymo grandinę;
- Užtikrinti minimalius paskirstymo ir sandėliavimo kaštus;
- Vystyti santykiu su tarpininkais ir vartotojais;
- Sulaukti grįžtamąjį ryšį iš vartotojų (ir tarpininkų);
- Kontroliuoti paskirstymo strategiją;
- Optimizuoti gamybą ir pasiekti masto ekon.;
- Susitarti dėl išskirtinių teisių su tarpininkais;
- Minimizuoti lentynų kaštus;
- Gauti pakankamą pelno dalį

#### Tarpininkų tikslai:

- Savalaikiai ir dažni užsakymai;
- Aptarnauti daug gamintojų, siekiant užtikrinti vartotojams pakankamą pasirinkimą;
- Tenkinti vartotojų poreikius;
- Vystyti santykius su gamintojais ir vartotojais;
- Sulaukti grįžtamąjį ryšį iš vartotojų (ir gamintojų);
- Šiek tiek kontroliuoti paskirstymo strategiją;
- Efektyviai transportuoti ir sandėliuoti;
- Išskirtinio aptarnavimo kontraktai;
- Gauti pakankamą pelno dalį.

#### Vartotojų tikslai:

- Kuo įvairesnis prekių asortimentas;
- Kuo įvairesnis pardavėjų pasirinkimas;
- Galimybė pirkti mažais kiekiais;
- Apsipirkti patogioje vietoje;

- Rasti norimas prekes;
- Galimybė atsiskaityti įvairiais būdais;
- Galimybė gražinti netinkamas prekes;
- Turėti pakankamai informacijos sprendimų priėmimui;
- Mokėti tinkamą kainą.

Skirtingi paskirstymo grandinės dalyvių tikslai įtakoja paskirstymo grandinės struktūrą ir ypatumus, šiose grandinėse.

### Intensyvumo laipsniai

Priimant sprendimus dėl paskirstymo grandinės formavimo, svarbu nustatyti reikalingą tarpininkų skaičių, kuris turėtų priklausyti nuo siekiamo produkcijos paskirstymo intensyvumo.

Prekių paskirstymo intensyvumą apibūdina šie rodikliai:

- prekių **paskirstymo padengimo** rodiklis – jis apibūdina santykį tarp prekybinių taškų, prekiaujančių įmonės produkcija, skaičiaus ir skaičiaus prekybinių taškų, prekiaujančių tokio tipo prekėmis regione iš viso;
- prekių **paskirstymo tankis** – tai prekybinių taškų, kurie tam tikrame rajone prekiauja įmonės produkcija, skaičiaus santykis su šio regiono gyventojų skaičiumi arba jo plotu.

Paskirstymo intensyvumas skirstomas:

- ◆ intensyvus paskirstymas;
- ◆ atrankinis paskirstymas;
- ◆ išskirtinis paskirstymas.

**Intensyvus paskirstymas** - kai produktas parduodamas per visus įmanomus mažmeninius taškus. Šių produktų pasirinkimą lemia jų prieinamumas. Intensyvaus paskirstymo tipas paprastai pasirenkamas parduodant kasdieninio vartojimo bei dažnos paklausos prekes kai rinka neskirstoma į segmentus. Šis paskirstymas sezono metu būdingas dažniausiai perkamiems vaisiams ir daržovėms, nes jiems būdingas didelis rinkos aprėpimas kaip ir maisto produktams labai svarbus veiksnys čia yra pardavimo vieta, jos patogumas, pastovus tiekimas, rinkoje daug perpardavinėtojų.

**Atrankinis paskirstymas** - tai toks prekių paskirstymo tipas, kai pagal tam tikrus kriterijus apribojamas tarpininkų skaičius. Taip paskirstomos tik periodiškai ar retai perkamos, atidžiai pasirenkamos prekės. Šis paskirstymo tipas naudojamas

norint įpratinti pirkėją ieškoti platinamos prekės tam tikro tipo įmonėse ar parduotuvėse tuo formuojant prekių įvaizdį. Kalbant apie vaisius ir daržoves, šis paskirstymas taikomas, didesniuose mažmeninės prekybos tinkluose ar firminėse parduotuvėse, dažniausiai ne sezono metu, rečiau perkamiems vaisiams ir daržovėms, kai norima išlaikyti šių prekių asortimentą.

**Išskirtinis paskirstymas** - tai toks prekių paskirstymo tipas, kai gamintojas tam tikrame regione suteikia teisę prekiauti savo prekėmis tik vienam prekybos tarpininkui. Vaisių ir daržovių prekyboje išskirtinis paskirstymas yra būdingas egzotiniams vaisiams, bei retoms vaisių ir daržovių rūšims, tokį asortimentą tam tikrame regione dažniausiai turi didžiausias mažmeninės prekybos tinklas, arba firminė vaisių ir daržovių parduotuvė. [10]

Taigi priklausomai nuo vaisių ir daržovių rūšies, jos paplitimo ir sezono taikomas skirtingas paskirstymo intensyvumas.

## **1.2. Efektyvios paskirstymo grandinės formavimas**

Norint suformuoti efektyvią paskirstymo grandinę pirmiausiai reikia išanalizuoti veiksnius darančius įtaką paskirstymo grandinės formavimui.

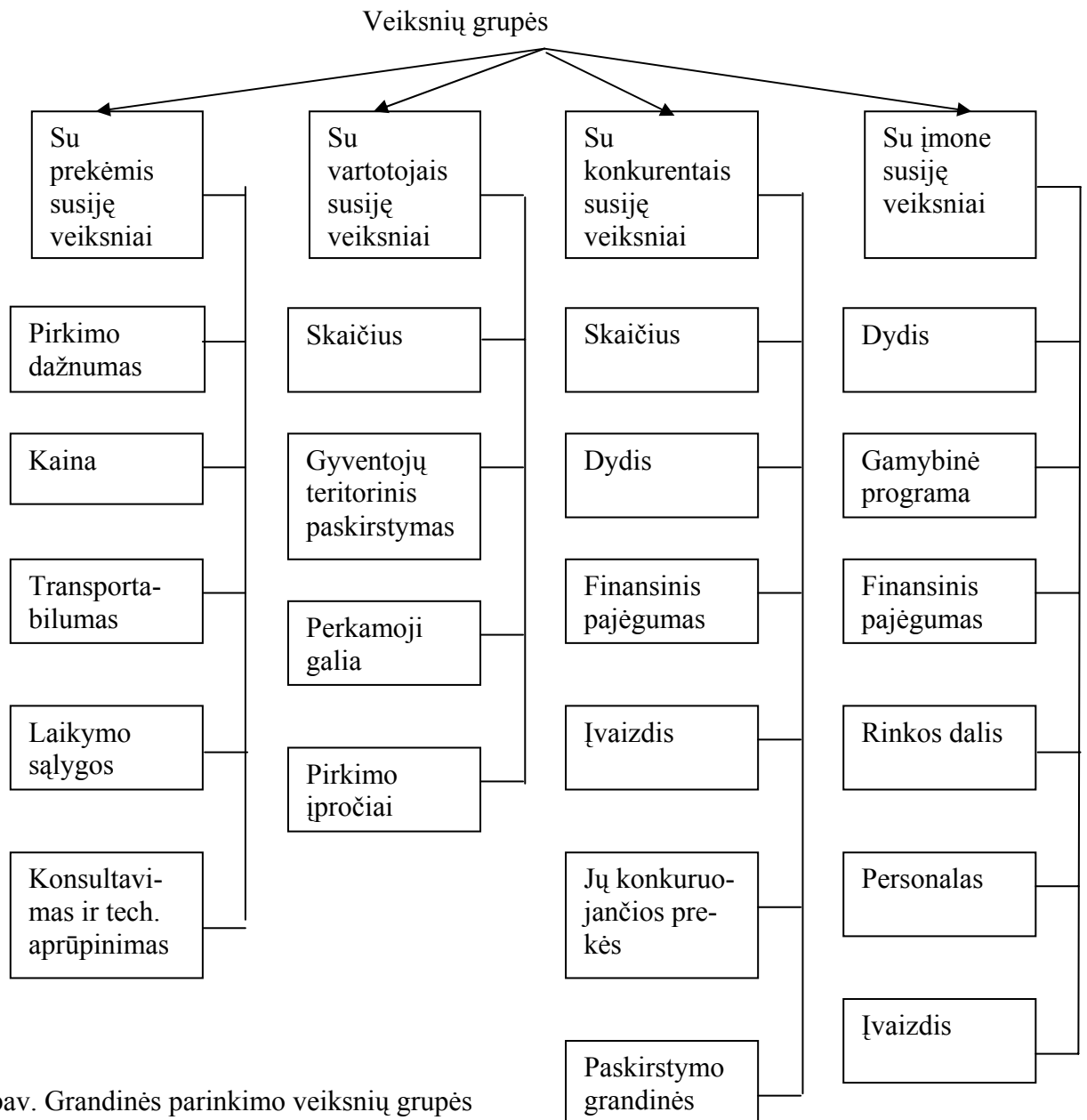
### **1.2.1. Veiksniai, įtakojantys paskirstymo grandinės formavimą**

Yra keturios veiksnių grupės kurios įmonėje įtakoja paskirstymo grandinės pasirinkimą, jos pateiktos 3 paveiksle.

Veiksnius darančius įtaką paskirstymo grandinės pasirinkimui galima suskirstyti pagal pobūdį [34]. Be abejonės paskirstymo grandinės pasirinkimui didelę įtaką turi rinkodaros makroaplinka ir paskirstymo infrastruktūra. Remdamasis šių veiksnių analize, tiek gamintojas tiek ir tarpininkas turi įvertinti paskirstymo grandinių alternatyvas ir pasirinkti labiausiai tinkamą/mas. Analizuojant ir vertinant alternatyvas, ypač daug dėmesio reikia skirti vartotojui, jo poreikiams, įpročiams ir kt.

Labai svarbus požiūris ir į konkurentus. Vieni gamintojai (ypač maisto prekių) nori, kad jų prekės būtų pirkėjams siūlomos kartu su konkurentų prekėmis tose pačiose parduotuvėse, kiti vengia konkurentų naudojamų paskirstymo grandinių ir kuria savas.





3 pav. Grandinės parinkimo veiksnių grupės

Viena ir ta pati įmonė toms pačioms prekėms realizuoti gali naudoti įvairias paskirstymo grandines. Pavyzdžiui, skirtingos paskirstymo grandinės gali būti naudojamos vietinėje ir užsienio rinkose. Skirtingų grandinių reikia toms prekėms, kurios pateikiamos ir asmeniniam vartojimui, ir perdirbimui, būtent tokioms prekėms priskiriami ir vaisiai bei daržovės, čia dažnai atskiroms vaisių ir daržovių rūšims parenkamos skirtingos paskirstymo grandinės.

R. Virvilaitė [33] veiksniais, turinčiais įtakos paskirstymo grandinės parinkimui nagrinėja iš gamintojo pozicijų ir išskiria 6 veiksnių grupes, turinčias įtakos paskirstymo grandinės parinkimui, tai:

- Rinkos;
- Produkcijos;

- Įmonės;
- Tarpininkų;
- Rinkodaros aplinka;
- Elgesio veiksniai.

Rinkos veiksniams priskiriama, rinkos geografija (kuo didesnis atstumas tarp gamintojo iki vartotojo tuo efektyviau panaudojami tarpininkai), rinkos dydis (tarpininkus patartina naudoti didelėje rinkoje), rinkos tankumas (kuo jis mažesnis, tuo sunkesnis ir brangesnis yra pateikimas) bei pirkėjo elgesys rinkoje (kada kur kaip ir kas perka?).

Nuo prekės veiksmų, priklauso paskirstymo grandinės ilgis. Svarbiausios prekės savybės yra dydis ir svoris (didelių matmenų produktų pateikimo kanalas turi būti trumpas), vertė (kuo ji mažesnė tuo ilgesnė grandinė), standartizavimo laipsnis (standartinėms prekėms naudojama ilgesnė grandinė), naujumas (daugelis naujų gaminių pateikiami intensyviai, siekiant sukurti pirminę paklausą).

Įmonės veiksniai, - dydis, suteikia daugiau pasirinkimo galimybių, finansinės galimybės (didesnis kapitalas – mažesnė priklausomybė nuo tarpininko), valdymo praktika leidžia greičiau pakeisti grandinę.

Tarpininkų veiksniai, - galimybės, naudojimo kaštai, atskirų tarpininkų teikiamos paslaugos.

Rinkodaros aplinka. Ji visais aspektais veikia pateikimo grandinių valdymą bei grandinės struktūrą.

Elgesio veiksniai. Jie gali sudaryti komunikacinius ryšius tarp paskirstymo grandinės dalyvių, todėl reikia pasirinkti tokią paskirstymo grandinių struktūrą, kuri turėtų efektyvius informacinius srautus. [33 ]

Taigi formuojant paskirstymo grandinę, vis dėlto svarbiausiais galima laikyti šiuos klausimus: paskirstymo intensyvumą (žr. 1.1. skyrių), pasirinkimą tarp tiesioginių ir netiesioginių paskirstymo grandinių (žr. 1 pav.) ir pačių grandinės dalyvių pasirinkimą.

### 1.2.2. Paskirstymo grandinės projektavimas ir jos efektyvumo įvertinimas

Studijuojant literatūros šaltinius daugumoje jų rasti apibendrinti veiksmai, svarbūs grandinės projektavimui ir jos efektyvumui.

Efektyviai paskirstymo grandinei suformuoti reikalingi įmonės veiksmai [34]:

- išanalizuoti vartotojų poreikius;
- nustatyti paskirstymo grandinės dalyvių tikslus bei galimas kliūtis juos pasiekti;

- išsiaiškinti pagrindinius paskirstymo būdus;
- parinkti tinkamą rinkodaros tarpininkų skaičių;
- pasirinktų paskirstymo grandinės būdų įvertinimas
- paskirstymo grandinės narių atranka ir skatinimas.

### Vartotojų poreikių analizė

Paskirstymo grandinės kūrimas prasideda nuo vartotojo. Pirmiausia reikia išsiaiškinti ko iš grandinės tikisi jie. Tačiau kartais pateikti prekes kuo greičiau, pasiūlyti didžiausią jų asortimento ir paslaugų įvairovę gali būti neįmanoma arba nepelninga. Įmonė turi suderinti vartotojo paslaugų poreikius su savo galimybėmis, šių poreikių tenkinimo sąnaudomis bei vartojimo kaina.

### Paskirstymo grandinės tikslai ir suvaržymai

Paskirstymo grandinės tikslai turėtų būti formuluojami pagal tai, kokio lygio paslaugų pageidauja tiksliniai vartotojai. Įmonė turi išsiaiškinti ar yra vartotojų segmentų, pageidaujančių skirtingo paslaugų lygio ir tada nuspręsti kokius segmentus ji aptarnaus bei kokią paskirstymo grandinę jai geriausiai naudoti. Įmonės paskirstymo tikslams įtakos turi ir jos pačios pobūdis, politika, rinkodaros tarpininkai, konkurentai ir aplinka. Įmonės gali siekti, kad jų prekių ženklai būtų išplėtoti greta konkurentų tose pačiose maisto prekių parduotuvėse, kad vartotojas galėtų išsirinkti pats, tai būdinga vaisių ir daržovių rinkai. Kitais atvejais gamintojai gali vengti paskirstymo grandinių, kuriomis naudojasi konkurentai, tiek šalies tiek ir užsienio rinkose. Galiausiai tokie aplinkos veiksniai kaip ekonominės sąlygos ir teisiniai suvaržymai, taip pat turi įtakos sprendimams dėl paskirstymo grandinių. [34]

### Paskirstymo grandinių būdai:

- ◆ Tiesioginė rinkodara. Gali būti naudojami įvairūs tiesioginės rinkodaros metodai, pradedant prekyba pagal tiesioginius užsakymus, atsiliepiant į reklamą spaudoje, per radiją ar televiziją, prekyba pagal užsakymus paštu iš katalogų ir baigiant prekyba telefonu bei per internetą. Kol kas vaisių ir daržovių rinkoje Lietuvoje šis būdas netaikomas.
- ◆ Prekybos darbuotojai. Įmonė gali tiesiogiai pardavinėti prekes, pasitelkdama savus arba samdydama kitos firmos prekybos darbuotojus. Gali būti kviečiami prekybos darbuotojai su kuriais sudaromos sutartys, ši prekybos forma gali būti taikoma vaisių ir daržovių rinkoje.
- ◆ Tarpininkai. Tarpininkai – nepriklausomos verslo organizacijos, vykdančios įvairialypę veiklą. Tai didmenininkai ir mažmenininkai, kurie nuperka firmos prekes, perima šių

prekių nuosavybės dokumentus ir jas perparduoda, tai dažniausiai vaisių ir daržovių rinkoje taikoma alternatyva. [10]

Skirtingiems produktams reikia skirtingo paslaugų skaičiaus, o vartotojai pageidauja ne vienodo paslaugų skaičiaus. Pavyzdžiui, savitarnos parduotuvės aptarnauja pirkėjus, kurie yra linkę patys susirasti prekę, ją palyginti ir išsirinkti, kad sutaupyti pinigų. Savitarna yra visos prekybos su nuolaida pagrindas, paprastai ją naudoja pirmiausiai kasdien reikalingų prekių pardavėjai. Taigi vaisių bei daržovių tokiuose parduotuvėse parduodama daugiausiai.

### Rinkodaros tarpininkų skaičius

Projektuojant paskirstymo grandinę, reikia parinkti optimalų tarpininkų skaičių. Įmonės turi apsispręsti dėl paskirstymo grandinės pločio, t.y. kokią dalį rinkos jos nori aprėpti ir kiek naudos grandinės narių kiekviename jos lygyje. Kaip jau minėta (1.1. skyriuje) tarpininkų skaičiui nustatyti pasitelkiama viena iš trijų strategijų: intensyvus, išimtinis ir atrankinis paskirstymas. Gamintojas ir jo tarpininkai privalo susitarti dėl sąlygų ir dėl kiekvieno paskirstymo grandinės nario pareigų. Gamintojas turėtų nustatyti skelbiamą kainą ir teisingas nuolaidas tarpininkams, jis privalo nurodyti kiekvieno paskirstymo grandinės nario teritoriją ir labai atidžiai parinkti naujus tarpininkus. Jeigu įmonė nustatė kelias paskirstymo grandinės alternatyvas ir nori pasirinkti tokią, kuri patenkintų jos ilgalaikius tikslus, ji privalo įvertinti kiekvieną alternatyvą vadovaudamasi ekonominiais, kontrolės ir adaptavimo kriterijais.

### Pasirinktų paskirstymo grandinės būdų įvertinimas

Naudojant ekonominius kriterijus įmonė palygina skirtingus grandinių būdus, tikėtina pelningumą. Kai kurie tarpininkai perima didesnę kontrolės dalį, jei kitos sąlygos yra vienodos įmonė stengiasi turėti kiek įmanoma daugiau kontrolės. Galiausiai įmonė privalo taikyti ir adaptacijos kriterijus. Įsteigiant paskirstymo grandinę dažniausiai tenka perleisti ilgalaikius įsipareigojimus kitoms firmoms bei prarasti lankstumą, todėl tampa sunkiau pritaikyti paskirstymo grandinę prie besikeičiančių rinkos sąlygų.

### Paskirstymo grandinės narių atranka ir skatinimas

Gamintojų gebėjimas pritraukti kvalifikuotus rinkodaros tarpininkus yra nevienodas. Viskas priklauso nuo gamintojo, kai kuriems nekyla jokių sunkumų prisikalbinti paskirstymo grandinės narius, kiti privalo daug pasidaruoti. Rinkdamasi tarpininkus įmonė privalo nuspręsti pagal kokias charakteristikas galima išskirti geriausius. Norint skatinti narius kuo geriau atlikti savo darbą įmonė privalo parduoti savo produkciją netik per tarpininkus, bet ir

jiems patiems. Dauguma gamintojų savo tarpininkus laiko tiesioginiais klientais, kartais naudojami teigiami, kartais neigiami akstinai. Pažangesnės įmonės stengiasi užmegzti su savo tarpininkais tiesioginės partnerystės santykius, kad sukurtų rinkodaros sistemas, patenkinančias ir gamintojo ir tarpininko poreikius. Gamintojas privalo nuolat stebėti paskirstymo grandinės veiklos rezultatus, lygindamas juos su tokiais rodikliais kaip kvotos, prekių atsargų dydis, prekių pristatymo vartotojui laikas, kaip elgiamasi sugadinus ar praradus prekes, kaip bendradarbiaujama vykdant pardavimų rėmimo ir darbuotojų mokymo programas ir kaip teikiamos paslaugos vartotojams. [34] Stebint ir reaguojant į besikeičiančias aplinkos sąlygas, paskirstymo grandinė turi būti nuolat tobulinama.

### 1.2.3. Paskirstymo grandinės tobulinimas

Paskirstymo grandinių tobulinimas – sudėtingas uždavinys, kurio sprendimą lydi konfliktai su esamais tarpininkais ir kitais paskirstymo grandinės dalyviais. Nuolatinė parengtis permainingoms sąlygoja paskirstymo grandinių mobilumą ir planų, įgalinančių priartėti prie idealaus varianto, įgyvendinimą.

Pagrindinės priežastys, dėl kurių paskirstymo grandinės praranda optimalumą yra šios:

1. įvairūs rinkos pokyčiai ( nauji vartotojų poreikiai, rinkos augimas, naujų konkurentų atsiradimas);
2. mokslinis techninis progresas, lemiantis naujų tobulesnių prekių paskirstymo būdų atsiradimą [ 10].

Jei įmonės vadovai nesidomi naujovėmis, nedalyvauja paskirstymo grandinių plėtroje, tokia įmonė pasmerkta dirbti brangiose ir neefektyviose paskirstymo grandinėse. Pastaruoju metu išryškėjo keturios paskirstymo grandinių plėtros kryptys: ekonomiškų paskirstymo grandinių atsiradimas bei vertikalių, horizontalių ir daugiakanalių sistemų plėtojimas [21].

Rinkos pokyčiai reikalauja paskirstymo grandinių tinklo plėtros, o tai neišvengiamai didina išlaidas paskirstymui. Vis didėjanti konkurencinė kova gamintoją skatina ieškoti kuo ekonomiškesnių intensyvaus paskirstymo būdų. Pavyzdžiui, tiesioginis paskirstymas arba žemesnių kainų parduotuvės.

Anksčiau paskirstymo grandines sudarydavo nepriklausomos kompanijos, siekiančios kiekviena savo užsibrėžtų tikslų. Nepriklausomuose paskirstymo grandinėse įmonės siekia maksimizuoti savo pelną net ir kitų paskirstymo grandinės dalyvių sąskaita. Tai dažnai iššaukia neigiamą partnerių reakciją, todėl imta ieškoti kitokių bendradarbiavimo

būdų. Viena iš tobulesnių paskirstymo organizavimo formų yra vertikali rinkodaros sistema. Ji sumažina konfliktus tarp paskirstymo grandinės narių, atsirandančius dėl to, kad šie siekia pelno pirmiausia sau. Konfliktai mažinami tarpusavio susitarimais.

Visų vertikalų rinkodaros sistemų tikslas – tiekti vartotojui kokybišką prekę mažesne kaina nei kitos paskirstymo grandinės. Tai užtikrina šie tokios sistemos privalumai:

- mažesnis funkcijų dubliavimas (paprastoje paskirstymo grandinėje kiekviena įmonė sudaro savo rinkodaros strategiją, todėl kai kurios funkcijos sutampa);
- geresnės investavimo galimybės (ilgalaikiai susitarimai ir pastangų koordinavimas leidžia įsigyti brangią, bet efektyvią prekybos įrangą);
- glaudesni ryšiai tarp narių (stabilūs santykiai palengvina ryšius sistemos viduje, todėl paskirstymo grandinė greičiau pritaikomos prie kintančių vartotojų poreikių);
- iki minimumo sumažėja konfliktų tarp paskirstymo grandinės dalyvių (kiekvienas grandinės dalyvis turi tikslias užduotis, programas, kurios aptartos ir suderintos su kitais paskirstymo grandinės nariais);
- maksimaliai išnaudojama paskirstymo grandinės dalyvių patirtis ir kompetencija [21]

Horizontalią rinkodaros sistemą sudaro dvi ir daugiau autonomiškų įmonių, esančių tame pačiame paskirstymo grandinės lygyje ir susibūrusių bendrai naudotis rinkos galimybėmis. Tokios bendradarbiavimo perspektyvos vilioja net konkuruojančias įmones. Horizontalių sistemų plėtrai įtaką daro keletas veiksnių:

- įmonėms atsiranda galimybė sumažinti savo išlaidas;
- išauga įsiskverbimo į rinkas greitis, tai įgalina aplenkti konkurentus;
- įmonei tampa prieinama naujausia informacija ir naujausios technologijos [21].

Anksčiau daugelis įmonių savo prekes paskirstydavo tik vienoje rinkoje vienintelėje paskirstymo grandinėje. Pastaruoju metu rinkos yra labai fragmentiškos, vartotojai pageidauja įvairiausių prekių ir paslaugų, nevienodas jų jautrumas kainos pokyčiams. Atskirų segmentų poreikių patenkinimui kuriami individualūs paskirstymo grandinės, (pavyzdžiui, kai prekės parduodamos ir per savo atstovus ir per specializuotas parduotuves).

Horizontali rinkodaros sistema jos narius įgalina prekes rinkoje paskleisti per papildomas paskirstymo grandines ir prekybos taškus, pasinaudoti papildomo prekybos personalo paslaugomis. Daugiakanalės rinkodaros sistemos privalumas yra tas, kad ji įmonei leidžia efektyviai aptarnauti visus tikslinius rinkos segmentus. Tačiau tokio sistemos neišvengiamai iššaukia konfliktus. Jų priežastis – neišvengiamas tarpininkų susidūrimas su papildoma konkurencija bei skirtingos gamintojo sąlygos įvairiems tarpininkams.

Prie paskirstymo grandinės tobulinimo tikslinga paminėti, kad Daukantas A. [8] nurodo logistinės sistemos vertinimą kaip konkurencijos pranašumo šalinį, manau tai būdinga ir paskirstymui. Jis nurodo logistikos sistemos vertinimą kaip konkurencijos pranašumų šaltinį, nes:

- yra galimybė išskirti įmonę bei prekę;
- galima dirbti žemesniais kaštais ir tuo pačiu gauti didesni pelną.[8]

Remiantis šia teorine analize ir atlikus mokslinį tiriamąjį darbą bus nustatomi paskirstymo grandinės formavimą vaisių ir daržovių prekyboje įtakoiantys veiksniai. Paskirstymo grandinė bus analizuojama iš tarpininkų pozicijų. Šiam darbui atlikti visų pirma reikia pasirinkti tinkamą metodiką.

## 2. LIETUVOS ĮMONIŲ VAISIŲ IR DARŽOVIŲ PASKIRSTYMO GARNDINĖS DALYVIŲ TYRIMAS

### 2.1. Mokslinio tyrimo metodika

Mokslinio tyrimo procesas yra sudėtingas ir nevienalytis. Jame galime išskirti tokius etapus, kaip tyrimo planavimą (problemos ir hipotezės formulavimą, tyrimo procedūrų pasirinkimą), empirinio tyrimo etapą, statistinį ir teorinį gautosios medžiagos apdorojimą, rezultatų praktinį pritaikymą. Visų pirma reikia išsiaiškinti, koks yra tyrimų tikslas, kam jis skirtas ir ko iš jo tikimasi. Pagrindinis mokslinis tyrimų tikslas – gauti naujos informacijos apie tuos procesus ar reiškinius, kuriuos norime tirti, ir, remiantis šiais tyrimais, juos koreguoti, valdyti, prognozuoti arba praktiškai pritaikyti. Prieš atliekant mokslinį tyrimą, buvo pasinaudota antrinių duomenų informacija, kitų tyrėjų surinkta, apdorota tam tikrais metodais ir jau paskelbta informacija, literatūros šaltinių analizė, kurios pagalba atlikta paskirstymo sąvokų analizė, išanalizuota paskirstymo grandinė, jos teorinio formavimo prielaidos, etapai. Toliau buvo renkami antriniai duomenys, moksliniam tiriamajam darbui atlikti, antriniai duomenys buvo surinkti apklausiant įmonėse atsakingus darbuotojus už vaisių ir daržovių paskirstymą struktūrizuoto interviu metodu. Darbo temai atskleisti remiamasi dviejų įmonių pavyzdžiu. Šios įmonės pasirinktos neatsitiktinai, viena jų – UAB „Samsonas“ yra stambus vaisių ir daržovių importuotojas, turintis didelę patirtį vaisių ir daržovių užsienio rinkose, kita – UAB „Domeina“ viena stambiausių lietuviškų vaisių ir daržovių prekybos įmonių Lietuvoje. Įmonės turi ir bendrų ir visiškai skirtingų bruožų paskirstymo grandinėje. Remiantis mokslinio tyrimo proceso etapais tyrimo metodologiniame pagrindime buvo pateiktas paskirstymo grandinės tyrimų poreikio pagrindimas, nusakytas tyrimo tikslas ir uždaviniai bei numatytas jo proceso organizavimas.

#### *Tyrimo poreikio pagrindimas.*

Siekiant parengti paskirstymo grandinės formavimo modelį, atitinkantį esamas prekybos sąlygas ir įmonės tikslus turi būti vykdomas pastovus rinkos ir įmonių stebėjimas, įvertinamas vidinių įmonių faktorių atitikimas išoriniams. Tokia informacija leidžia įvertinti, ar esamos veiklos rezultatai atitinka planuotus tikslus. Šis tyrimas bus atliekamas analizuojant rinką, vidinė informacija surenkama struktūrinio interviu metodu, kurio forma įdėta į priedus, šiuo būdu bus išsiaiškinta kaip susijusi paskirstymo mokslo krypties teorija ir praktika, kuri nagrinėja šiam darbui aktualią problemą. Rinkos tyrimai yra svarbiausia ir labai paplitusi rinkodaros tyrimų sudedamoji dalis. Jais grindžiami įvairūs rinkodaros veiklos sprendimai. Rinkos tyrimas - tai sisteminis, vienkartinis arba daugkartinis rinkos duomenų rinkimas bei



sutvarkymas, laikantis tam tikros metodikos, kai jų interpretacija turi tam tikrą tikslą. Šie rinkos tyrimai buvo atlikti remiantis rinkos informavimo sistema ([www.ris.lt](http://www.ris.lt)), statistikos departamento duomenimis, struktūriniu interviu metodu surinkta informacija ir autorių R. Gudonavičienės (2003), Ž. Židonio (2002), Vengrausko (2000), Sūdžiaus (2002), Kotler (2003), Minalgos (2004) ir kt. pateiktomis metodikomis ir rekomendacijomis bei kt. informaciniais leidiniais.

### ***Tyrimo tikslas.***

Nustatyti, vaisių ir daržovių paskirstymo grandinių formavimą įtakojančius veiksnius.

Tyrimo tikslui pasiekti keliami tokie uždaviniai;

1. Atlikti vaisių ir daržovių rinkos analizę ir nustatyti nusistovėjusią produkcijos paskirstymo ir klientų aptarnavimo lygį.
2. Nustatyti egzistuojančias vaisių ir daržovių paskirstymo grandines.
3. Išnagrinėti UAB „Domeina“ ir UAB „Samsonas“ paskirstymo ypatumus ir nustatyti pagrindinius produkcijos paskirstymo pasirinkimo principus.
4. Išsiaiškinti veiksnius, darančius įtaką vaisių ir daržovių paskirstymo grandinės formavimui.
5. Suformuoti hipotetinį paskirstymo grandinės ruošimo proceso modelį.

### ***Tyrimų metodas***

1) Antrinių duomenų: mokslinės, ekonominės, logistinės, statistinės informacijos rinkimo ir apibendrinio metodas.

2) Konkurentų analizė, rinkos perspektyvų prognozė ir veiklos kryptių numatymas ateityje, atliktas naudojantis antrinės informacijos vidinių ir išorinių šaltinių analize. Kabinetiniai tyrimai skirti antrinei informacijai rinkti, apdoroti ir analizuoti.

3) Įmonės apklaustos struktūrizuotu interviu metodu sudarant klausimyną, kurio forma įdėta į šio darbo priedus.

Paskirstymo grandinės formavimui atrinkti teorinės analizės ir apibendrinimo, išorinės ir vidinės rinkodaros tyrimo aplinkos, kabinetinio tyrimo, struktūrizuoto interviu metodai. Remiantis atrinktais metodais bus atliekamas mokslinis tiriamasis darbas, pradedant nuo prekybos ir paskirstymo sąlygų nustatymo.

## 2.2. Vaisių ir daržovių prekyba ir jų paskirstymas Lietuvoje

### 2.2.1. Vaisių ir daržovių prekybos ir paskirstymo apžvalga Lietuvoje

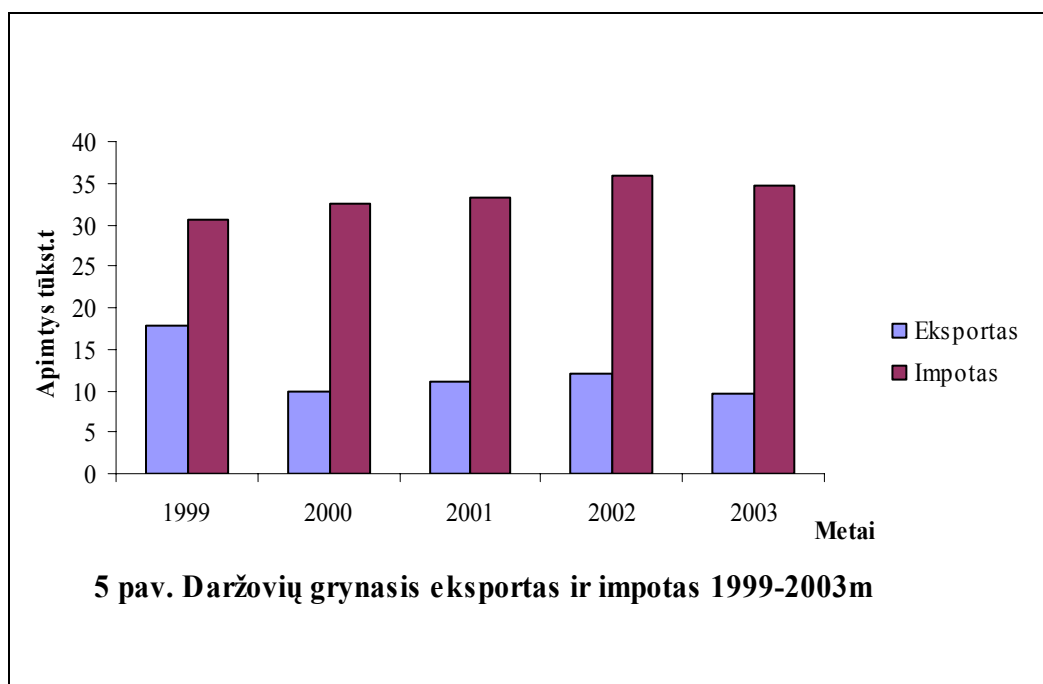
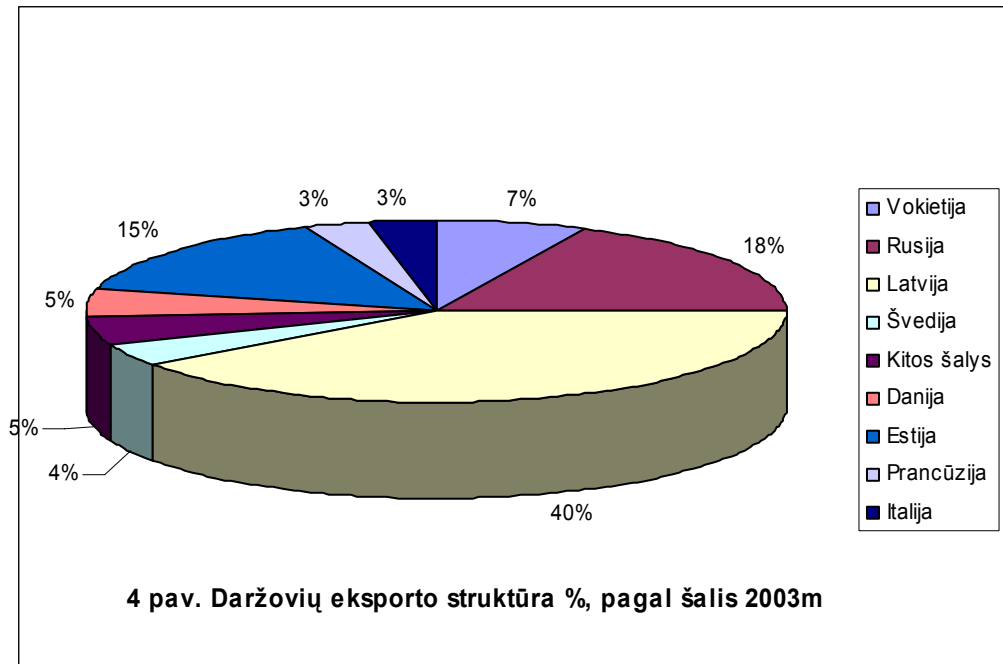
Lietuvoje yra apie 60 ha modernizuotų žieminių šiltnamių. Pagrindines modernizuotų šiltnamių įmones yra AB „Pagirių šiltnamiai“, AB „Kietaviškių gausa“, AB „Kauno šiltnamiai“, ŽŪB „Dambravos šiltnamiai“, ūkininko A. Žemaičio ūkis. Juose kasmet užauginama apie 18 tūkst. t daržovių, 3–4 mln. vnt. gėlių, 80 t grybų ir kitos šiltnaminės produkcijos. Šalies modernizuotų šiltnamių išauginamų daržovių derlingumas, produkcijos kokybė, technologinis lygis atitinka daugelio Rytų Europos, Skandinavijos bei kitų Europos šalių rodiklius [26].

Lietuvai įstojus į ES, vaisių ir daržovių augintojų pajamos priklauso nuo sugebėjimo konkuruoti su kitų šalių vaisių ir daržovių augintojais. Vaisių ir daržovių konkurencingumą lemia supirkimo kainos, gamybos ir perdirbimo išlaidos bei jų kokybė. Vaisiai ir daržovės Lietuvoje galėtų būti viena iš perspektyviausių žemės ūkio šakų ir užtikrinti kaimo gyventojų pajamų, užimtumo didėjimą. Lietuvos agroklimatinės sąlygos yra palankios tiek verslinės sodininkystės, tiek daržininkystės bei uogininkystės plėtrai. Žemdirbiai pajėgūs ne tik aprūpinti šalies gyventojus savais vaisiais bei daržovėmis, bet ir plėtoti šviežių bei perdirbtų produktų eksportą [27]. 1997–2001 metais vienas Lietuvos gyventojas vidutiniškai per metus suvartojo apie 60 kg vaisių ir uogų, t. y. 43 proc. mažiau negu rekomenduojama norma ir 36 proc. daugiau, negu išauginama Lietuvoje. Esant nepakankamai vaisių ir uogų gamybai bei modernių vaisių saugyklų, paruošimo technikos trūkumui, Lietuva, be bananų ir citrusinių vaisių, importuoja ir tuos vaisius bei uogas, kuriuos gali pati išauginti, išlaikyti bei plėtoti eksportą. Daugiausia eksportuojama žaliavinių obuolių, importuojama – desertinių. Didžiausi eksporto srautai – derliaus nuėmimo metu, o importo – pavasarį, kai lietuviškų desertinių vaisių dėl nepakankamos gamybos ir modernių laikymo kamerų stokos labai trūksta.

Daržininkystė Lietuvoje – viena rentabiliausių žemės ūkio šakų, nors daržovių derlingumas, palyginti su ES šalimis – du ir daugiau kartų mažesnis. Lietuva pajėgi apsirūpinti visomis pagrindinėmis daržovėmis. Statistikos departamento prie Lietuvos Respublikos Vyriausybės duomenimis, 1997–2001 metais, skaičiuojant vienam gyventojui, vidutiniškai buvo išauginama 103 kg daržovių, o suvartojama – 83 kg. Gyventojai vidutiniškai suvartoja 72 proc. visų Lietuvoje išauginamų daržovių. Palyginti didelę dalį vartojimui skirtų daržovių sudaro nuostoliai (apie 8 proc.). Dideli nuostoliai ir maistinių daržovių naudojimas pašarams iš dalies paaiškinamas daržovių saugojimui skirtų patalpų trūkumu, nepakankamu jų prekiniu paruošimu ir dėl žemos gyventojų perkamosios galios

sumažėjusia paklausa. Nepatenkinamas daržovių prekinis paruošimas yra svarbus jų eksporto plėtros stabdys.

Vidutiniškai 1996–2000 metais buvo eksportuojama 3,1 proc. išaugintų daržovių (išskyrus 1997 m., kai eksportas sudarė 5,1 proc.). Daugiausia eksportuojama į Latviją (49 proc. viso eksporto), Rusiją (36 proc.) ir Estiją (7proc.). Daugiau kaip 5 proc. daržovių išvežama į Vokietiją. Eksportuojami vėlyvieji kopūstai, agurkai, pomidorai, morkos, burokėliai. Daržovių eksporto struktūra 2003 metais pavaizduota 4 paveiksle. Eksporto importo struktūra nuo 1999-2003 metų pavaizduota 5 paveiksle.



Lietuvos daržovių augintojams sunku konkuruoti rinkose su kitų valstybių, kurios subsidijuoja eksportą, produkcija. Be to, eksportą stabdo ekonomiškai nepagrįsti importo į kitas šalis maito mokesčiai, nepakankamas ūkio subjektų aprūpinimas informacija apie užsienio rinkas. Užsienio prekyba reguliuojama sezoniniais vaisių ir daržovių importo muitais. Eksperto subsidijos nemokamos. ES valstybėse yra kitokia situacija, čia vaisių ir daržovių augintojai gauna finansinę paramą, bet tik tada, jei savo produktus parduoda ne pavieniui, o per gamintojų organizaciją. Gamintojų organizacijos gauna paramą veiklos fondams, paramą realizacijai bei kompensaciją produkcijos pertekliaus išėmimo iš rinkos atveju.

Įgyvendinant pasirengimo narystei ES programas, nuo 2002 metų įsigaliojo pagal ES reglamentus parengti šviežių vaisių ir daržovių kokybės reikalavimai.

Bendrai paėmus Lietuvos įstojimas į ES vienu produktų gamintojams buvo teigiamas, o kitų – neigiamas. Teigiamų pasekmių turi obuolių, serbentų, kopūstų bei morkų augintojai, neigiamų – svogūnų, pomidorų bei agurkų augintojai. Taip yra todėl, kad vienu produktų kainos didesnės Lietuvoje, kitų – ES.[23]

Reikia paminėti, kad pati Europos sąjunga savo plėtra įgauna vis svarbesnes pozicijas pasaulinėje rinkoje, pvz. šiuo metu didėja konkurencija tarp ES ir Maroko bei Turkijos pomidorų augintojų. [1]

Šalyje yra didelis vaisių ir daržovių perdirbimo gamybinis potencialas, tačiau dėl organizacinių ir ekonominių priežasčių jis panaudojamas tik 50 proc. Vaisių ir daržovių perdirbtų produktų dalis visoje maisto produktų gamyboje sudaro 1,0 proc. Didžiausia perdirbtų vaisių ir daržovių dalis realizuojama vidaus rinkoje.

Iš viso Lietuvoje veikia apie 18 vaisių ir daržovių perdirbimo įmonių. Tai daugiausia nedidelės įmonės, kuriose dirba 20–50 žmonių, tačiau yra keletas ir didesnių, turinčių iki 200 darbuotojų. Vieno darbuotojo per metus pagaminta produkcija 2002 metais siekė 71,6 tūkst. Lt, per valandą – 36,9 Lt, o vidutiniškai maisto ir gėrimų pramonėje – atitinkamai 119,4 tūkst. Lt ir 63,8 Lt. Didžiausios vaisių ir daržovių perdirbimo įmonės yra šios: UAB „Kėdainių konservai“, kooperatyvas „Varėnos konservai“, UAB „Gerovės“ konservų fabrikas, UAB „Hesona“, UAB „Telkonsa“.

2002 metais vienas Lietuvos gyventojas vidutiniškai suvartojo 81 kg daržovių – 32 proc. mažiau negu Lietuvos mitybos centro rekomenduojama norma. Europos šalyse daržovių suvartojimas priklauso nuo klimato zonos. Graikijoje suvartojama 200 kg, Prancūzijoje, Ispanijoje – 120–130 kg, Vokietijoje, Jungtinėje Karalystėje, Nyderlanduose – 80–90 kg, skaičiuojant vienam gyventojui per metus. Vadinas, daržovių Lietuvoje suvartojama panašiai tiek, kiek ir toje pačioje klimato juostoje esančiose išsivysčiusiose Vakarų Europos šalyse.

Šie visi veiksniai įtakoja ir prekybos bei paskirstymo sąlygas Lietuvoje.

## 2.2.2. Svarbiausios vaisias ir daržovėmis prekiaujančios įmonės, jų veiklos specifika

Vaisių ir daržovių rinkoje Lietuvoje daug augintojų, juos sudaro:

- Uždarnosios akcinės bendrovės („Vaismedžių medelynas“, „Naradava“, „Vilroka“ ir kt.);
- Akcinės bendrovės („Kietaviškių gausa“ ir kt.)
- Kooperatinės bendrovės ir kooperatyvai („Olrevita“, „Daumantų skanėstai“, „Babtų daržovės“ ir kt.);
- Žemės ūkio bendrovės („Anykščių vaismedžiai“);
- Individualios įmonės („Baiva“, „B.Kybarto“, „Krupecko“, „A. Sakalausko“ ir kt.)
- Įvairūs ūkiai („K. Bružiko ūkis“, „B. Maseinienės ekologinis ūkis“ ir kt.)

Stambiausios prekybinės įmonės:

UAB „Samsonas“, UAB „Longlita“, UAB „Augma“, BĮ UAB „Litbana“, UAB „Vilniaus augma“, UAB „Palink“, UAB „Vilniaus Citma“, KB „Vaisių ir daržovių centras“, UAB „Domeina“, UAB „Citroma“, UAB „VP Market“, UAB „Sanitex“, UAB „Rimi“

Toliau pateikiama platesnė šių įmonių analizė.

### **BĮ UAB „Litbana“**

Stambiausia importuotoja Lietuvoje, ji vienintelė turi išskirtines teises importuoti citrusinius vaisius iš Maroko ir parduoti juos Lietuvoje, Latvijoje, Estijoje ir kt. Taip pat bananus iš Ekvadoro ir Kosta Rikos. Tik „Litbana“ Lietuvoje tiesiogiai importuoja bananus, tam naudodama jūrinį transportą.

Neseniai įmonė užmezgė tiesioginius ryšius ir su Pietų Afrikos vaisių tiekėjais, kad galėtų pasiūlyti vynuogių, kriaušių, apelsinų ir kitų vaisių iš šios šalies.

BĮ UAB LITBANA importuoja marokietiškus apelsinus ir mandarinus, ispaniškas mineolas ir citrinas, Lotynų Amerikoje užaugintus bananus, taip pat vynuoges, kivius, ananasus, karambulas, ličius, rambutanus, dumplinius, kinkanus, papajas ir kitus vaisius, o taip pat įvairias daržoves.

Vykdo savo veiklą Lietuvoje, bendradarbiauja su kitomis giminingomis firmomis, turi interesų ir jau realizuotų planų Rytų Europos rinkoje. UAB „Litbana“ užima daugiau kaip pusę Lietuvos vaisių ir daržovių rinkos, aprūpina vaisiais ir daržovėmis dalį Estijos, Latvijos, Baltarusijos, Rusijos Kaliningrado sritį. Turi tiesioginius ryšius su importuojamų vaisių ir daržovių tiekėjais.

Importuojamų vaisių ir daržovių asortimentą „Litbana“ tiekia visiems Lietuvos didiesiems tinklams: VP Market, IKI, Norfa, tačiau pagrindinis jos prekių realizavimo partneris – RIMI tinklas. Ji yra išskirtinių RIMI tinklo tiekėjų gretose, į kurias atėjo laimėjusi nelengvą konkursą. Taip pat pristato savo produkciją į įvairias parduotuves, restoranus, kavines, kitas organizacijas. Pagrindinę produkcijos dalį sudaro bananai ir citrusiniai vaisiai, tačiau turi gausų ir kitų vaisių bei daržovių asortimentą [5]

### **UAB „Augma“**

Tai vienas didžiausių vaisių ir daržovių prekybos didmenininkų, didžiausią rinkos dalį užima Žemaitijoje. Įmonė turi penkis filialus: Klaipėdoje, Mažeikiuose, Plungėje, Šiauliuose ir Šilutėje. UAB „Augma“ tiekia prekes didiesiems prekybos tinklams. Turi modernias pakavimo linijas, kurių dėka gali pasiūlyti platų vaisių ir daržovių asortimentą įvairiose pakuotėse. Įmonė eksportuoja produkciją į Rusiją, Baltarusiją, Latviją, Estiją, Ukrainą, Kazachstaną bei kitas šalis.[12]

### **UAB „Vilniaus Citma“**

Daugiausiai platina egzotiškus vaisius. Įmonę sudaro „Citmos“ įmonių grupė, kurios centras Šiauliuose. Dabar visose didžiuosiose šalies miestuose šiauliečiai valdo 5-ias prekybos įmones, kurias vienija „Citmos“ prekės ženklas. Maždaug prieš metus bendrovė baigė savo veiklos plėtrą Lietuvoje, kai įkūrė „Panevėžio Citmą“ ir „Vilniaus Citmą“ ir kreipia ją į kaimynines šalis. Jau šiemet ketina atidaryti antrines įmones Rygoje ir Maskvoje, šios įmonės naudos jų prekės ženklą ir klientus aptarnaus iš savo sandėlių. Apie 80% vaisių ir daržovių „Citmos“ grupė importuoja iš Europos sąjungos šalių. „Citmos“ įmonių grupės konsoliduota apyvarta siekė 14,2mln.Lt, šias metais per pusmetį 41,8 mln. Lt [13]

### **KB „Vaisių ir daržovių centras“**

Kooperatinė bendrovė turinti 48 narius užsiima vaisių ir daržovių auginimu bei didmenine prekyba, Dirba tik su lietuviškais vaisiais ir daržovėmis, yra vienas didžiausių UAB „Domeina“ konkurentų, tačiau KB „Kauno vaisių ir daržovių centras“ daugiau specializuojasi lauko daržovių: bulvių, morkų, svogūnų, burokėlių, kopūstų prekyba, o UAB „Domeina“ šiltnaminę produkcija, obuoliais. Kadangi vaisių ir daržovių rinka yra pakankamai uždara ir kainos pokyčiai turi didelę reikšmę, daugelis problemų rinkoje sprendžiama partnerystės pagrindu.

Didžiausi Lietuvos mažmeniniai prekybos tinklai „VP Market“, UAB „Palink“ (parduotuvės „IKI“), UAB „Norfos mažmena“ vaisius perka ir iš minėtų importuotojų ir importuojasi patys.

### 3. TYRIMO REZULTATŲ APIBENDRINIMAS

#### 3.1. Įmonių veiklos specifika

##### UAB „Samsonas“ veiklos specifika.

UAB „Samsonas“ - stabiliai auganti maisto produktų gamybos, prekybos, paskirstymo ir logistikos kompanija Lietuvoje, veiklą pradėjusi 1991 m

Šiandien įmonė yra viena didžiausių mėsos perdirbėjų Lietuvoje, turinti nuolat plečiamą „Samsono“ mažmeninės prekybos tinklą, specializuotą maisto produktų importo-eksporto terminalą bei logistikos centrą. Bendrovė teikia tarptautinių pervežimų paslaugas, užsiima didmenine prekyba vaisiais, daržovėmis ir kitais maisto produktais.

UAB „Samsonas“ – viena stambiausių bei didžiausių patirtį turinčių vaisių ir daržovių importuotojų Lietuvoje. Šia veikla įmonė užsiima nuo 1991 m. Turi tiesioginius ryšius su vaisių ir daržovių tiekėjais Europoje, savo krovininio transporto parką ir maisto produktų importo-eksporto terminalą, leidžiantį lanksčiai organizuoti prekių gavimą ir paskirstymą klientams, pasiūlyti itin platų šviežių ir kokybiškų vaisių ir daržovių asortimentą. Per metus UAB „Samsonas“ importuoja per 1500 t įvairių vaisių ir 1400 t daržovių iš Ispanijos, Italijos, Olandijos, Vokietijos, Vengrijos, Lenkijos.

Visi UAB „Samsonas“ importuojami vaisiai ir daržovės atitinka Europos Sąjungos kokybės reikalavimus. Užsienio partneriai yra vaisių ir daržovių augintojai arba augintojų ir pakuotojų atstovai, todėl visuomet garantuojama aukšta kokybė ir tinkamumas vartojimui. Importuojami produktai į Lietuvą gabenami naujais sunkvežimiais, atitinkančiais visus higienos reikalavimus bei palaikančiais vaisiams ir daržovėms būtiną mikroklimatą. Parvežta į Lietuvą produkcija sandėliuojama, rūšiuojama ir paskirstoma naujame, 2004 m. pastatytame maisto produktų importo-eksporto terminale.

UAB „Samsonas“ dalį vaisių ir daržovių perka iš Lietuvos augintojų. Didžiąją dalį šios produkcijos užima kokybės reikalavimus atitinkančios lietuviškos daržovės: bulvės, morkos, burokėliai, kopūstai ir pan. Iš vaisių ir daržovių plačiausiai superkami obuoliai. Tiriant vartotojų poreikius buvo nustatyta šių obuolių paklausa, tačiau didelę dalį kitų veislių obuolių, ypač tų kurių Lietuvoje neužauginama UAB „Samsonas“ importuoja. Importo paskirstymo grandinės aptartos sekančiame skyriuje.

##### Vaisių ir daržovių asortimentas

Tiekdamas maisto produktus įvairiems vartotojams, UAB „Samsonas“ gali pasiūlyti itin platų asortimentą – nuo egzotiškų vaisių ir daržovių iki gerai pažįstamų lietuviškų

daržovių. Įvairiais kiekiais tiekiami bananai, ananasai, apelsinai, mandarinai, citrinos, greipfrutai, kivi, kokoso riešutai, avokadų vaisiai, mangai, persikai, nektarinai, braškės, trešnės, slyvos, vynuogės, kriaušės, obuoliai. Taip pat siūlomi ir džiovinti vaisiai – razinos, slyvos, abrikosai, džiovinti obuoliai, kokoso drožlės, žemės riešutai, įvairūs džiovintų vaisių ir daržovių mišiniai

UAB „Samsonas“ dalį daržovių paruošia vartojimui. Klientams siūlomos nuvalytos, nuluptos ir net įvairiai susmulkintos ar sutarkuotos bulvės, morkos, virti ir nulupti burokėliai, rauginti arba marinuoti agurkai, rauginti kopūstai. Pagal kliento pageidavimus daržovės fasuojamos į vakuuminę pakuotę, stiklinę tarą, plastikinius kibirėlius, statines. Prekybos centrams tiekiami rauginti kopūstai polietileniniuose maišeliuose. Įvairaus tūrio stiklainiuose ir vakuuminėje pakuotėje tiekiami marinuoti burokėliai ir agurkai

UAB „Samsonas“ vaisius ir daržoves paskirsto parduotuvėms, restoranams, kavinėms, barams, picerijoms, valgykloms, viešbučiams, mokykloms, darželiams, ligoninėms bei kitoms įstaigoms. UAB „Samsonas“ dirba su didžiais prekybos centrais, produkcija aprūpina savo parduotuvių tinklą. Pagal užsakymus pageidaujamas produkcijos kiekis iš anksto atkraunamas ir paruošiamas transportavimui. Prekyba vykdoma tiek iš bendrovės sandėlių, tiek pristatant vaisius ir daržoves bei kitus maisto produktus į bet kurią Lietuvos vietą.

Didmeninė vaisių ir daržovių apyvarta šiemet sudarė 6,9 mln. litų - 2 proc. daugiau negu pernai tuo metu (6,76 mln. litų). Pernai "Samsonas" iš viso pardavė produkcijos ir suteikė paslaugų už 70,96 mln. litų, o šiemet apyvartą tikisi padidinti iki 75 mln. l

### Sandėliavimo galimybės

Europos Sąjungos reikalavimus atitinkančiuose terminalo sandėliuose ir šaldytuvuose sudarytos sąlygos laikyti maisto produktus – vaisius ir daržoves, paukštieną, mėsos, žuvies, pieno bei kitus gyvūninės ir augalinės kilmės produktus. Kompiuterizuotos šaldymo ir vėdinimo sistemos garantuoja skirtingų temperatūrų režimų palaikymą, oro vėdinimo kontrolę. Sandėlių saugumui užtikrinti naudojamos efektyvios priešgaisrinės apsaugos sistemos.

Naujasis „Samsono“ importo-eksporto terminalas talpina daugiau kaip 3000 europadėklų ir tuo pačiu metu gali priimti saugojimui iki 3000 tonų įvairių maisto produktų. Turėdamas modernią krovimo įrangą bei patyrusių krovėjų komandą terminalas operatyviai atlieka visus mechanizuoto bei rankinio krovimo darbus. Prie reguliuojamo aukščio pakrovimo-iškrovimo rampų vienu metu gali krauti penki sunkvežimiai. Terminale veikia iki 60 tonų automobilių svėrimo įranga.



Klientų patogumui taip pat teikiamos maisto produktų perkrovimo, rūšiavimo, fasavimo, ženklinimo, etikečių klijavimo paslaugos.

#### UAB „Domeina“ veiklos specifika

UAB „Domeina“ sukurta 1997m. balandžio 3 d., tai gana jauna įmonė. Ji buvo kuriama turint tikslą platinti Lietuvos žemės ūkio produkciją, iki šiol tai išliko pagrindine įmonės veiklos sritimi. Produkcija skirstoma į šiltnaminę (agurkai, pomidorai, žalumynai, salotos, paprika, baklažanai) ir lauko ( bulvės, svogūnai, burokėliai, morkos, kopūstai ir kt.).1997m. buvo pasirašyta sutartis tarp UAB „Domeina“ ir vienos didžiausių įmonių Lietuvoje gaminančios žemės ūkio produkciją (agurkai, pomidorai) VĮ „Pagirių šiltnamiai“. 1997m buvo sudaryta komercinė produkcijos tiekimo sutartis tarp UAB „Domeina“ ir ŽŪB „Žiežmarių sodai“(obuoliai), tais pačiais metais sudaryta komercijos sutartis su Kęstučiu Bružiku (bulvės, svogūnai), 1998m. buvo sudaryta sutartis ir pradėta bendradarbiauti su antra didžiausia šiltnamių įmone AB „Kietaviškių gausa“. Komercinės produkcijos sutartys su šiomis įmonėmis yra kas metai pratesiamos, tačiau pastaruoju metu sutartys tampa ilgalaikio pobūdžio.

Iš UAB „Domeina“ produkciją Vilniuje perka tokios firmos kaip UAB „EKO valda“ (RIMI), UAB „Palink“, UAB „VP Market“, UAB „Norfos mažmena“, UAB „Litbana“, UAB „Vilniaus augma“ ir kt. Firmos iš kitų miestų UAB „Augma“ Klaipėdoje, UAB „Kauno vaisiai ir daržovės“ Kaune bei filialai Alytuje ir Utenoje, UAB „Citma“ Šiauliuose, UAB „Citva“ Klaipėdoje, UAB „Citroma“ Kaune ir kitur. Įmonė produkciją taip pat eksportuoja į Latvijos bei Estijos firmas tokias kaip SIA „Baltbana LD“, SIA „TKS Balta“, SIA „JTB“, AS „Paradisiviljade“, AS „Bombona “ ir kt. Šiais metais įstojus į ES jau tiekia lietuvišką produkciją ir į Vokietijos įmonę TRE CORONE.

Beveik visiems savo klientams įmonė produkciją tiekia savo transportu – aštuoniais krovininiais automobiliais ir trimis pastoviais nuomojamais krovininiais sunkvežimiais. Įmonė pajėgi savo transportu vienos paros bėgyje pateikti nemažiau kaip 150 tonų produkcijos.

Pirmųjų įmonės veiklos metų apyvarta siekė 7254321 Lt per metus. Kas metai stengiamasi didinti pardavimų apimtį ir apyvartą. 2000m. apyvarta siekė 12357101 Lt per metus, 2001m – 18499350 Lt per metus. 2002 – 19778068 Lt , o 2003m. 27546960 Lt. Norėdama išplėsti produkcijos tiekimo servisą, įmonė įsigijo pažangią kompiuteriais valdomą pakavimo ir barkodų technologiją šių metų liepos mėnesį buvo galutinai įrengtas produkcijos pakavimo cechas, kuris randasi Vilniaus rajone Maišiagalėje. Fasavimo linijos pajėgumas aukštas, sufasuoja 4000kg atviro grunto daržovių per valandą. Fasavimo ceche dirba 20 žmonių . Įrengus atviro grunto daržovių cechą įmonė siekia išvengti sezoniškumo faktoriaus.

### 3.2. UAB „Samsonas“ pagrindinių importuojamų vaisių ir daržovių paskirstymo grandinės ir jų pasirinkimo aspektai

Visa vaisių ir daržovių paskirstymo sistema priklauso nuo sezono, atitinkamu metu importuojami skirtingi vaisiai bei daržovės ir jų rūšys. Pagrindinių UAB „Samsonas“ importuojamų vaisių ir daržovių sezoniškumo analizė pateikiama 2 lentelėje.

2 lentelė

Pagrindinių UAB „Samsonas“ importuojamų vaisių ir daržovių sezoniškumo ir importo vietų analizė

Vaisių arba daržovių pavadinimas, veislė	Pirkimo sezonas mėnesiais	Šalis iš kurios importuojama
Agurkai (ilgieji)	03-08	Olandija, Ispanija
Baklažanai	03-10	Ispanija, Olandija
Saldžioji paprika	05-10	Olandija,
Cukinija	05-10	Olandija, Lenkija
Bulvės	01-06	Olandija
Kopūstinės salotos	03-05, 10-12	Lenkija
Salotos - aisbergas	03-05, 10-12	Olandija
Petražolės, krapai	05-12	Italija
Balti ir žali salierai	05-10	Olandija, Lenkija
Gumbiniai salierai	11-03, 05,07	Olandija, Lenkija
Žiediniai kopūstai	05-10	Olandija, Prancūzija, Ispanija
Brokoliai	05-11	Olandija, Lenkija
Pekino salotos	05-02	Lenkija, Ispanija, Olandija
Morkos ryšulėliuose (su lapais ir be)	06-11	Lenkija, Belgija
Svogūnai	12-05, 09	Lenkija, Olandija, Belgija
Ridikėliai	03-09	Olandija
Porai	09-01, 03-04	Olandija, Belgija, Prancūzija
Obuoliai (Jonagold, Jongored, Golden Delicious, Glostei, Idared, Lobo)	08-10, iš sandėlių visus metus	Lenkija, Belgija, Olandija, Italija
Kriaušės (Conference)	08-10 iš sandėlių visus metus	Olandija, Belgija
Vynuogės (Viktorija, Italia, Matilda)	07-12	Italija, Graikija
Arbūzai	07-10	Vengrija, Ukraina, Ispanija
Persikai, nektarinai	05-09	Graikija
Pomidorai	10-07	Olandija, Ispanija (Kanarai) Po to iš Lietuvos
Kivi	Ištisus metus	Italija, N.Zelandija
Citrusiniai vaisiai	10-05 05-10	Ispanija, Turkija, Italija, Olandija (Afrika, Pietų Amerika)

Kadangi vaisiai ir daržovės greitai gendantis produktas, jų paskirstymas turi vykti kuo didesniu greičiau, tai atskirai priklauso nuo vaisiaus ar daržovės transportabilumo savybių. Skirtingas vaisių ir daržovių rūšis UAB „Samsonas“ importuoja iš skirtingų užsienio partnerių, todėl tinkamiausiu laikyčiau importuojamų vaisių ir daržovių paskirstymo grandinių išskirstymą pagal importuojamas šalis, aptariant kiekvienos iš jų paskirstymo ypatumus.

### Pagrindinių UAB „Samsonas“ importo partnerių paskirstymo grandinių analizė

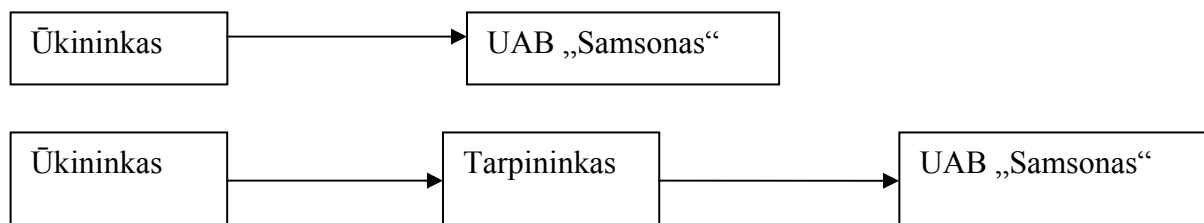
Išanalizuosime pagrindinių UAB „Samsonas“ importo partnerių paskirstymo grandines bei atliksime vietinių prekybos sąlygų, geografinės vietos ir kitų veiksnių analizę.

#### Lenkija

Tai viena pagrindinių UAB „Samsonas“ partnerių, ji yra patogiausioje geografiškai vietoje. Didžiausias Lenkijos sodų potencialas yra Varšuvos teritorijoje. Šioje šalyje užauginami vaisiai – stiprūs konkurentai Europos rinkoje. Lenkijos ūkininkų sėkmės priežastis – aukšta kokybė už priimtina kainą. Importas iš Lenkijos turi didėjimo tendenciją. Didžiausiais kiekiais iš šios valstybės importuojami: obuoliai, kriaušės, svogūnai, kopūstai, morkos.

Ypač stipri Lenkijoje prekyba obuoliais ir svogūnais ištisus metus: vasarą prekiaujama vasarinėmis, rudenį – rudeninėmis, žiemą – žieminėmis obuolių veislėmis. Išauginami aukštos kokybės svogūnai.

Paskirstymo grandinės pradinis taškas Lenkijoje gali būti tiek patys ūkininkai, tiek tarpininkai ( prekyba iš sandėlių). Ypač smulkūs ūkininkai (žr.6pav viršuje), kurie neturi savo sandėlių produkciją parduoda rudenį, o stambesni ūkininkai ir iš jų superkantys tarpininkai, kurie turi geras sandėliavimo sąlygas, vaisiais ir daržovėmis prekiauja visus metus.



6 pav. Importo iš Lenkijos paskirstymo grandinės

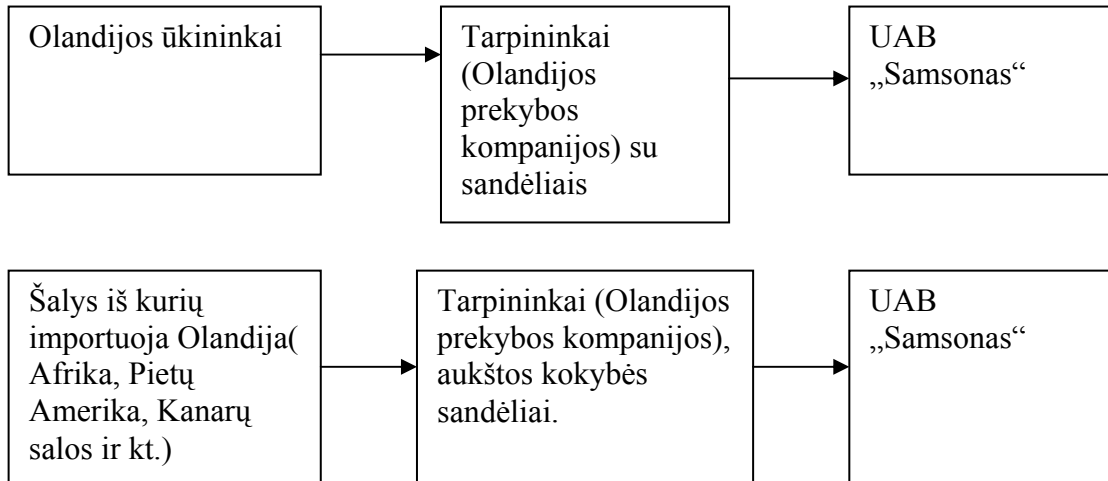
Importo trukmė apie 2d Lenkijos įmonės UAB „Samsoną“ renkami siekdamas kuo daugiau parduoti, pagrindinis aspektas - rinkos plėtra.

#### Olandija

Vienas iš pačių svarbiausių UAB „Samsonas“ partnerių. Olandija – šalis, kurioje per daugelį metų sukaupta didelė prekybos vaisiais ir daržovėmis patirtis, ji užima vienas iš lyderiaujančių pozicijų vaisių ir daržovių prekyboje Europoje ir visame pasaulyje. Geografiškai nedaug nutolusi nuo Lietuvos. Produkcijos paskirstymo sistema pačioje Olandijoje plačiai išvystyta, dalis eksportuojamos produkcijos užauginama čia, tačiau patys olandų ūkininkai eksportu neužsiima, jie savo produkciją parduoda vietiniams prekybos

tinklams ir tarpininkams, prekybos kompanijoms, kurios produkciją paskirsto eksportui į kitas šalis. Tarpininkų pozicijos šalyje labai išvystytos, tai – prekybos kompanijos, didžiausią dalį vaisių ir daržovių atsivežančios iš kitų šalių į Roterdamo uostą, tai Afrika, Pietų Amerika, Kanarų salos, Brazilija ir pan. Olandai dirba aukcionų principu, aukcionui pateiktus vaisius ir daržoves nuperka klientas, pasiūlęs didžiausią kainą.

Importo iš Olandijos paskirstymo grandinių variantai pateikiami 7 paveiksle.

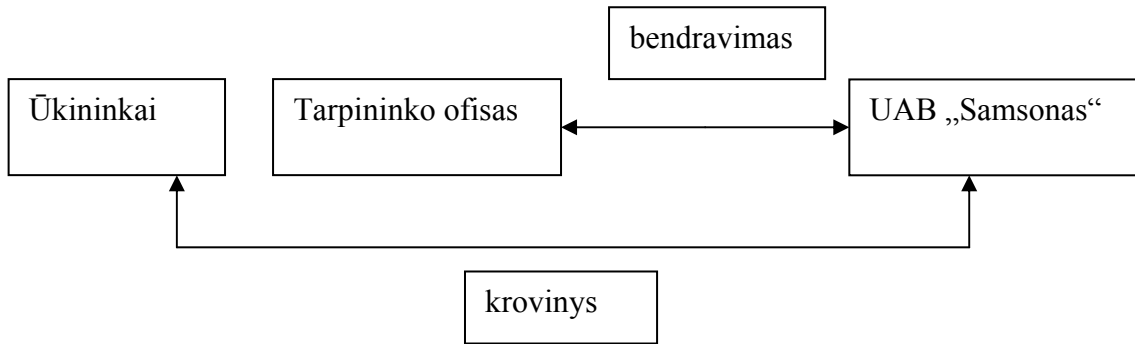


7 pav. Importo iš Olandijos paskirstymo grandinės

Olandai ieško rinkų Pabaltijo šalyse, plečiasi į rytus su UAB „Samsonu“ konkrečias Olandijos firmas sieja ilgalaikiai prekybiniai ryšiai.

### Ispanija

Tai šalis, išsiskirianti ypač geromis klimatinėmis sąlygomis citrusinių vaisių, nektarinių, pomidorų, agurkų ir kt. vaisių bei daržovių auginimui. Yra trys pagrindiniai regionai, su kuriais dirba UAB „Samsonas“, užsiimantys skirtingų vaisių ir daržovių auginimu tai: Valencija – citrusiniai vaisiai, Mursija – citrusiniai vaisiai ir Almerija – pomidorai. Ispanijoje tarpininkai atlieka tik tarpininkavimo be nuosavybės teisių funkcijas. Jie produkcijos neįsigyja, neturi savo sandėlių, tik suranda ūkininkui klientą ir už šią paslaugą gauna atitinkamą mokestį. Taigi UAB „Samsonas“ kraunasi produkciją tiesiai iš ūkininko, o atsiskaito už ją tarpininkui, kuris paskui atitinkamai atsiskaito su ūkininku. (žr. 8 pav.)

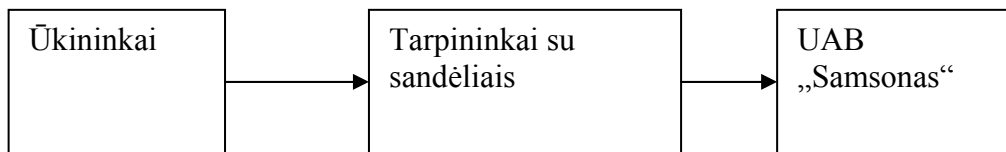


8 pav. UAB „Samsonas“ importo iš Ispanijos paskirstymo grandinė

### Italija

UAB „Samsonas“ importuoja iš pietų ir šiaurės Italijos. Iš pietų Italijos importuoja: vynuoges ir citrusinius vaisius. Pietų Italijoje dirbama su dviem įmonėmis, turinčiomis savo sandėlius. Iš šiaurės Italijos importuojami obuoliai, persikai, nekarinai.

Šioje šalyje tarpininkai perka produkciją iš ūkininkų, turi savo sandėlius. UAB „Samsonas“ bendrauja tik su tarpininkais (prekybos kompanijomis). (žr. 9 pav.)

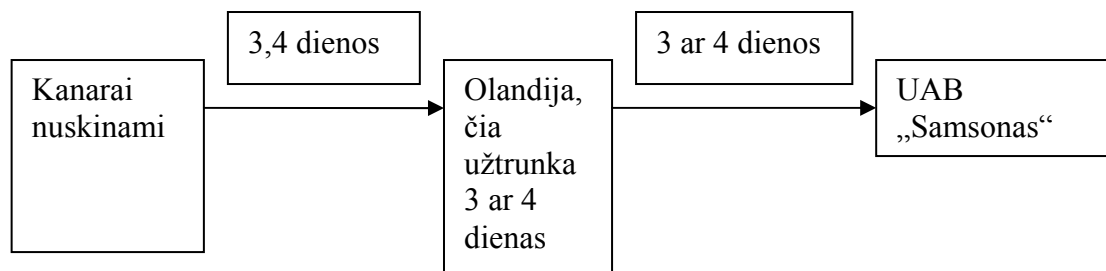


9 pav. UAB „Samsonas“ importo iš Italijos paskirstymo grandinė

Tai buvo pagrindinės valstybės, iš kurių UAB „Samsonas“ didžiausiais kiekiais vykdo importą, tačiau įmonė prekiauja ir su kitomis valstybėmis, tokiomis kaip Prancūzija, Belgija, Graikija, Ukraina, Turkija, Vengrija ir kt. Jose paskirstymo grandinių struktūra panaši, vykdoma dažniausiai per tarpininkus, o tarpininkai superka iš ūkininkų. Pagrindinės priežastys, dėl ko šios įmonės pasirenka UAB „Samsoną“ savo paskirstymo grandinėje yra įmonės logistinės galimybės, seni prekybiniai ryšiai, platina savo produkciją, ieško rinkų Baltijos šalyse.

Kaip jau minėjau vaisių ir daržovių paskirstymo grandinės parinkimui labai svarbus laiko tarpas nuo užsakymo iki vaisių ir daržovių pristatymo į įmonės sandėlį. Ypač tai aktualu greitai gendantiems vaisiams ir daržovėms, tokiems kaip: paprikos, pomidorai, agurkai, salotos, bananai.

Kaip pavyzdį panagrinėkime pomidorų kelią iš Kanarų salų per Olandiją į Lietuvą laiko tarpą nuo jų nuskinimo. Tai pavaizduota 10 paveiksle.



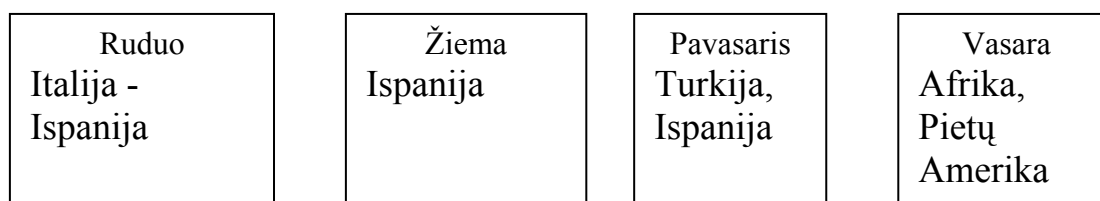
10 pav. Pomidorų iš Kanarų kelias į UAB „Samsoną“

Kaip matome, iš 8 pav. paskirstymas užtrunka nepilnai 2 savaites. Kiekvienos įmonės uždavinys, sutrumpinti paskirstymo grandinę, padidinti jos greitį, todėl dažnai pasirenkamos geografiškai artimesnės šalys, kuriose auginama reikalinga produkcija. Įvertinami kiti veiksniai.

#### Paskirstymas pagal vaisių rūšis

Vaisių ir daržovių paskirstymo grandinė keičiasi priklausomai nuo sezono. Vieni vaisiai bei daržovės importuojami ištisus metus, pvz. citrusiniai vaisiai (apelsinai, mandarinai, citrinos, greipfrutai), sėklavaisiai, o kiti kiekvienu sezonu gabenami iš tos valstybės, kurioje tuo metų laiku imamas derlius ir ten parduodami pigiausiai.

11 paveiksle pateikiamas citrusinių vaisių importas priklausomai nuo sezono.



11 pav. Citrusinių vaisių importo priklausomybė nuo sezono

Priklausomi nuo sezono vaisiai ar daržovės importuojami tik tam tikru metų laiku, juos taip pat dar galima skirstyti į ilgo ir trumpo sezoniškumo, ilgo sezoniškumo yra dauguma vaisių ir daržovių kurių importas užtrunka ilgiau nei kelis mėnesius (žiūrėti 4 lentelę) ir trumpo, kurių importas trumpesnis nei 2 mėnesiai (pvz. ridikėliai).

UAB „Samsonas“ importo apimtys

Kaip minėta, UAB „Samsonas“ importuoja daugumą Lietuvos rinkoje prekiaujamų vaisių ir daržovių bei jų rūšių. Apie įmonės importo apimtį galima spręsti iš 3 lentelės, kurioje pateikiamos vienos savaitės importo apimtys kaip pavyzdys pateikiama Lenkija.

3 lentelė

Importo iš Lenkijos apimtys savaitės laikotarpyje

Vaisių ir daržovių pavadinimas	Importo apimtys per savaitę, t
Obuoliai	20-40
Morkos	60
Burokėliai	60
Bulvės	60
Svogūnai	20

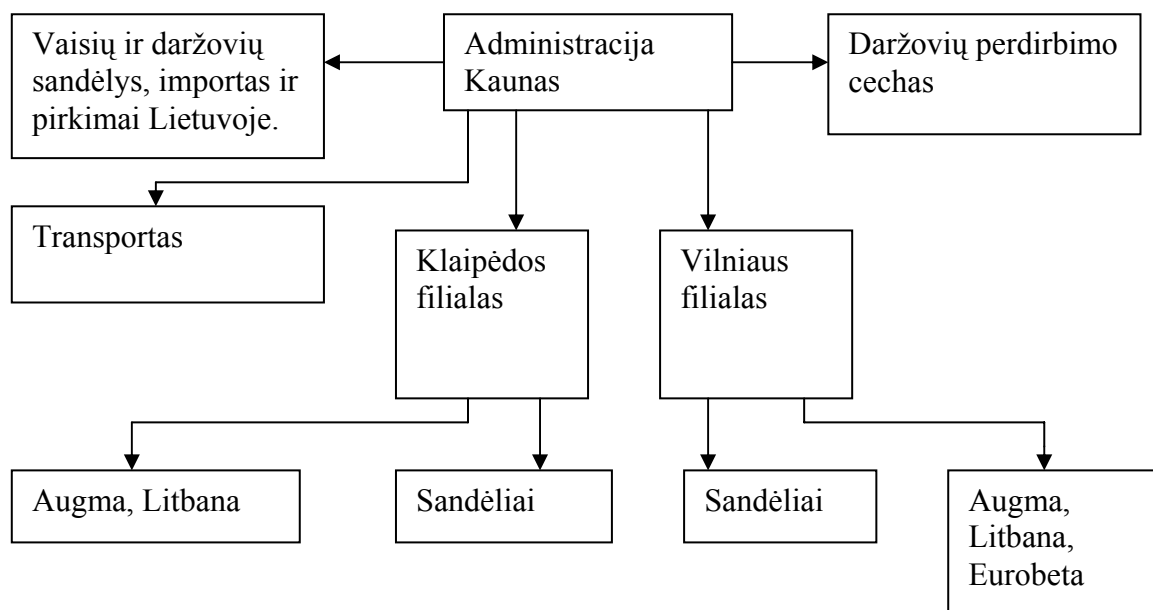
### 3.3. UAB „Samsonas“ ir UAB „Domeina“ vaisių ir daržovių paskirstymo grandinės Lietuvos rinkoje

UAB „Samsonas“ vaisių ir daržovių paskirstymo strategijos Lietuvos rinkoje.

Norint išanalizuoti UAB „Samsonas“ vaisių ir daržovių paskirstymo strategiją Lietuvos rinkoje pirmiausiai išnagrinėsime įmonės valdymo schemą, paskirstymo grandinę, aptarsime jos dalyvius, išanalizuosime užsakymo pristatymo schemą, sandėliavimo ir prekybos sąlygas.

Nagrinėjama įmonė UAB „Samsonas“ užsiima didmenine ir mažmenine prekyba Lietuvos rinkoje, įmonė turi du filialus Vilniuje ir Klaipėdoje, kurie taip pat vykdo didmeninę ir mažmeninę prekybą bei turi savo sandėlius. Centrinis įmonės sandėlys iš kurio prasideda vaisių ir daržovių paskirstymas yra Kaune prie pat įmonės ofiso. Sandėlis turi skirtingos temperatūros patalpas, pritaikytas įvairiems vaisiams ir daržovėms bei atkrovimo sandėlį. Prie pat įmonės ofiso ir centrinio sandėlio yra daržovių perdirbimo cechas, kur raugiami kopūstai ir agurkai, verdami burokėliai, valomos bulvės.

Visa įmonės valdymo schema pavaizduota 12 paveiksle.

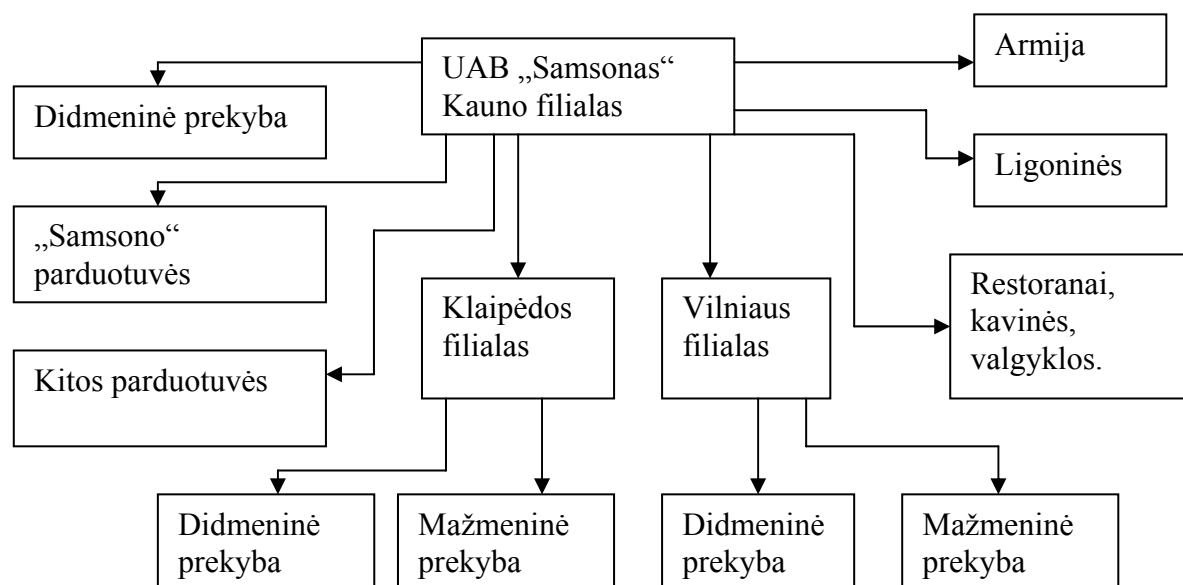


12 pav. UAB „Samsonas“ įmonės valdymo schema

Kaip matome iš paveikslėlio, pagrindinis valdymo organas UAB „Samsonas“ administracija Kaune, kuri valdo du įmonės filialus, pagrindinį sandėlį, transportą ir daržovių perdirbimo cechą.

Įmonės paskirstymas vykdomas iš centrinio sandėlio Kaune. Sekančiame paveikslėlyje (13 pav.) pateikiama šio paskirstymo grandinė. Paveikslėlyje pavaizduota didmeninę prekybą sudaro: užsienio įmonės eksportuojančios vaisius ir daržoves iš UAB „Samsono“, tarpininkai Lietuvoje (tokie kaip urmo bazė ir kt.) bei pačios mažmeninės nepriklausomos parduotuvės. Speciali paskirstymo sistema taikoma instituciniams pirkėjams, tokiems kaip armija, ligoninės, kad prekiauti šiose įstaigose, reikia laimėti konkursą ir įsipareigoti tiekti atitinkamus vaisius ir daržoves už sutartą kainą ištisus metus, privalumas tame, kad laimėjus konkursą turimas pastovus pirkėjas ištisus metus, tačiau kainos nelankstumas, neprisitaikymas prie rinkos sąlygų kartais būna nuostolingas. Pastovūs klientai – firminės „Samsono“ parduotuvės. Į apibūdinimą „kitos parduotuvės“ įeina mažmeniniai prekybos tinklai: „Šilas“, „Pliusas“, „Taupyk“ ir pan., su kuriais yra sudarytos sutartys ilgalaikiam tiekimui, tačiau užsakymai priklauso nuo rinkos kainos, produkto kokybės, pvz. jei kitas vaisių ir daržovių tiekėjas pasiūlys šiems mažmenininkams geresnę kainą ir kokybę, šios parduotuvės produkciją pirs iš jų. Todėl UAB „Samsonas“ specialistai nuolat tiria rinkas, ieško naujų tiekėjų, kad galėtų pasiūlyti savo klientams palankias kainas ir aukštą kokybę. Kiti klientai - maitinimo įstaigos, jas sudaro: restoranai, kavinės, valgyklos (mokyklų ir darželių). Su maitinimo įstaigomis taip pat dirbama pagal sutartis, panašiai kaip su mažmeniniais prekybos tinklais, klientą maitinimo įstaigos gali pasirinkti pagal jo pasiūlytą kainą ir kokybę.



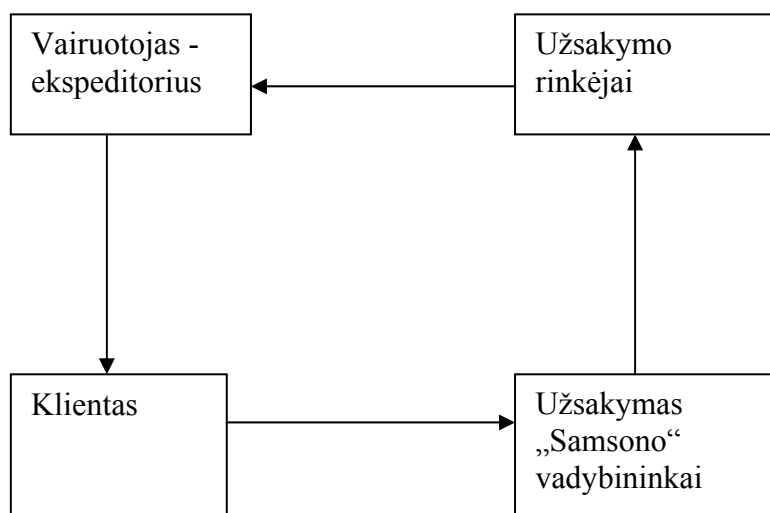


13 pav. UAB „Samsonas“ vaisių ir daržovių paskirstymo schema Lietuvos rinkoje

Taigi apibendrinant UAB „Samsonas“ vaisių ir daržovių paskirstymą Lietuvos rinkoje matome, kad vyksta labai didelė konkurencinė kova dviejų pagrindinių veiksnių kainos ir kokybės srityje. Kaip ir visoje rinkoje didmenininkams taikomos didesnės nuolaidos, mažmeniniams taškams pristatoma tiesiogiai į parduotuves, tai atlieka vairuotojai – ekspeditoriai, kurie kaip ir vadybininkai, besirūpinantys mažmenine prekyba pasiskirstę rinką rajonais.

Panagrinėkime vaisių ir daržovių paskirstymo grandinę giliau. 14 paveikslėlyje pateikiama vaisių ir daržovių užsakymo pristatymo schema.

Iš šios schemos matome, kad pirmiausiai klientas pateikia užsakymą, kurį telefonu priima su šiuo klientu dirbantis vadybininkas, jis pilną užsakymą perduoda surinkėjams, kurie sukrauna jį vairuotojui – ekspeditoriui, UAB „Samsonas“ Kaune turi 6 vairuotojus – ekspeditorius, jie užsakymą pristato klientui.



14 pav. Užsakymo pristatymo schema

#### UAB „Domeina“ vaisių ir daržovių paskirstymo grandinė.

Kadangi UAB „Domeina“ prekiauja tik lietuviškais vaisiais ir daržovėmis, o UAB „Samsonas“ ir lietuviškomis ir importuojamomis, įmones palyginti gana sunku, nes skiriasi jų veikos specifika. Panagrinėkime UAB „Domeina“ produkcijos paskirstymo grandinę, ji pavaizduota. (žr. 13 pav.)

Kaip jau minėta produkciją įmonė perka iš stambių augintojų (nuo 100t. produkcijos per metus), šiltnamių : „Kietaviškių gausa“ (100proc. produkcija), „Kauno šiltnamiai“ (100proc. produkcija), „Dambrovos šiltnamiai“ (apie 10proc), „Neveronių šiltnamiai“ (apie 30 proc. produkcijos) bei sodų : „Žiežmarių sodai“, „Naradava“ (obuoliai, kriaušės, slyvos).

#### Asortimentas

1. Pagrindinės superkamų *obuolių* veislės: „Auksis“, „Lobo“, „Noris“, „Cartcand“, „Štaris“, „Bogatyra“ ir alyviniai bei antaniniai.

2. Įmonė plačiai prekiauja *šiltaminėmis daržovėmis*: žalumynais (prasideda naujas derlius vasario viduryje, prekiaujama beveik ištisus metus), agurkais (iki liepos mėn. ilgavaisiais, vėliau trumpavaisiais ir žieminiiais agurkais), pomidorais (kovo pb. – balandžio pr. iki lapkričio mėnesio)

3. *Laiko daržovėmis*: bulvės, svogūnai, burokėliai, morkos, kopūstai ir kt. (prekiaujama ištisus metus, kol yra atsargų, naujas derlius prasideda gegužės, birželio pabaigoje).

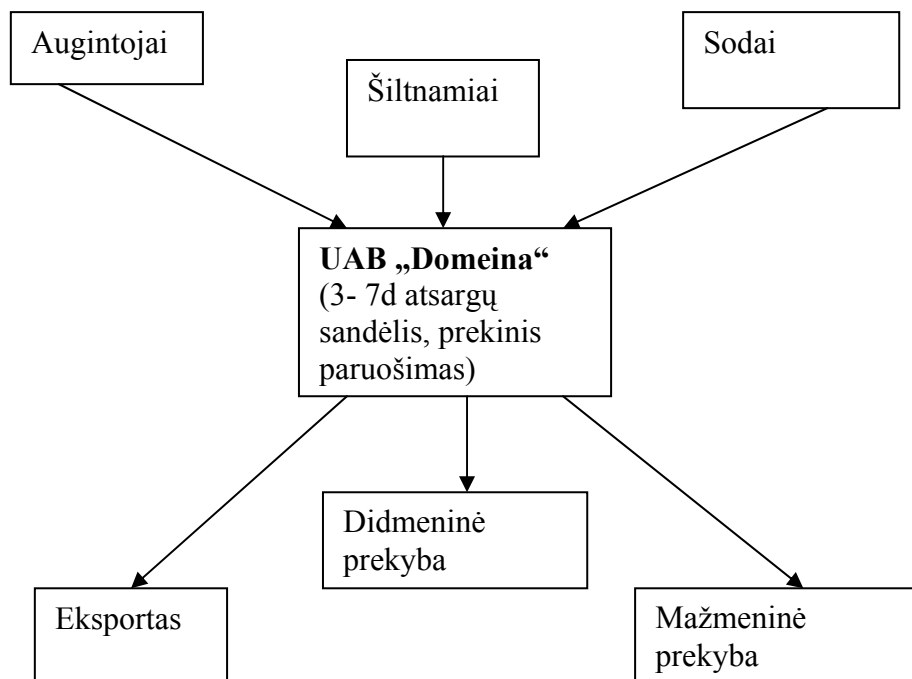
#### Apimtys

Prekybos apimtys sudaro apie 15 000 tonų vaisių ir daržovių per metus, iš jų :

Lauko daržovių – 5000 t.;

Šiltnaminių – 6000 – 8000 – 9000 t.;

Sodai – 1000 t.

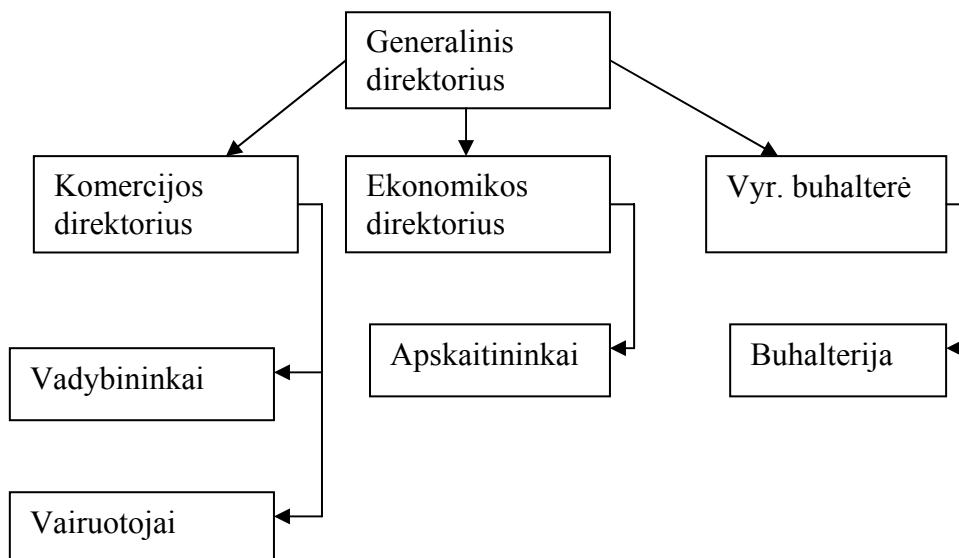


15 pav. UAB „Domeina“ vaisių ir daržovių paskirstymo grandinė

Kaip matosi iš paveikslėlio įmonė superka produkciją iš augintojų, šiltnamių ir sodų, gali pas save iki savaitės laiko sandėliuoti, atlikti prekinį paruošimą, tačiau dažniausiai iš pačių augintojų pagal užsakymus paskirstoma didmeninei, mažmeninei prekybai, bei eksportui. Didžiausia dalis eksportuojama į Latviją apie 15% visos produkcijos dalies, 5% į Estiją ir šeis metais pradėta dirbti su Vokietija, ten eksportuojama apie 3% visos produkcijos.

Pradedant veiklą pagrindinė įmonės paskirstymo strategija buvo – supirkti iš gamintojų labai stambiai ir vežti tik į didmeninę prekybą, laikui bėgant, atsirandant stambiams mažmeniniams prekybos tinklams, ši strategija kito, dabar įmonė savo produkciją parduoda didmeninėje ir mažmeninėje prekyboje.

Įmonės valdymo schema pateikta 16 paveiksle.



16 pav. UAB „Domeina“ įmonės valdymo schema

Užsakymus įmonėje dažniausiai priima vadybininkai, sudėlioja vairuotojų maršrutus pagal užsakymus ir perduoda jį vairuotojams, kuris paima prekes iš augintojo ir pristato užsakovui, jeigu nereikalingas prekinis paruošimas, jei paruošimas reikalingas, prekės pristatomos į 3-7 dienų sandėlį, kur paruošiamos ir tada pristatoma užsakovui. Toks užsakymo atlikimas, kai produkcija paimama tiesiogiai iš gamintojo sandėlių sumažina transportavimo ir iškrovimo sąnaudas bei sutrumpina užsakymo atlikimo laiką.

Pagrindinės priežastys, dėl ko gamintojai renkasi UAB „Domeina“;

- jos užimamo rinkos dydžio, ji viena stambiausių lietuviškų vaisių ir daržoves platinančių įmonių;
- patikimumo, mokėjimų koregavimas, kreditavimas;
- perka platų asortimentą;
- turi savo sandėlį, pakavimo liniją;
- įmonė nuolat tobulina prekės pristatymą, įpakavimą, organizuoja akcijas.

Atlikus tyrimą nustatyta, kad pagrindiniai paskirstymo grandinės formavimą įtakojantys veiksniai yra vaisių ir daržovių gendamas, bei sezoniškumas, rinkos geografija, augintojo patikimumas, rinkodaros strategija, ir siūlomos sąlygos bei tarpininko galimybės.

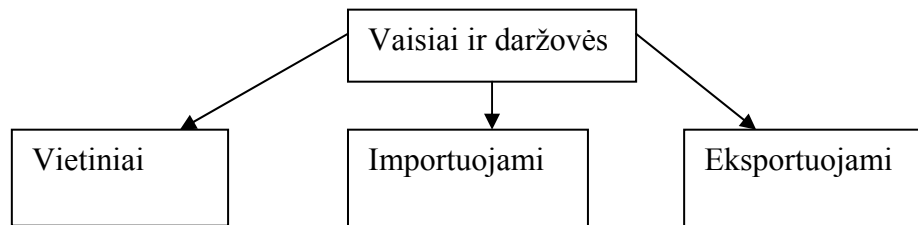
### 3.4. Paskirstymo grandinės formavimo modelis

Kaip jau minėta darbe vaisių ir daržovių paskirstymo grandinė formuojama iš tarpininko pozicijų.

Atlikus tyrimą buvo išskirti ir sureitinguoti pagrindiniai vaisių ir daržovių paskirstymo formavimą įtakojantys veiksniai:

1. Rinkos savybės;
2. Prekės savybės;
3. Įmonės savybės.

1. **Rinkos savybės** . Pagal rinkos savybes vaisiai ir daržovės skirstomos į (žr. 17 pav.)



17 pav. Vaisių ir daržovių skirstymas pagal rinkos savybes

Šie veiksniai tiesiogiai įtakoja veiklos apimtį. Vietinių produktų paskirstymo grandinė bus trumpesnė, tiekimo apimtys mažesnės negu įvežamų ir išvežamų vaisių ir daržovių grandinės. Importo ir eksporto apimtys taip pat skiriasi, kaip buvo minėta ištyrus rinkos situaciją, nustatyta, kad importo apimtys Lietuvoje gerokai viršija eksportą. (žr. 6pav.).

2. Pagrindinės tiriamų **prekių** - vaisių ir daržovių **savybės**: gendamumas, sezoniškumas, transportabilumas, naujumas. (žr. 15 pav.). Pagal *gendamumą* vaisiai ir daržovės skirstomos į:

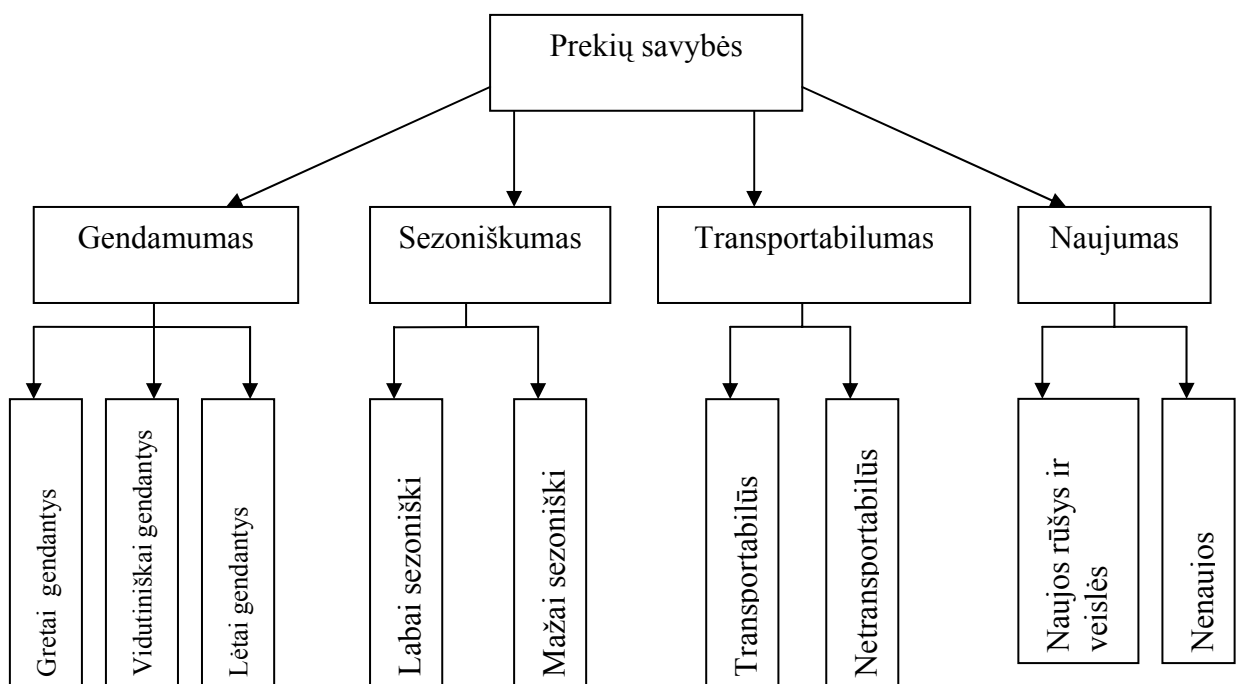
- greitai gendančius: salotos, uogos, bananai, pomidorai, paprikos, kaulavaisiai ir kt;
- vidutiniškai gendantys: citrusiniai, agurkai, ridikėliai, baklažanai, petražolės, žiediniai kopūstai, brokoliai ir kt.;
- lėtai gendantys: lauko daržovės, sėklavaisiai.

*Sezoniškumas* suskirstytas atsižvelgiant į vaisių ir daržovių pasiūlą ne sezono metu. Jie skirstomi į :

- labai sezoniškus yra beveik visos uogos, išskyrus braškes, kurios jau pradėtos auginti šiltnamiuose, rabarbarai ir kt. šiltnamiuose neauginami vaisiai ir daržovės;
- mažai sezoniškus: dauguma plačiai vartojamų vaisių ir daržovių.

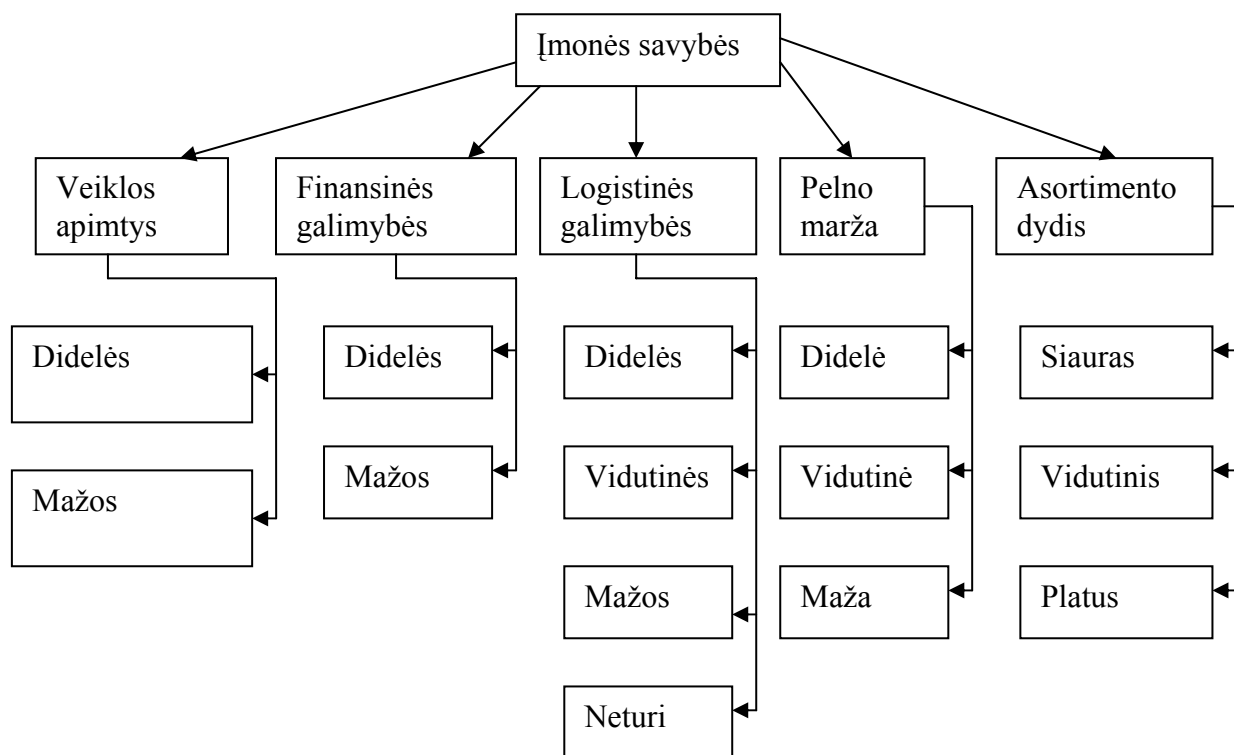
*Transportabilumas*, tai vaisių ir daržovių išsilaikymas juos transportuojant, ypač netransportabilios yra uogos, pomidorai, kivi, salotos, bananai ir kt. vaisiai bei daržovės.

*Naujumas*. Vaisiai ir daržovės kaip ir visa žemės ūkio produkcija, nuolat tobulinama, išrandamos naujos veislės su geresnėmis savybėmis, į Lietuvą įvežamos vis naujos, nematytos vaisių bei daržovių rūšys naujų prekių paskirstymas pradžioje bus ne toks intensyvus kaip žinomų ir plačiai paplitusių vaisių bei daržovių.



18 pav. Prekės veiksnių išskyrimas

3. Paskirstymo grandinės formavimą įtakojančios **įmonės savybės**: veiklos apimtys, finansinės ir logistinės galimybės, pelno marža, asortimento dydis. Pagal veiklos apimtį tarpininkas gali būti didelis arba mažas didmenininkas, importuotojas ir eksportuotojas, ta pati įmonė gali turėti kelias veiklos kryptis. Įmonės finansinės galimybės yra arba geros arba blogos, priklauso nuo finansinės būklės. Logistinės galimybės, sudaro sandėliai ir transportas, įmonė arba turi savo nuosavybę arba nomuoja šiuos įrengimus. Pelno marža – skirtumas tarp pardavimo ir pirkimo kainos. Asortimento dydis kaip ir pelno marža dažniausiai priklauso nuo įmonės dydžio, jis būna: platus, vidutinis arba siauras.



19 pav. Įmonės veiksmų išskyrimas.

19 paveiksle pavaizduotos įmonės veiksmų grupės skiriasi atskiroms įmonių rūšims, 6 lentelėje pateikiama paskirstymo grandinės veiksmų analizė atskiroms įmonių rūšims.

4 lentelė

Grandinės dalyvių įtakos veiksmų analizė

Įmonių rūšys	Veiklos apimtys	Finansinės galimybės	Logistikos galimybės	Pelno marža	Asortimento dydis
Eksportuotojas	didelės	didelės	didelės	maža	siauras
Importuotojas	didelės	didelės	didelės	maža	siauras
Didelis didmenininkas	didelės	didelės	nedidelės	maža	siauras
Mažas didmenininkas	mažos	mažos	mažos	vidutinė	vidutinis
Individualus mažmenininkas	mažos	mažos	neturi	didelė	platus
Mažmeninis tinklas	didelės	didelės	didelės	didelė	labai platus

Eksportuotojams, importuotojams ir dideliems didmenininkams būdingos didelės veiklos apimtys, finansinės ir logistinės galimybės, jų asortimentas siauras, su nedidele pelno marža, veiklos apimtys priklauso nuo parduodamos produkcijos kiekio. Mažiams didmenininkams būdingos nedidelės veiklos apimtys ir finansinės galimybės, logistika dažnai būna minimali, sandėliai ir transportas nomuojami, būdinga vidutinė pelno marža (tai įmonių rūšis sukurianti daugiausiai pridėtinės vertės paskirstymo grandinėje, išskyrus mažmenininkus).

Tikslinga mažmenininkus skirstyti į individualius mažmenininkus ir mažmeninius tinklus, nes skiriasi jų įtakos veiksniai. Individualių mažmenininkų galimybės žymiai siauresnės, negu tinklų. Tinklams būdingos didelės apimtys, platus asortimentas, transporto bazė bei kaip ir visiems mažmenininkams didelė pelno marža. Išvardintos įmonių savybės labai įtakoja paskirstymo grandinės formavimą. Toliau pateikiamas paskirstymo grandinės formavimo vaisių ir daržovių prekyboje modelis.

5 lentelė

Paskirstymo grandinės formavimo vaisių ir daržovių prekyboje modelis

Vaisių ir daržovių rūšys	Lauko daržovės			Šiltnaminės daržovės			Citrusiniai vaisiai			Egzotiniai vaisiai		
	Dn	Ef	Re	Dn	Ef	Re	Dn	Ef	Re	Dn	Ef	Re
Paskirstymo grandinė	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
Gamintojas	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
Eksportuotojas							x	x	x	x	x	x
Importuotojas				x	x		x			x		
Didelis didmenininkas	x			x			x	x		x	x	
Mažas didmenininkas				x			x			x		
Mažmenininkas	x		x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
Vartotojas	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
Poveikis vartotojui												
Kaina	d	m	m	d	v	m	d	d	m	d	v	m
Kokybė	ne	iš	iš	sm	iš	iš	sm	iš	iš	sm	iš	iš
Patogi vieta pirkti	p	n	p	p	p	p	p	p	p	p	p	p

Vaisių ir daržovių rūšys	Uogos			Kaulavaisiai			Sėklavaisiai		
	Dn	Ef	Re	Dn	Ef	Re	Dn	Ef	Re
Paskirstymo grandinė	x	x	x	x	x	x	x	x	x
Gamintojas	x	x	x	x	x	x	x	x	x
Eksportuotojas									
Importuotojas							x	x	x
Didelis didmenininkas	x			x		x	x		x
Mažas didmenininkas	x			x			x		
Mažmenininkas	x		x	x		x	x	x	x
Vartotojas	x	x	x	x	x	x	x	x	x
Poveikis vartotojui									
Kaina	v	m	m	v	m	m	d	m	m
Kokybė	ne	iš	iš	iš	iš	iš	ne	iš	iš
Patogi vieta pirkti	p	n	p	p	n	p	p	n	p

Paaškinimai: Dn – dažniausiai naudojama paskirstymo grandinė;

Ef – efektyviausia paskirstymo grandinė;

Re – rekomenduojama paskirstymo grandinė;

d – didelė kaina, m – maža kaina, v – vidutinė kaina;

ne – neutrali kokybė, iš – kokybė išlaikoma, sm – kokybė sumažėja;

p – patogi vieta pirkti, n – nepatogi vieta pirkti.



*Lauko daržovių* grandinė yra trumpiausia, nes šias daržoves dažniausiai pats gamintojas tiekia mažmenininkui, importuojamas lauko daržoves, importuotojas paskirsto į mažmeninę prekybą. Didžiausios lauko daržovių importo apimtys pavasarį, o kai kurios iš jų importuojamos ištisus metus (svogūnai, morkos). Efektyviausia grandinė iš gamintojo tiesiogiai vartotojui kainos ir kokybės atžvilgiu, tik tokiu būdu nebus išvystytos didelės apimtys ir gamintojas taip nepaskirstys produkcijos kaip mažmenininkas, tuo labiau, kad lauko daržovės, sunkiausios tiriamoje produktų grupėje. Todėl rekomenduojama iš gamintojo, paskirstymas tiesiai į mažmeninius taškus, tada išlaikomas gėliausias kainos, kokybės ir vietos patogumo santykis.

*Šiltnaminės daržovės* dažniausiai importuojamos ir intensyviai paskirstomos, tačiau tokia seka sumažina greitai gendančių šiltnaminių daržovių kokybę ir padidina jų kainą, efektyviausiai atsižvelgiant į gendamumą būtų trumpiausia grandinė per importuotoją mažmenininkui, tai efektyvu ir vietos patogumo atžvilgiu, nes šiltnaminės daržovės plačiai vartojamos. Kad paskirstymo grandinę padaryti dar efektyvesnę, rekomenduojama lietuviška šiltnaminė produkcija apeinant importą.

*Citrusiniai vaisiai* dažniausiai pereina ilgą paskirstymo grandinę, kuri sumažina jų kokybę ir padidina kainą, efektyviausias paskirstymas, jiems kaip plačiai vartojamiems vasiams, būtų per didelį didmenininką, taip paskirstymas iš lieka efektyvus ir išlaikoma kokybė, tačiau kainą vis dar išlieka pakankamai aukšta, norint sumažinti kainą ir nepakenkti vietos patogumui bei kokybei, rekomenduojama mažmeniniu tinklui pirkti vaisius tiesiai iš eksportuotojo (šia paskirstymo grandine naudoja „Rimi“ prekybos tinklas pirkdamas citrusinius ir egzotinius bei kt. vaisius iš UAB „Litbana“).

*Egzotiniai vaisiai* kaip ir citrusiniai turi ilgą paskirstymo grandinę, kadangi vartojimo ir gamybos vieta geografiškai labai nutolusi, rekomenduojama panaši grandinė kaip ir citrusiniams vaisiams, tiesiai iš eksportuotojo.

*Uogos* sezono metu intensyviai paskirstomos, dažniausiai naudojama pakankamai ilga paskirstymo grandinė, tai mažina jų kokybę (jos labai greitai gendančios) ir pakelia kainą. Efektyviausia kokybės ir kainos atžvilgiu grandinė būtų iš gamintojo tiesiai vartotojui, tačiau tai stabdo gamybines apimtis ir paskirstymas nėra intensyvus, todėl rekomenduojama uogas iš gamintojo paskirstyti mažmeniniams taškams, taip gaunamas optimaliausias kainos, kokybės ir vietos patogumo santykis.

Dažniausiai naudojama paskirstymo grandinė *kaulavaisiams* taip pat yra pakankamai ilga, nors jie mažiau gendantys nei uogos ir kokybę išsilaiko gerai, tačiau tokia grandinė didina kainą, taip pat efektyviausia kainos ir kokybės atžvilgiu tiesioginė grandinė, bet tokioje grandinėje gamintojas nepajėgia pilnai patenkinti vartotojų poreikių ir patiekti kaulavaisių į

visas vartotojams patogias prekybos vietas, todėl rekomenduojama grandinė per mažmenininką, o sezono metu, kad plačiau paskirstyti ir išvystyti didesnes gamybos apimtis per didelį didmenininką.

Didelė dalis *sėklavaisių* užauginama Lietuvoje, tačiau dar didesnę jų dalis importuojama, ypač ne sezono metu, pavasarį, kai šių vaisių atsargos baigiasi, jie plačiai vartojami, todėl paskirstomi intensyviai, tai didina sėklavaisių kainą. Efektyviausia būtų iš importuotojo paskirstyti tiesiogiai mažmenininkui tiek kainos tiek ir kokybės atžvilgiu, tačiau paskirstant per didelį didmenininką plačiai naudojami sėklavaisiai bus intensyviau paskirstomi ir tai padidins jų pardavimo apimtis, o kainai atsilies nežymiai.

Sudarytas vaisių ir daržovių paskirstymo grandinės formavimo modelis padės pasirinkti efektyviausią produktų paskirstymo tarp gamintojo ir vartotojo grandinę, kurią gali naudoti tiek prekybininkai tiek ir gamintojai, siekdami savo įmonės tikslų. Pagal šį modelį tarpininkai gali nustatyti savo vietą paskirstymo grandinėje ir ją tobulinti atsižvelgiant į aukščiau aptartas įmonės savybes: veiklos apimtis, finansines ir logistines galimybes, asortimentą ir pelno maržą, suderinant šiuos veiksnius su patogumu vartotojui.

## IŠVADOS

1. Atlikus paskirstymo proceso, jo etapų analizę, remiantis įvairių užsienio ir Lietuvos mokslininkų nuomonėmis nustatyta, kad autoriai atkreipia dėmesį į skirtingus paskirstymo grandinės formavimo veiksnius išskiria skirtingas jų grupes.
2. Atlikus tyrimą, nustatyta, kad pagrindiniai paskirstymo grandinės formavimą įtakojantys veiksniai yra vaisių ir daržovių gendamumas, bei sezoniškumas, rinkos geografija, augintojo patikimumas, rinkodaros strategija, ir siūlomos sąlygos bei tarpininko galimybės.
3. Išanalizavus vaisių ir daržovių rinką nustatyta, kad paskirstymo grandinės formavimo įtaką tikslinga skirstyti į prekės, įmonės ir rinkos į kurią pateikiamos prekės veiksnius. Išskirti svarbiausi prekės veiksniai: gendamumas, transportabilumas, sezoniškumas ir naujumas, įmonės veiksniai: veiklos apimtys, finansinės galimybės, logistinės galimybės, pelno marža, asortimento dydis ir rinkos veiksniai: vietinė, importo, eksporto.
4. Sudarytas vaisių ir daržovių paskirstymo grandinės formavimo modelis padės pasirinkti efektyviausią produktų paskirstymo grandinę tarp gamintojo ir vartotojo, kurią gali naudoti tiek prekybininkai tiek ir gamintojai, siekdami savo įmonės tikslų.
5. Atlikus tyrimą nustatyta, kad svarbiausi vartotojų keliami reikalavimai vaisiams ir daržovėms yra jų kaina, kokybė bei vietos pirkti patogumas, parengtame modelyje atkreipiamas didelis dėmesys į šiuos veiksnius, jis pritaikytas maksimaliam vartotojų poreikių tenkinimui.

**LITERATŪRA**

1. Agro RINKA. Oficialus informacinis statistinis leidinys Nr.4 (20), 2005m vasario mėn. 28d 21-24p
2. Auruškevičienė V. Strateginio planavimo problemos ir jų sprendimo rekomendacijos. Lietuvos mokslas ir pramonė. Ekonomika ir vadyba. Tarptautinės konferencijos pranešimų medžiaga. Kauno technologijos universitetas.1999, 21-23p.
3. Aušrevičius P., Pypkevičius D., Treigienė D. Šiuolaikinių ekonomikos terminų enciklopedinis žodynas. – Vilnius: Lietuvos laisvosios rinkos institutas.1991.
4. Balčiūnienė I. Prekių atsargų modelis. Lietuvos mokslas ir pramonė. Ekonomika ir vadyba. Tarptautinės konferencijos pranešimų medžiaga. Kauno technologijos universitetas,1999, 35-37p.
5. Barkauskienė Z. Daržininkystės plėtra Lietuvai integruojantis į Europos Sąjungą. Lietuvos agropanorama 2000, 2000
6. Čaplikas V. Prekybos logistika. Vilniaus universiteto leidykla, Vilnius 1997.
7. Daržovių, uogų, gėlių ir vaisių ūkio problemos Lietuvoje ir jų sprendimo keliai. Lietuvos agro panorama 2000 forumas, informacinis leidinys, akademija, 2000.
8. Daukantas A. Logistinės sistemos įtaka įmonės veiklai. Ekonomika ir vadyba, aktualijos ir metodologija. Tarptautinė konferencijos pranešimų medžiaga. Kauno technologijos universitetas, 2000 120-121p.
9. Garalis A.. Logistikos terminų aiškinamasis žodynas. VšĮ Šiaulių universiteto leidykla, 2003m
10. Gudonavičienė R., Bučiūnienė I. Prekių paskirstymas. - Kaunas: Technologija, 2003.
11. Неруц, Ю.М. Коммерческая логтика. М.: БиБ, ЮНИТИ, 1997.270с.
12. <http://www.augma.lt> (2005 03 15)
13. <http://www.citma.lt> (2005 03 15)
14. <http://www.compssoft.lt/distribucija.htm> (2005 03 15)
15. <http://www.litbana.lt> (2005 03 15)
16. <http://www.marketing.puslapiai.lt> (2005 03 15)
17. <http://www.ris.lt> Daržovių sektorius (2005 03 15)
18. <http://www.samsonas.lt> (2005 03 15)
19. Jaržemskis A. Baltaduonytė I.Socialinis ir technologinis požiūris į logistiką 6-osios Lietuvos jaunųjų mokslininkų konferencijos „Lietuva be mokslo Lietuva be ateities, įvykusios Vilniuje 2003m vasario 13d medžiaga. Vilnius, Technika, 2003, 215-218p

20. Kaminskas A. Integruotos sistemos grandinės optimizavimas. Organizacijų vadyba. Sisteminiai tyrimai 16, Kauno Vytauto didžiojo universitetas 2000.
21. Kotler P., Armstrong G., Sanders J., Wong V. Rinkodaros principai. Kaunas: Poligrafija ir informatika, 2003.
22. Lambert M.D., Stock J.R., Ellram L.M. Fundamentals of Logistics Management. – Irwin McGraw – Hill. 1998.
23. Lietuvos žemės ūkis 2001. – V.: Statistikos departamentas prie LRV, 2002; Žemės ūkio augalų pasėliai, derlius ir derlingumas 2002. – V.: Statistikos departamentas prie LRV, 2003.
24. Minalga R. Tarptautinė logistika. Homo liber, Vilnius 2004.
25. Pranulis V., Pajuodis A., Urbonavičius S., Urvilaitė R. (1999). Rinkodara. – Vilnius: The Baltic Press
26. Rinkotyra. Žemės ūkio ir maisto produktai. Nr. 3(24) 2004, Vilnius. Lietuvos agrarinės ekonomikos institutas.
27. Rinkotyra. Žemės ūkio ir maisto produktai. Vilnius. Lietuvos agrarinės ekonomikos institutas.3(24)2004.17-22p
28. Rutkauskas J. Logistikos ir kokybės vadybos ryšio tyrimas. Lietuvos mokslas ir pramonė. Ekonomika ir vadyba. Tarptautinės konferencijos pranešimų medžiaga. Kauno technologijos universitetas,1999, 298-300p.
29. Sūdžius V. Pardavimų valdymas, principai ir praktika. Vilnius. 2002
30. Uselis N. Vaisių ir uogų poreikis bei gamyba. Lietuvos agropanorama 2000, 2000
31. Vengrauskas V., Mackevičius V.Prekyba žemės ūkio ir maisto produktais. Vilnius. 2000.
32. Vileikienė B. Inovacijų vadyba : Naujas produktas – nuo idėjos iki vartotojo.
33. Virvilaitė R., J. Valaitytė. Strateginis rinkodaros valdymas. Vadovėlis. Kaunas, Technologija 1996.
34. Židonis Ž. Verslo logistika. Vilnius: Vilniaus vadybos kolegija, 2002

Magistrinio darbo temai „Paskirstymo grandinės formavimas vaisių ir daržovių prekyboje“  
ištirti sudarytas

### Klausimynas

UAB “Samsonas”

Respondento pareigos:

Klausimai	Atsakymai
1. Apibūdinkite UAB “Samsonas” įmonės specifiką.	
2. Įmonės dydis, veiklos galimybės.	
3. Logistinė bazė.	
4. Importo sąlygos.	
5. Importuojamų vaisių ir daržovių rūšys.	
6. Importuojamų vaisių ir daržovių paskirstymo grandinės.	
7. Aprašykite šias grandines ir nurodykite jų pasirinkimo priežastis.	
8. Kodėl užsienio partneriai Jūsų nuomone, savo produkcijos platinimui renkasi UAB “Samsoną”?	
9. Apibūdinkite kiekvienos šalies paskirstymo sąlygas ir galimybes.	
10. Išanalizuokite vaisių ir daržovių sezoniškumo veiksnį.	
11. Paskirstymo greičio įtaka vaisiams ir daržovėms.	
12. Paskirstymas atskirais sezonais.	
13. Ar UAB “Samsonas” užsiima eksportu?	
14. Importo ir eksporto apimtys.	
15. Kokią Jūsų realizuojamos produkcijos dalį sudaro Lietuvos augintojai?	
16. Kokią Jūsų realizuojamos produkcijos dalį sudaro tarpininkai Lietuvoje?	
17. Prekių paskirstymo grandinė Lietuvoje.	
18. Įmonės valdymo schema.	
19. Vaisių ir daržovių paskirstymo sąlygos Lietuvoje?	

20. Vaisių ir daržovių paskirstymo specifika.	
21. Kokias rinkodaros priemones taikot vaisiams ir daržovėms?	
22. Realizuojamos produkcijos apimtys.	
23. Apibūdinkite konkurencijos sąlygas vaisių ir daržovių rinkoje Lietuvoje.	
24. Apibūdinkite konkurentų speciką ir jų užimamą rinkos dalį.	
25. Kaip kovojate su konkurencija?	
26. Kodėl pasirinkote būtent tokią prekių paskirstymo strategiją?	
27. Nubraižykite užsakymo kelią.	
28. Trumpai apibūdinkite prekybos sutartis, kurių pagrindu sudaroma paskirstymo grandinė.	
29. Palyginkite lietuviškos ir importuojamos produkcijos poreikių vaisių ir daržovių rinkoje?	
30. Nurodykite Jūsų nuomone pagrindinius paskirstymo grandinės formavimo veiksnius.	
31. Kokios Jūsų nuomone yra pagrindinės paskirstymo grandinės tobulinimo kryptys?	

Magistrinio darbo temai „Paskirstymo grandinės formavimas vaisių ir daržovių prekyboje“  
ištirti sudarytas

### Klausimynas

UAB “Domeina”

Respondento pareigos

Klausimai	Atsakymai
1. Apibūdinkite UAB “Domeina” įmonės specifiką.	
2. Įmonės dydis, veiklos galimybės.	
3. Logistinė bazė.	
4. Transortavimo sąlygos.	
5. Superkamų vaisių ir daržovių rūšys.	
6. Vaisių ir daržovių paskirstymo grandinė.	
7. Aprakite šia grandinę ir nurodykite jų pasirinkimo priežastis.	
8. Kodėl Lietuvos augintojai Jūsų nuomone, savo produkcijos platinimui renkasi UAB “Domeina”?	
9. Išanalizuokite vaisių ir daržovių sezoniškumo veiksnį.	
10. Paskirstymo greičio įtaka vaisiams ir daržovėms.	
12. Ar UAB “Domeina” užsiima eksportu?	
14. Eksporto apimtys.	
15. Įmonės valdymo schema.	
16. Vaisių ir daržovių paskirstymo sąlygos Lietuvoje?	
17. Vaisių ir daržovių paskirstymo specifika.	
18. Kokias rinkodaros priemones taikot vaisiams ir daržovėms?	
19. Realizuojamos produkcijos apimtys.	
20. Apibūdinkite konkurencijos sąlygas vaisių ir daržovių rinkoje Lietuvoje.	
21. Apibūdinkite konkurentų speciką ir jų užimamą rinkos dalį.	
22. Kaip kovojate su konkurencija?	



23. Kodėl pasirinkote būtent tokią prekių paskirstymo strategiją?	
24. Kodėl UAB „Domeina” neturi ilgalaikių produkcijos sandėlių?	
25. Koks yra užsakymo kelias	
26. Trumpai apibūdinkite prekybos sutartis, kurių pagrindu sudaroma paskirstymo grandinė	
27. Palyginkite lietuviškos ir importuojamos produkcijos poreikį vaisių ir daržovių rinkoje?	
28. Nurodykite Jūsų nuomone pagrindinius paskirstymo grandinės formavimo veiksnius.	
29. Kokios Jūsų nuomone yra pagrindinės paskirstymo grandinės tobulinimo kryptys?	

## PASKIRSTYMO GRANDINĖS FORMAVIMAS VAISIŲ IR DARŽOVIŲ RINKOJE

**Rasa Petrauskaitė, Audrius Gargasas**

Lietuvos žemės ūkio universitetas

Vartotojų suvokimą apie prekės kokybę ir vertę įtakoja prekės pateikimo vieta, laikas, būdas. Pristatymo greitis, garantuotas tiekimas ir galimybė prekę įsigyti, patogumas pirkėjams bei kiti dalykai gali pagerinti ryšius tarp pirkėjų ir pardavėjų bei padidinti vartotojų pasitenkinimą. Dėl to įmonės vis daugiau dėmesio skiria paskirstymo grandinės formavimui, siekdamos sumažinti prekių gamybos ir vartojimo vietas bei laiko atotrūkį, priartinant jas prie vartotojo, užtikrinti reikiamą prekių kiekį ir kokybę.

Consumers' opinion about goods' quality and value influence of good's destination, time and way. Delivery speed, secure supply and a good's purchase possibility, comfort to customer and other subjects could make connections between customers and sellers, and also it can increase satisfaction of customers'. Concerning note notion above, the companies are paying more attention to form channels of distribution seeking to reduce goods' production and consumptions' destination place and time's gap by approaching all points to the consumer and secure quantity and quality of the goods.

### Įvadas

Plečiantis tarptautiniams ryšiams ir prekių asortimentui viena sudėtingiausių problemų, kurią būtina išspręsti – prekių pateikimas laiku, tinkamoje vietoje, už konkurencingą kainą. Ypač aktuali problema – teisingas paskirstymo grandinės pasirinkimas vaisių ir daržovių rinkoje. Paskirstymo atžvilgiu tai vienas sudėtingiausių produktų, o paskirstymo grandinės suformavimas priklauso nuo daugelio veiksnių. Vaisių ir daržovių rinkoje paklausa paprastai sąlyginai koncentruota vartotojų susitelkimo vietoje – miestuose ir miesteliuose, o tuo tarpu pasiūlos turi kitas ypatybes – didelis gamybos sezoniskumas, atotrūkis nuo produkcijos vartojimo vietų, priklausomybė nuo klimatinėms sąlygų ir kt.

**Tyrimo tikslas** – atskleisti vaisių ir daržovių paskirstymo grandinės formavimo principus ir tai įtakojančius veiksnius.

**Tyrimo objektas** – vaisių ir daržovių paskirstymo grandinė.

#### **Tyrimo uždaviniai:**

nustatyti egzistuojančias vaisių ir daržovių paskirstymo grandines;

išsiaiškinti veiksnius, darančius įtaką vaisių ir daržovių paskirstymo grandinės formavimui;

#### **Tyrimo rezultatai**

Tyrimas atliktas naudojant mokslinės literatūros bei grafinę analizę, paskirstymo grandinės formavimo veiksniai rinkoje nustatyti remiantis struktūrizuotu interviu metodu.

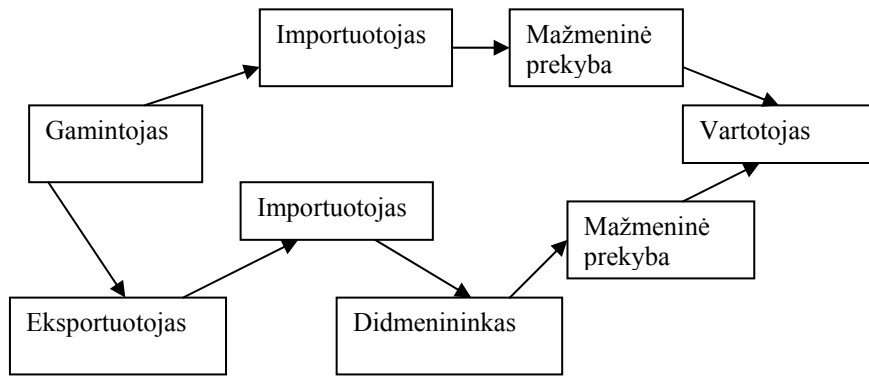
Galimi keli paskirstymo variantai:

1) Kai gamintojas tiesiogiai tiekia produktus vartotojui, šis būdas efektyvus kainos atžvilgiu, nes kiekvienas paskirstymo grandinės dalyvis prideda vertės, kuri atitenka silpniausia tarpininkams.

2) Netiesioginis, kai gamintojai tam tikrą darbo dalį parduodant prekes perleidžia tarpininkams. Tarpininkų dėka prekės yra efektyviau pateikiamos į tikslines rinkas. Naudodamiesi savo ryšiais, patirtimi, specializacija ir veiklos mastu tarpininkai duoda gamintojui daugiau naudos, negu jis pats vienas galėtų pasiekti. Gamintojai dideliais kiekiais gamina ribotą produkcijos asortimentą, o vartotojai nori plataus asortimento prekių mažais kiekiais. Paskirstymo grandinėje tarpininkai iš daugelio gamintojų produkciją perka dideliais kiekiais, formuoja prekybinį asortimentą, suskirto į mažesnes platesnio asortimento siuntas, kurių pageidauja sekantys grandinės tarpininkai ar galutiniai vartotojai. Taigi tarpininkai vaidina svarbų vaidmenį suderinant paklausą ir pasiūlą, jų bendradarbiavimo pagrindu sprendžiama problema kaip pateikti prekes laiku, tinkamoje vietoje, už konkurencingą kainą.

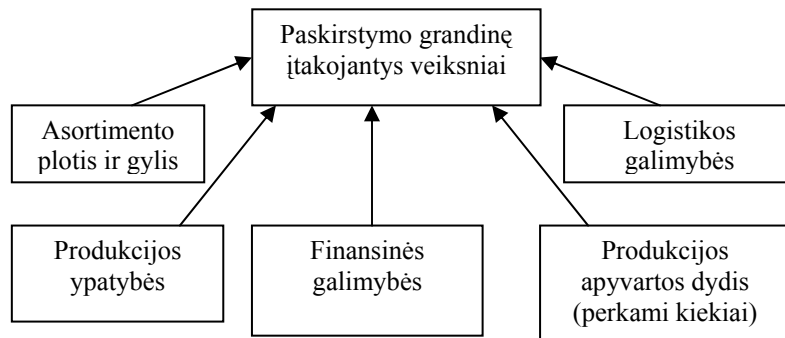
Vaisių ir daržovių rinka yra labai plati, produkcija gaminama įvairiose šalyse, skirtingose klimatinėse sąlygose, todėl produktų paskirstymą įtakoja skirtingi veiksniai. Dėl to yra daugybė paskirstymo grandinių variantų. Atliekant tyrimą plačiau buvo išnagrinėtos importuojamų vaisių ir daržovių paskirstymo grandinės. Dažniausiai pasitaikantys jų variantai pateikiami 1 paveikslėlyje.

Trumpiausia importuojamų vaisių ir daržovių paskirstymo grandinė, kai importuotojas tiesiogiai perka iš gamintojo ir pristato į mažmeninę prekybą (žr. 1 pav. viršuje), tačiau dažniau pasitaiko, kad importuotojas perka iš tarpininko, o parduoti gali ne tik į mažmeninę, bet ir į didmeninę prekybą, tada paskirstymo grandinė pailgėja (žr. 1 pav., žemesnė grandinė). Ji būdinga egzotiniams vaisiams ir daržovėms. Importas vykdomas per eksportuotoją, pristatant didmenininkui arba mažmenininkui.



1 pav. Importuojamų vaisių ir daržovių paskirstymo grandinės modeliai.

Tarpininkų pasirinkimas paskirstymo grandinėje priklauso nuo daugelio veiksnių. Nustatyti vaisių ir daržovių rinkos esminiai paskirstymo grandinės pasirinkimo veiksniai pateikti 2 pav.



2 pav. Vaisių ir daržovių paskirstymo grandinę įtakojančys veiksniai.

- ◆ Perkamos produkcijos kiekis apspręs tarpininko veiklos apimtį ir mastus geografinė prasme;
- ◆ Asortimento plotis ir gylis įtakos tarpininko galimybes išsaugoti įvairių charakteristikų prekių kokybę;
- ◆ Finansinės galimybės atspindės tarpininko atsiskaitymo už pateiktą produkciją greitį ir patikimumą;
- ◆ Logistikos galimybės (įranga, sandėliai, transportas) apspręs tarpininko veiklos kokybiškumą;
- ◆ Produkcijos ypatybės (gendamumas, nudžiuv.) parodys, kokios įrangos tarpininkams reikia.

Situaciją vaisių ir daržovių rinkoje galima apibūdinti kaip laisvą konkurenciją, kur nei vienas gamintojas, prekybininkas ar vartotojas neturi didžiosios rinkos dalies ir negali daryti esminės įtakos nustatant kainas, todėl suprantama, kad tiek gamintojai, tiek vartotojai prekes pirks ir parduos už rinkoje nusistovėjusias kainas. Vertinant paskirstymo grandinės formavimo veiksniais, yra savaime suprantama, kad prekybos tarpininkai visada ieškos prekių su konkurencingiausia kaina, todėl šis veiksnys esminės įtakos formuojant paskirstymo grandinę nedarys.

### Išvados

1. Plečiantis tarptautinei prekybai vartotojai gali išsigyti įvairesnių vaisių ir daržovių, ilgėja jų vartojimo sezono galimybės.
2. Paskirstymo grandinės dalyviai yra labai svarbūs prekes į rinką pateikiant laiku, tinkamoje vietoje už konkurencingą kainą.
3. Paskirstymo grandinės struktūros formavimui didžiausią įtaką daro tokie veiksniai kaip produkcijos ypatybės, gamybos sezoniskumas, tarpininkų pasirinkimas ir jų galimybės.

### Literatūra:

1. Gudonavičienė R., Bučiūnienė I. Prekių paskirstymas. - Kaunas: Technologija, 2003.
2. Kotler P., Armstrong G., Sanders ., Wong V. Rinkodaros principai. Kaunas: Poligrafija ir informatika, 2003.
3. Minalga R. Tarptautinė logistika. Homo liber, Vilnius 2004
4. Židonis Ž. Verslo logistika. Vilnius: Vilniaus vadybos kolegija, 2002.