

MYKOLO ROMERIO UNIVERSITETAS
EKONOMIKOS IR FINANSŲ VALDYMO FAKULTETAS
EKONOMIKOS IR VERSLO INSTITUTAS

GODA VAIŠVILAITĖ

EKSPORTO SKATINIMO PRIEMONIŲ
EFEKTYVUMO VERTINIMAS

Magistro baigiamasis darbas

Vadovas

Doc. dr. V. Rimkus

VILNIUS, 2013

MYKOLO ROMERIO UNIVERSITETAS
EKONOMIKOS IR FINANSŲ VALDYMO FAKULTETAS
EKONOMIKOS IR VERSLO INSTITUTAS

EKSPORTO SKATINIMO PRIEMONIŲ
EFEKTYVUMO VERTINIMAS

Tarptautinės prekybos magistro baigiamasis darbas
Studijų programa 621N10005

Vadovas

Doc. dr. V. Rimkus

2013 12

Atliko

TPRmns2-01 gr. stud.

G. Vaišvilaitė

2013 12

VILNIUS, 2013

TURINYS

ĮVADAS.....	6
1. EKSPORTO SKATINIMO TEORINIAI ASPEKTAI	9
1.1. Eksporto įtaka ekonomikai	9
1.2. Eksporto skatinimo priemonių ekonominis turinys.....	13
1.3. Eksporto skatinimo priemonių teisinis reglamentavimas.....	25
2. LIETUVOS EKSPORTO SKATINIMO POLITIKOS FORMAVIMAS	32
2.1. Europos Sąjungos struktūrinės paramos veiksmų programos	32
2.2. Lietuvos valstybinių institucijų vaidmuo eksporto skatinimo srityje.....	36
2.3. Lietuvos Respublikos 2009 – 2013 metų eksporto plėtros strategijos vertinimas	41
3. EKSPORTO SKATINIMO PRIEMONIŲ EFEKTYVUMO VERTINIMAS	55
3.1. Eksporto skatinimo priemonių taikymo Lietuvoje intensyvumo analizė	55
3.2. Eksporto skatinimo priemonės „Naujos galimybės“ efektyvumo tyrimas.....	64
3.2.1. Eksporto skatinimo priemonės „Naujos galimybės“ efektyvumo vertinimo metodologija..	64
3.2.2. Eksporto skatinimo priemonės „Naujos galimybės“ efektyvumo Lietuvoje vertinimas	66
IŠVADOS IR REKOMENDACIJOS	76
LITERATŪRA.....	79
ANOTACIJA LIETUVIŲ KALBA	91
ANOTACIJA ANGLŲ KALBA.....	92
SANTRAUKA LIETUVIŲ KALBA.....	93
SANTRAUKA ANGLŲ KALBA	94
PRIEDAI	95

LENTELĖS

1 lentelė. Eksporto skatinimo etapai	14
2 lentelė. Lietuvos ekonominės politikos priemonės	18
3 lentelė. Įmonių kategorijos pagal suinteresuotumą eksportuoti	21
4 lentelė. ES struktūrinės paramos veiksmų programos ir prioritetai	32
5 lentelė. Lietuvos eksporto SSGG analizė	41
6 lentelė. Pirmojo uždavinio orientacinis LR valstybės biudžeto lėšų poreikio planas (tūkst. litų)	46
7 lentelė. Antrojo uždavinio orientacinis LR valstybės biudžeto lėšų poreikio planas (tūkst. litų)	48
8 lentelė. Trečiojo uždavinio orientacinis LR valstybės biudžeto lėšų poreikio planas (tūkst. litų)	51
9 lentelė. Priemonės „Naujos galimybės“ remiamos veiklos	59
10 lentelė. Pareiškėjo kriterijai pagal „Naujos galimybės“	60
11 lentelė. Lietuvoje taikomų eksporto skatinimo priemonių intensyvumas	62
12 lentelė. ES paramos priemonės „Naujos galimybės“ pateiktų kvietimų duomenys	66

PAVEIKSLAI

1 pav. Tarptautinio verslo aplinkos veiksniai.....	9
2 pav. Lietuvos 2005-2012 metų eksporto ir BVP rodikliai (mln. litų).....	12
3 pav. Viešųjų institucijų, įgyvendinančių eksporto plėtrą, schema	36
4 pav. Numatomas Lietuvos eksporto pozicionavimas iki 2015 metų (proc.).....	44
5 pav. Lietuvoje taikomos eksporto skatinimo priemonės	55
6 pav. Lietuvoje taikomų eksporto skatinimo priemonių vertinimas (balais).....	57
7 pav. Lietuvos eksporto skatinimo politikos vertinimas (balais	58
8 pav. Įgyvendintų projektų pagal „Naujos galimybės“ vertės litais (be PVM)	68
9 pav. Įmonės eksporto padidėjimas, įgyvendinus projektą pagal „Naujos galimybės“ (litas)	69
10 pav. Priemonės „Naujos galimybės“ efektyvumo vertinimas (mln. litų).....	71
11 pav. Išlaidų pasiskirstymas respondentų tarpe	73

IVADAS

Tarptautinė prekyba – tai pardavimo ir pirkimo procesas, vykstantis įvairiose šalyse. Šis reiškinys įtakoja naujų rinkos dalyvių, konkurentų atsiradimą tiek vidaus, tiek užsienio rinkoje, todėl šalys aktyviai dalyvauja tarptautinėje prekyboje, siekdamos ekonominio augimo. Mažų šalių atvirumas tarptautinei prekybai didėja ir skatina plėsti prekybos rinką – skverbtis į užsienio rinkas, plėsti vartotojų ratą. Atsivėrusios naujos rinkos spartina konkurentų skaičių, todėl šalies įmonės yra priverstos didinti savo produkcijos pasiūlą į užsienio rinkas ir ieškoti pardavimo galimybių. Tarptautinė prekyba leidžia įmonėms ne tik padidinti konkurencingumą, kuris formuoja šalies ekonominę padėtį, bet ir efektyviau panaudoti, paskirstyti išteklius.

Ekonomikos augimą, didele dalimi, ypač mažose valstybėse, lemia užsienio prekyba, todėl eksporto skatinimas yra itin aktualus uždavinys valstybei. Nuo valstybės vykdomos tikslingos ir aktyvios eksporto politikos priklauso eksporto plėtra, o eksportas yra pagrindinis ekonomikos augimo veiksnys besivystančiose šalyse, įskaitant ir Lietuvą. Orientuojantis tik į vidaus rinką, daugumos prekių gamybos išlaidos tampa tokios didelės, kad šalies viduje darosi sunku konkuruoti su importu. Svarbu išlaikyti užsienio prekybos balansą, kuris yra ypatingos svarbos uždavinys valstybei, ir skatinti į eksportą nukreiptą verslo dalį.

Temos aktualumas. Eksporto skatinimo priemonių efektyvumo vertinimas yra aktualus, nes eksportas – tai valstybės ekonomikos varomoji jėga, nuo kurios priklauso šalies įmonių bei viso ūkio plėtra. Lietuva yra atviros ekonomikos šalis, tačiau vidaus rinka yra maža, todėl šalies ūkio plėtra yra priklausoma nuo eksporto masto. Nuo Lietuvoje taikomų eksporto skatinimo priemonių priklauso eksporto plėtra, todėl prekių bei paslaugų eksporto skatinimas įtakoja socialinę bei ekonominę Lietuvos padėtį.

Maža šalis negali įtakoti tarptautinės prekybos tendencijų bei pasaulinių organizacijų nuostatų, todėl svarbu prisitaikyti ir užimti savo nišą pasaulio ir Europos Sąjungos (ES) rinkoje. Tai skatina ne tik ekonomikos augimą, gyvenimo gerovės kilimą, bet ir padeda priartėti prie ES šalių lygio. Lietuvai būtina plėtoti išorinius ryšius, palaikyti glaudžius santykius su kitomis pasaulio bei ES šalimis. Tai įgyvendinti reikia ne tik rašytine forma apibrėžtų tikslų, vizijos, uždavinių, bet ryžtingų ir kryptingų vyriausybės, viešųjų įstaigų bei ūkio subjektų veiksmų. Tik įvertinus eksporto skatinimo priemones, galima daryti išvadą, ar jos efektyvios. Priešingu atveju reikia ieškoti trukdžių efektyviai eksporto plėtrai, kuriuos būtų galima pakeisti ar atsikyti.

Lietuvos Respublikos vyriausybė disponuoja ribotais finansiniais resursais, o smulkios ir vidutinės įmonės, orientuotos į eksportą, taip pat neturi galimybių padengti didžiosios dalies trūkstamų lėšų eksporto skatinimui, kad būtų pasiektas teigiamas eksporto skatinimo priemonių rezultatas. Naujausiais duomenimis, eksporto augimas pasiekė lėtėjimo tendenciją, todėl efektyvesnis eksporto

plėtos finansavimo šaltinis tampa ES parama. Tai papildoma investicija į finansiškai silpnėjančią sritį. ES teikiama parama pagal priemonę „Naujos galimybės“ sulaukia daug dėmesio iš eksportu užsiimančių įmonių. ES iš dalies finansuojamai ir LR Ūkio ministerijos kuriojamai eksporto skatinimo priemonei „Naujos galimybės“ paramai gauti pateikiama bene daugiausiai paraiškų, pasirašoma daugiausia sutarčių ir įgyvendinamų projektų skaičius didžiausias iš visų ES siūlomų programų. Šios paramos lėšos akivaizdžiai didesnės nei vyriausybės finansinės galimybės, todėl analitinėje darbo dalyje analizuojamas eksporto skatinimo priemonės „Naujos galimybės“ efektyvumas. Be to, atliktos apklausos duomenimis, į eksportą orientuotos įmonės nepalankiai vertina Lietuvos eksporto skatinimo politiką bei valstybės siūlomas eksporto skatinimo priemones, todėl įmonės, siekdamos efektyviau ir sparčiau padidinti gaminamos produkcijos ar teikiamų paslaugų pardavimus užsienyje, teikia paraiškas papildomam finansavimui gauti iš Europos Sąjungos struktūrinių fondų.

Tyrimo objektas - eksporto skatinimo priemonės.

Tyrimo tikslas – įvertinti Lietuvoje taikomų eksporto skatinimo priemonių efektyvumą.

Tyrimo problema. Šiuolaikiškoms verslo įmonėms, siekiančioms išlaikyti konkurencingumą tarptautiniu mastu ir gerinti verslo rezultatus, gyvybiškai svarbu sukurti ir išlaikyti gerą įmonės įvaizdį, siekiant pritraukti potencialius klientus, verslo partnerius, neprarasti turimų užsakymų, didinti įmonės ir jos gaminamos produkcijos ar teikiamų paslaugų žinomumą ne tik Lietuvoje, bet ir užsienyje, aktyviai vystyti eksportą. Norėdamos pasiekti gerus rezultatus, įmonės susiduria su problema - Lietuvoje taikomų eksporto skatinimo priemonių neefektyvumas. Eksporto plėtrai reikalinga tikslinga eksporto skatinimo politika bei nemažos investicijos, o Lietuvos vyriausybė bei dauguma smulkių ir vidutinių verslo įmonių neturi pakankamai finansinių išteklių. Nors ES parama eksporto plėtrai yra geriausia išeitis iš keblios situacijos, tačiau ES lėšos ne visada garantuoja efektyvius rezultatus.

Tyrimo uždaviniai:

1. Išnagrinėti eksporto skatinimo teorinius aspektus;
2. Ištirti Lietuvos eksporto skatinimo politikos formavimo ypatumus;
3. Atlikti Lietuvoje taikomų eksporto skatinimo priemonių efektyvumo vertinimą.

Tyrimo metodai: mokslinės literatūros sintezė bei analizė, teisinių dokumentų analizė, statistinių duomenų sisteminimas ir jų analizė, lyginamoji analizė, anketinė apklausa.

Baigiamasis darbas parengtas, naudojantis lietuvių bei užsienio mokslininkų straipsniais, Europos Sąjungos teisės aktais bei Pasaulio prekybos organizacijos reglamentais, LR Ūkio ministerijos bei jai pavaldžių eksporto skatinimo srityje veikiančių įstaigų veiklos ataskaitomis, apžvalgomis, LR Užsienio reikalų ministerijos ataskaitomis, statistiniais bei anketinės apklausos duomenimis.

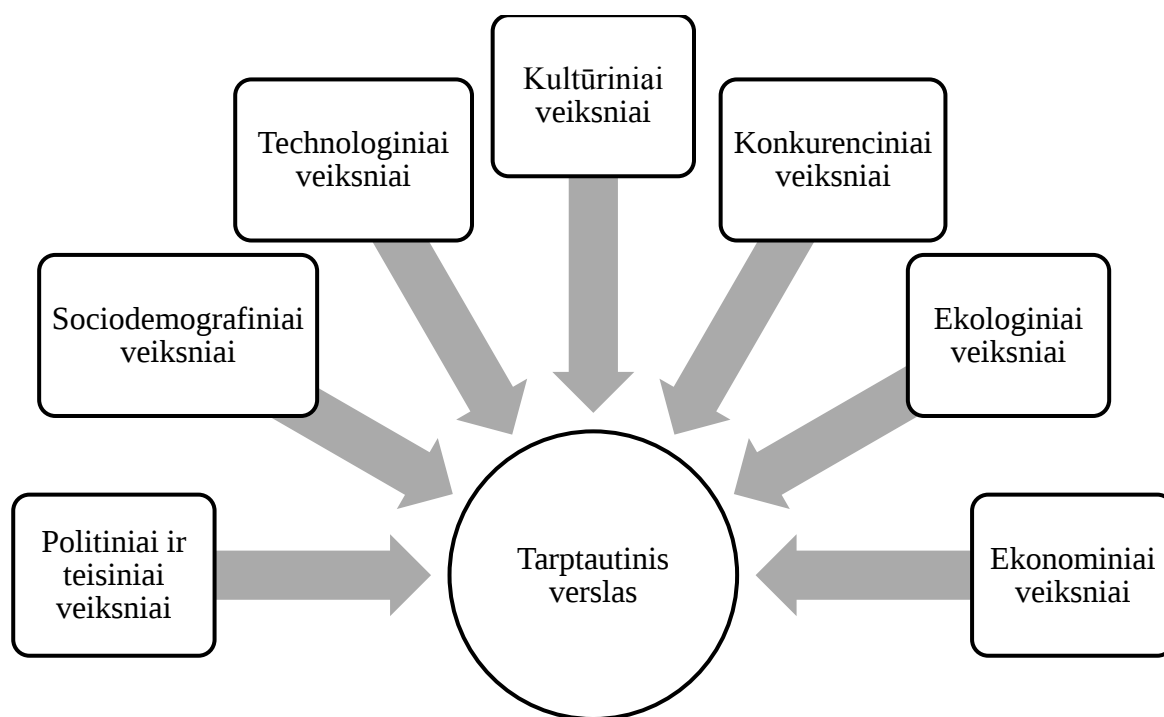
Baigiamojo darbo struktūra. Baigiamąjį darbą sudaro trys skyriai: pirmojoje darbo dalyje aptariama eksporto įtaka ekonomikai, pateikiamas eksporto skatinimo priemonių ekonominis turinys bei mokslininkų išskiriamos eksporto skatinimo priemonės. Taip pat pateikiamas eksporto skatinimo

priemonių teisinis reglamentavimas, remiantis ES bei PPO teisės aktais, nuostatomis. Antrajame baigiamojo darbo skyriuje pateikiami Lietuvos eksporto skatinimo politikos formavimo aspektai – ES struktūrinės paramos veiksmų programos, turinčios įtakos Lietuvos eksporto skatinimui, aptariamas viešųjų įstaigų, organizacijų, veikiančių eksporto skatinimo srityje, vaidmuo bei analizuojama ir vertinama Lietuvos Respublikos 2009-2013 metų eksporto plėtros strategija. Trečiojoje baigiamojo darbo dalyje pateikiamas pagrindinių eksporto skatinimo priemonių Lietuvoje taikymas bei įvertinama ES finansuojama bei LR Ūkio ministerijos kuruojama priemonė eksporto plėtrai – „Naujos galimybės“. Magistro baigiamojo darbo pabaigoje pateikiamos išvados bei siūlymai.

1. EKSPORTO SKATINIMO TEORINIAI ASPEKTAI

1.1. Eksporto įtaka ekonomikai

Siekiant įvertinti eksporto įtaką ekonomikai, svarbu suvokti, kokios išorinės jėgos veikia eksportą. Pasak David B. S., Mcauley A. (1999), eksportą veikia masto ekonomija, vidaus konkurencija, aplinka, kurioje firmos valdo arba gali veikti, t.y. eksporto skatinimo programos, konkurentų bankrotas ir pan. Leonidou L. C. et. al. (2007), eksportą veikiančius veiksnius įvardina taip: veiksniai, kurie įtakoja įmonės susidomėjimą išnaudoti unikalią organizacijos kompetenciją arba rinkos galimybes (gera finansinė situacija, ypatingas valdymas, nepanaudoti gamybiniai pajėgumai), ir reaguojantys veiksniai, kurie skatina eksporto veiklos dalyvavimą kaip atsaką į išorės bei vidaus spaudimą (į intensyvią vidaus rinkos konkurenciją, vidaus rinkos perpildymą bei sezoninių pardavimų stabilumą). Langvinienė N. ir kt. (2010), išskiria tarptautinio verslo aplinkos veiksnius, tokius kaip ekonominiai, politiniai ir teisiniai, sociodemografiniai, technologiniai, kultūriniai, konkurenciniai, ekologiniai veiksniai (žr. 1 pav.).



Šaltinis: sudaryta, remiantis Langviniene N. ir kt., 2010, p. 52

1 pav. Tarptautinio verslo aplinkos veiksniai

Politiniai ir teisiniai veiksniai yra glaudžiai susiję, todėl sugrupuojami kartu. Pasak Langvinienės N. ir kt. (2010), politiniai veiksniai apima įstatyminę aplinką, ypač akcentuojama prekybos sutarčių

teisė, vartotojų teisių gynimo ir reklamos taisyklės. Dažniausiai politiniai veiksniai itin įtakoja „šalies verslą, įėjimo į rinką kliūtis, įvairias tarptautinio verslo sritis“ (Langvinienė N. ir kt., 2010, p. 53). Tai priklauso nuo vykdomos nacionalinės politikos, interesų ir galimybių ją įgyvendinti šalyje, nes kiekvienoje šalyje vykdoma politika priklauso nuo šalies istorijos, papročių, tradicijų ir kitų veiksnių.

Teisiniai veiksniai, įtakoiantys tarptautinį verslą, apima vietinius bei tarptautinius įstatymus, kurie skatina arba trikdo tarptautinę prekybą. Nors teisinė aplinka yra itin svarbi, ją būtina žinoti, norint plėsti eksportą, tačiau ekonominiai veiksniai turi didesnę poveikį šaliai. Ekonominiai veiksniai apima makroekonominius veiksnius, kurie lemia šalies ekonominę padėtį, elgseną rinkoje, perkamąją galią bei paklausą, pardavimus (Langvinienė N. ir kt., 2010). Žinoma, tai įtakoja ir šalies įvaizdį.

Pasak Langvinienės N. ir kt. (2010), ekologiniai veiksniai įtakoja kuriamo naujo verslo aplinką. Sprendžiamos aplinkos apsaugos, taršos, triukšmo mažinimo, augalijos ir gyvūnijos apsaugos ir kt. problemos, kurios lemia įmonės veiklos kaitą ir prisitaikymą prie naujos aplinkos. Šis veiksnys yra itin susijęs su politine bei teisine verslo aplinka. Demografinė aplinka yra paremta žmogiškaisiais ištekliais, t.y. darbo jėga, jos kokybė ir kiekybė, darbuotojų mobilumu; technologinę aplinką lemia šalies inovacijų lygis, nes tai padeda sparčiau reaguoti į pasikeitusius vartotojų poreikius, kultūrinę aplinką įtakoja šalies istorija, papročiai, kurie įtakoja vartotojų elgseną, perkamąją galią, derybų rengimą, elgseną per verslo susitikimus ir pan., o konkurencinę aplinką įtakoja rinkų perpildymas, skverbimas į dar neperpildytas rinkas ir pan. (Langvinienė N., 2010).

Kiekvienoje šalyje yra savi papročiai, taisyklės, vartotojų požiūris į tam tikrą produkciją, taip pat svarbi šalies ekonominė integracija, prekybos blokai (ES, NAFTA ir kt.), vyriausybės veiksmai ir kt. Taigi, eksportą įtakoja daug veiksnių, todėl tik tikslingai vykdoma eksporto skatinimo politika įtakoja šalies ekonominę gerovę (Grigoryan K., 2011).

Yin X., Yin X. (2005) eksportą apibrėžia kaip pagrindinį ekonomikos variklį, o Meilienė E., Snieška V. (2010), - kaip rodiklį, parodantį tarptautinį konkurencingumą, nuo kurio priklauso šalies įmonių bei viso ūkio plėtra. Grigoryan K. (2011) pritaria ir teigia, jog eksportas yra svarbus ekonomikos augimo veiksnys. Vietinės rinkos produkcija bei paslaugos negali visiškai patenkinti vartotojų poreikių, todėl eksportas regionams yra ypač svarbus (Ramanathan U., Muyldermans L., 2010). Pasak Sabonienės A., Zykienės I. (2012), būtent eksporto apimtys ir atspindi regiono atvirumą.

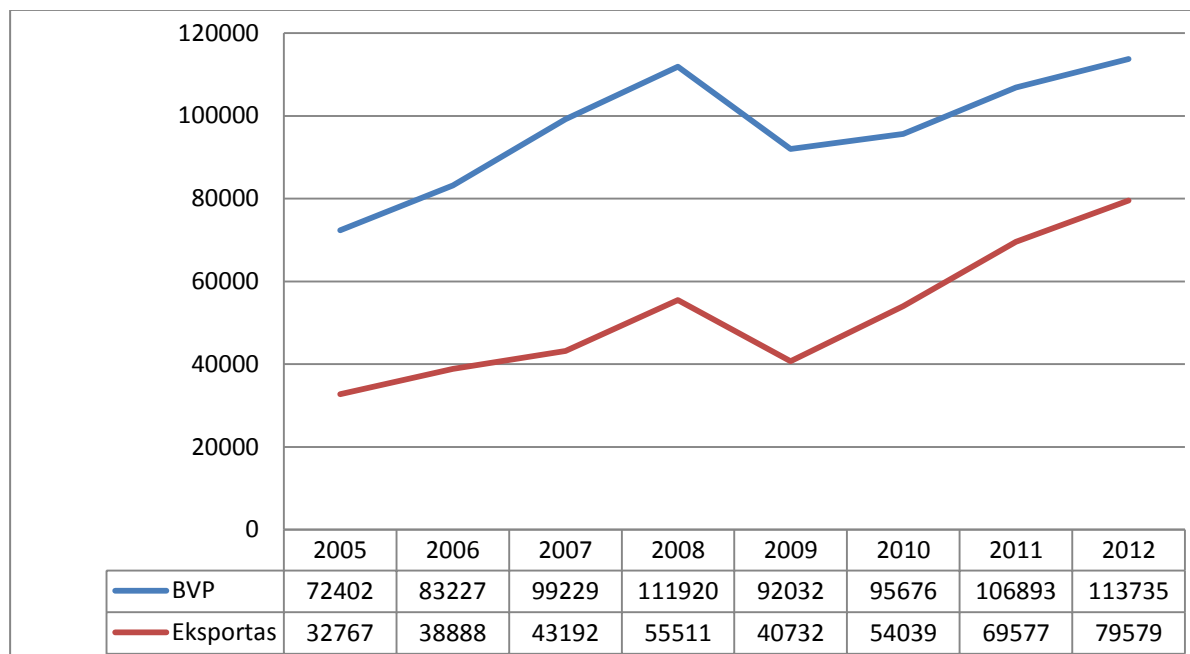
Eksportas įtakoja šalies ekonominę padėtį ir šiam teiginiui pritaria dauguma mokslininkų. Įprastai, eksportas yra viena iš pagrindinių tarptautinės prekybos formų (Morgan E. R., 1997). Eksportas gali padidinti vidaus prekybą, padėti šaliai integruotis į pasaulio ekonomiką ir sumažinti išorės pokyčių poveikį šalies ekonomikai (Fouad A.-S., 2005). Remiantis Bulkevičiūte V., Girdzijausku S. (2010), valstybės, vykdydamos eksportą, plečia rinkos ribas – įeinama į naujas rinkas, o tai yra svarbus reiškinys kiekvienos šalies ekonomikai. Eksportuojant vykdomas gamybos diversifikavimas, taip pat ir rizikos valdymas - eksportuojančios įmonės jau nėra priklausomos tik nuo

vienos rinkos. Eksportas taip pat didina gamybinių pajėgumų apkrovą ir užimtumą įmonėje. Didinant gamybą, dažniausiai pasiekiamas kaštų sumažėjimas (dėl gamybos masto ekonomijos), o tai didina įmonės konkurencingumą tiek užsienyje, tiek šalies viduje (Startienė G., 2002). Pushpender K. (2012) taip pat teigia, jog eksportas didina ne tik įmonių, bet ir šalies konkurencingumą. Eksportuojantys verslininkai teikia didžiausią ekonominę naudą šaliai, nes sukuria daugiausiai pridėtinės vertės (Vijeikis J., Mačys G., 2010). Pažymėtina, jog eksporto augimas didina eksportuojamų prekių kainas šalies viduje, nes sumažėja jų pasiūla vidaus rinkoje.

Eksportas daro įtaką bendrojo vidaus produkto (BVP) augimui, o BVP yra vienas pagrindinių rodiklių, rodančių šalies ekonomikos išsivystymo lygį. „BVP yra vienas svarbiausių rodiklių, kuriuo remiamasi vertinant šalies ar atskiro ūkio sektoriaus ekonominės veiklos rezultatyvumą“ (Bartkus V. E., 2010, p. 394). Pasak Dritsakio N. (2005), eksporto ir BVP santykis parodo eksporto svarbą šalies ekonomikai. Jeigu eksportas sudaro didžiąją dalį BVP, vadinasi šalies ekonomika yra atvira, priešingu atveju parodo, jog šalyje vykdoma ribojanti prekybos politika. Pažymėtina, jog smulkaus ir vidutinio verslo įmonių sukuriamas BVP dalis atskleidžia pastarųjų įmonių vaidmenį šalies ekonomikoje.

Eksporto ir ekonomikos augimo ryšys, pasak Pushpender K. (2012) ir Fouad A.-S. (2005), nagrinėjamas jau ganėtinai seniai ir įrodyta, jog eksportas – tai svarbiausias ekonomikos vystymosi elementas. Chien-Hui L., Bwo-Nung H. (2002) ir Gupta R. (2013) teigia, jog eksporto plėtra yra pagrindinis veiksnys, skatinantis ekonomikos augimą ir efektyvumą besivystančiose šalyse, o Chien-Hui L., Bwo-Nung H. (2002) išskiria dviejų kintamųjų – eksporto ir ekonomikos – tarpusavio ryšį, pagrindžiamą trimis teiginiais: 1) eksporto augimas turi stimuliuojamąjį poveikį, kuris skatina gamybos veiksnių produktyvumą, o tai teigiamai įtakoja įmonės kapitalo formavimą; 2) eksporto augimas sumažina užsienio valiutos suvaržymus; 3) užsienio šalių konkurencija skatina efektyvų kainų mechanizmą, kuris skatina optimalų išteklių paskirstymą – didinamas spaudimas pramonės šakoms išlaikyti žemas kainas ir gerinti technologijas, taip skatinant ekonomikos augimą. Dritsakis N. (2005) taip pat nagrinėjo eksporto ir ekonomikos augimo ryšį ir pateikė neoklasikinę teoriją, kurioje atskleidžiama eksporto įtaka ekonomikos augimui. Pirma, eksporto plėtra didina produktyvumą, o tai atsiliepią ekonomikos augimui, antra – eksporto plėtra skatina gaminti aukštos kokybės produkciją, nes ji vartojama tarptautiniu mastu, trečia – eksportas skatina įmones investuoti į naujas technologijas, ketvirta – eksportas skatina užimtumą ir darbo užmokesčio didėjimą ir penktas argumentas – eksporto plėtra sumažina užsienio valiutos suvaržymus. Remiantis šiais argumentais akivaizdu, jog eksporto plėtra daro teigiamą įtaką ekonomikai ir, kaip matoma, Chien-Hui L., Bwo-Nung H. (2002) bei Dritsakio N. (2005) pateikti argumentai panašūs. Pažymėtina, jog Dritsakis N. (2005) atliko tyrimą, kurio metu buvo siekiama išsiaiškinti Europos Sąjungos, Jungtinių Amerikos Valstijų bei Japonijos eksporto ir ekonomikos augimo priežastingumo ryšį. Tyrimas parodė, jog stiprus priežastinis ryšys tarp eksporto ir ekonomikos augimo pasireiškia Europos Sąjungoje.

Lietuvos atveju, vidaus rinka gana maža, todėl daugumos Lietuvos įmonių augimas, sėkmė, o tuo pačiu ir valstybės gerovė itin priklauso nuo eksporto apimtys. Būtina paminėti, jog eksportą sudaro beveik pusę Lietuvos bendrojo vidaus produkto (BVP), todėl svarba šalies ūkiui – akivaizdi (žr. 2 pav.).



Šaltinis: sudaryta remiantis Lietuvos statistikos departamento ir Eurostat duomenimis

2 pav. Lietuvos 2005-2012 metų eksporto ir BVP rodikliai (mln. litų)

Pateiktoje lentelėje matoma, jog eksporto apimtys tiesiogiai įtakoja Lietuvos BVP. Eksporto staigus sumažėjimas 2009 metais, sumažino šalies BVP, atitinkamai 40.732 mln. litų ir 92.032 mln. litų. Staigus padidėjimas matomas 2012 metais: eksporto apimtys išaugo iki 79.579 mln. litų ir sudarė didžiąją dalį BVP – net 70%. Remiantis šiais duomenimis, akivaizdu, jog eksportas yra svarbus Lietuvos ekonomikai, todėl svarbu jį tinkamai skatinti, įgyvendinti visas galimas eksporto skatinimo priemones, kad Lietuvos įmonės taptų konkurencingos užsienio rinkoje, o siūlomos prekės bei teikiamos paslaugos – paklausios.

Apibendrinant galima teigti, jog eksportas gali padidinti užsienio prekybą, padėti šaliai integruotis į pasaulio ekonomiką, sumažinti išorės pokyčių poveikį šalies ekonomikai, skatinti užimtumą ir atvirkščiai. Šalies įmonių vadovams yra aktualu žinoti šalies, į kurią norima eksportuoti, veikiančius politinius, teisinius, kultūrinius, konkurencinius, ekonominius ir kt. veiksnius. Tik suvokus šalies padėtį, galima įvertinti riziką, pateikti verslo įžvalgas ir plėtoti eksportą į naujas rinkas. Svarbu paminėti, jog eksporto ir ekonomikos augimo ryšys itin nagrinėjamas dalykas mokslinėje literatūroje, pateikiami eksporto ir ekonomikos augimo tarpusavio priklausomybės argumentai. Be to, atliktas ES, Japonijos bei JAV ekonomikų priklausomybės nuo eksporto tyrimas parodė, jog stiprus priežastinis

ryšys tarp eksporto ir ekonomikos augimo pasireiškia būtent Europos Sąjungoje, kuriai priklauso ir Lietuva. Taigi, eksportas yra pagrindinis veiksnys, įtakojantis šalies ekonomiką, kurios išsivystymo lygį parodo BVP. Remiantis Lietuvos eksporto ir BVP duomenimis, nustatyta, jog eksporto apimtys tiesiogiai veikia BVP – eksporto apimtims sumažėjus, BVP rodiklis krenta ir atvirkščiai.

1.2. Eksporto skatinimo priemonių ekonominis turinys

Daugelyje šalių eksporto skatinimas yra svarbiausia komercinė (prekybos) politikos dalis, kuri padeda vykdyti aktyvią prekybos politiką. Pasak Приходько С. В. (2007), eksporto skatinimas vyksta tiek išsivysčiusiose, tiek besivystančiose šalyse P. Amerikoje, Š. Amerikoje, Europoje, Azijoje. Veiksmingi ir efektyvūs eksporto skatinimo sprendimai yra gyvybiškai svarbūs šalies ekonominės padėties gerėjimui. Makroekonomikos požiūriu, eksporto skatinimas sudaro sąlygas valstybei didinti užsienio valiutos atsargas, skatinti darbo vietų kūrimąsi, sudaro sąlygas palaikyti glaudžius ryšius su kitomis pasaulio valstybėmis bei, žinoma, kelia pragyvenimo lygį (Julian C. C., Yunus M. A., 2009).

Eksporto skatinimo priemonės įtakoja gamybą ir užimtumą, padidina efektyvumą bei socialinę gerovę. Remiantis Yin X., Yin X. (2005), eksporto skatinimas pasižymi kapitalo investicijų didinimu bei ilgalaikio turto trūkumo sumažinimu, atsiradusiu dėl užsienio valiutos suvaržymų. Minėti du eksporto skatinimo efektai gali būti įvardinami kaip besivystančių šalių vyriausybių eksporto skatinimo ekonominis pagrindas.

Remiantis Verslo terminų žodynu, eksporto skatinimas apibrėžiamas kaip programos, kuriomis siekiama paskatinti kuo daugiau įmonių eksportuoti, suteikiant tam tikrą pagalbą, tokią kaip užsienio rinkų tyrimai, krovinių vežimo finansavimas, garantijos, galimybė kelti kvalifikaciją, dalyvauti prekybos mugėse, parodose, vizituose, atstovauti užsienyje ir pan. Eksporto skatinimą taip pat galima įvardinti kaip ekonominio vystymosi strategiją, kurioje akcentuojama eksporto plėtra, pasitelkiant politiką. Pasak Jatuliavičienės G., (2009), eksporto skatinimą galima apibūdinti kaip vyriausybės pastangas stimuliuoti eksportą, suteikiant paskatas eksportuojančioms įmonėms.

Seringhaus F. H. R., Botschen G. (1991) išskiria pagrindinius tikslus, kuriais grindžiamas eksporto skatinimas: 1) plėtoti bendrą supratimą apie eksporto skatinimo galimybes ir skatinti visuomenės susidomėjimą eksportuoti; 2) padėti įmonėms pasiruošti eksportui, teikiant informaciją apie rinkos galimybes; 3) suteikti įmonėms reikalingų žinių, norint sėkmingai plėsti eksportą į užsienio rinkas; 4) remti į eksportą orientuotas įmones. Valstybės teikiama pagalba siekiama padidinti įmonių motyvaciją eksportuoti ir tobulinti įgūdžius. Norint, kad vyriausybės intervencija būtų tikslinga, eksporto skatinimo programos turi būti reguliariai peržiūrimos ir koreguojamos.

Remiantis Jatuliavičiene G. (2009), eksporto skatinimo veikla šalyje yra vykdoma eksporto plėtos institucijų. Eksporto plėtos institucijų veikla, apimanti informacijos teikimą apie užsienio

rinkoje esančias galimybes, konsultacijų rengimą eksportuojančioms įmonėms, taip pat specializuotas paramas, skirtas rengti ir įgyvendinti eksporto skatinimo programas bei pardavimų kampanijas užsienio šalyse, įvardijama kaip eksporto skatinimas (eksporto plėtra).

Kiekviena šalis turi skirtingus eksporto skatinimo būdus. Remiantis Jungtinių Amerikos Valstijų (JAV) eksporto skatinimo agentūrų tyrimo ataskaita (2004), eksporto skatinimo eiga gali būti skirstoma taip: informacijos sklaida, pasirengimas eksportui, tikslinių rinkų nustatymas, pardavimo galimybių nustatymas ir eksporto pasiūlymų vykdymas (žr. 1 lent.).

1 lentelė. Eksporto skatinimo etapai

Etapai	Charakteristika
Informacijos sklaida	Siekama didinant informuotumą apie eksporto naudą ir suteikiant bendrą supratimą apie eksportą, skatinti eksportuoti nelinkusius užsiimti šia veikla.
Pasirengimas eksportui	Suteikti žinių, įgūdžių, reikalingų eksportuojant.
Tikslinių rinkų nustatymas	Padėti suprasti naujų rinkų specifines savybes bei įeiti į užsienio rinkas.
Pardavimo galimybių nustatymas	Informuoti eksportuotojus apie kvalifikuotų užsienio klientų poreikius, padėti pateikti prekes pirkėjams ir pan.
Eksporto pasiūlymų vykdymas	Siekama padėti tiek naujiems, tiek patyrusiems eksportuotojams išplėsti savo rinkas, padedant bendrauti su būsimais pirkėjais, pristatyti pasiūlymus ir užpildyti eksporto kontraktus.

Šaltinis: sudaryta, remiantis JAV eksporto skatinimo agentūrų tyrimo ataskaita, 2004

Visų pirma, sklandžiam eksportui būtina detali informacija apie eksporto naudą, skatinanti įmones eksportuoti. Kitame eksporto skatinimo etape privaloma suteikti žinių, įgūdžių eksportuotojams, kurie būtų pritaikomi praktikoje. Taip pat Vyriausybė privalo pateikti reikiamus duomenis apie užsienio rinkas, organizuoti seminarus, konsultacijas, parodas užsienyje, kad įmonės galėtų pristatyti gaminamą produkciją ir užmegzti ryšius su užsienio šalių verslininkais. Turi būti siekiama padėti išplėsti rinkas ne tik patyrusiems, bet ir naujiems eksportuotojams.

Eksporto skatinimo priemonės – tai priemonės, kuriomis, atsižvelgiant į teisinę bei ekonominę aplinką, siekiama didinti eksporto plėtrą ir gerinti užsienio prekybos balansą. Eksporto skatinimo priemonės dažniausiai yra valdomos vyriausybės ir apima fiskalines paskatas, t.y. mokesčius bei subsidijas, vyriausybės kapitalo išlaidas ir derybas dėl palankesnių prekybos sąlygų. Taigi, norint

pasiekti geresnių rezultatų – didesnio pelningumo, našumo, daugiau darbo vietų ir prekybos balanso gerėjimo – eksportą reikia skatinti (Julian C. C. ir Yunus M. A., 2009).

Remiantis Czinkota M. R. (2002), tiesioginis ir netiesioginis eksporto veiklos subsidijavimas – efektyvi eksporto skatinimo priemonė. Mokslininkai Yin X. ir Yin X. (2005) taip pat išskiria subsidijavimą kaip eksporto skatinimo priemonę, o pasak Jayanthakumaran K. (2000), dėl subsidijų esančios mažesnės kainos naudingos vartotojams, tačiau daro žalą importuojančios šalies gamintojams. Tokiu atveju importuojančios šalies vyriausybė siekia apsaugoti nuo nesąžiningos konkurencijos, įvedant kompensacinių muitų tarifą prieš atitinkamus eksportuotojus. Didesnės importuojančios šalies vidaus kainos padeda apsaugoti vidaus gamintojus.

Remiantis prekybos politikos teorija, eksporto subsidijos gali perkelti ekonominę rentą iš užsienio ekonomikos į savo šalį. Pasak Hibbert P. E. (2007), valstybės finansuojamos eksporto skatinimo išlaidos – tai reikalinga pagalba įmonėms. Priešingu atveju, į eksportą orientuotos įmonės negalėtų imtis atitinkamų veiksmų eksporto skatinimui. Nors, dėl Pasaulio prekybos organizacijos (PPO) nuostatų, pasisakančių prieš diskriminaciją, tiesioginės eksporto skatinimo priemonės negali būti naudojamos, tačiau jos dar iš dalies yra naudojamos. Visgi subsidijos – tai pagrindas nesąžiningai prekybai. Jos iškreipia užsienio prekybą bei santykinį pranašumą, neefektyviai naudojami pasaulio ištekliai. Be to, subsidijos įtakoja monopolijų atsiradimą ir stiprėjimą (Jayanthakumaran K., 2000).

Pasak Czinkota M. R. (2002), eksportą skatina mokesčių mažinimas (tarifai, kvotos, įmonės pelno mokestis) ir palankios eksporto draudimo sąlygos. Šiuo atveju, mokslininkas pagrindinį dėmesį skiria įmonės pelningumo didinimui arba rizikos sumažinimui ar nuopelnų didinimui. Yin X. ir Yin X. (2005) taip pat išskiria mokesčių mažinimą ir nemokamą reklamavimąsi užsienio rinkose. Shamsuddoha A. K., Yunus A. M. (2006) taip pat pritaria, jog eksportą skatina ne tik subsidijos ar eksporto kreditavimas (jeigu tai leidžiama), bet didelę įtaką daro lengvatos kelionių bilietams dalyvavimui užsienio parodose, mugėse ir pan.

Eksporto skatinimo programos yra viešosios politikos priemonės, kuriomis siekiama padidinti eksporto veiklą įmonės, pramonės ar nacionaliniu lygiu. Programos sudaro galimybę skatinti eksportą bei plėsti rinkas, sumažina ar pašalina kliūtis eksportuotojams bei teikia įvairių formų pagalbą tiek esamiems, tiek potencialiems eksportuotojams. Jas paprastai koordinuoja vyriausybės agentūros (Ahmed U. Z. et al., 2002).

Eksporto skatinimo programos ugdo didesnę kompetenciją, gebėjimus įmonėse. Siūlomos įvairios programos, kurias sudaro seminarai potencialiems eksportuotojams, konsultacijos, skatinančios pardavimų iniciatyvą vietinėse įmonėse, siūlančios dalyvavimą užsienio prekybos renginiuose, pasirengimą rinkos analizei ir eksporto naujienas (Czinkota M. R., 2002). Pasak Francis J., Collins-Dodd C. (2004), visų pirma, įmonėms yra pateikiama ar lengvatinėmis sąlygomis parduodama informacija apie užsienio rinkas, jų tyrimus, taip pat rengiami seminarai, susiję su

eksporto plėtra užsienio rinkose. Shamsuddoha A. K., Yunus A. M. (2006) teigia, jog eksporto skatinimo programos yra svarbios savo informatyvumu. Išskeltų uždavinių vykdymas padeda įmonėms įsisavinti užsienio rinkų ypatumus, planuoti ir organizuoti savo šalies pajėgumą gamyboje bei racionaliai paskirstyti išlaidas, taip pat išspręsti problemas, susijusias su teisinėmis procedūromis. Organizuojami seminarai, konsultacijos suteikia galimybę įmonių vadovams įgyti daugiau patirties ir žinių, įsisavinti informaciją apie užsienio rinkas, esamus pardavimus ir plėsti įmonės veiklą. Eksporto skatinimo programos sutaupo laiką ir investicijas. Remiantis Wilkinson T., Brouthers E. L. (2006), veiksmingos eksporto skatinimo programos leidžia padidinti įmonių pardavimus, plėstis į naujas rinkas, rasti naujus partnerius ir sukurti konkurencinį pranašumą. Eksporto sėkmę lemiantis veiksnys – sisteminga užsienio rinkų paieška, t.y. eksporto galimybių užsienio rinkose tyrimas bei dažnas apsilankymas jose (Pasak Johanson J. ir Vahlne J. – E., 2003). Pirmiausia įmonėms reikia skverbtis į pažįstamas užsienio rinkas, o vėliau plėsti savo produkciją į kitas rinkas. Tyrimai apie užsienio rinkas vis tik reikalauja daug laiko, pastangų ir lėšų, todėl ši priemonė turėtų būti inicijuota ir finansuota valstybinių institucijų (Vijeikis J., Mačys G., 2010). Reikia nepamiršti, kad eksporto skatinimas tai ne verslo veikla, o būdas, lengvinantis įmonių veiklą (Francis J., Collins - Dodd C., 2004). Pasak Julian C. C., Yunus M. A. (2009), įmonės, kurios orientuotos į eksporto didinimą, skatina ir šalies gerovę (t.y. gerina ekonominę situaciją).

Remiantis Wilkinson T., Brouthers L. E. (2006), Alvarez R. (2004), tarptautinės parodos yra veiksminga eksporto skatinimo priemonė. Jų metu įmonių atstovai gali surasti bei įgyti naujų klientų, gauti naudingos informacijos apie užsienio rinkas, perspektyvas jose. Parodos vyksta tam tikrose numatytose šalyse, kurių metu užmezgami ryšiai tarp eksportuotojų ir potencialių užsienio klientų. Wilkinson T., Brouthers L. E. (2006) taip pat išskiria verslo misijas, kurios dėl savo veiklos panašumo siejamos su organizuojamomis parodomis – abi eksporto skatinimo priemonės suteikia galimybę įmonių vadovams (atstovams) pasinaudoti renginio metu skleidžiama informacija bei susitikti su potencialiais partneriais pirkėjais ir plėtoti tolimesnius bendradarbiavimo ryšius. Remiantis Alvarez R. (2004), verslo misijų metu suteikiama žinių apie eksporto procesą. Verslo misijos skiriasi tuo, jog dažniausiai renginiui vadovauja tam tikro produkto specialistas arba aukštas vyriausybės pareigūnas, kuris organizuoja susitikimą su potencialiais pirkėjais ir pardavėjais sutartoje šalyje. Pasak Seringhaus F. H. R., Rosson P. J. (1990), Wilkinson T., Brouthers L. E. (2006), prekybos misijos nėra tokios naudingos kaip tarptautinės parodos ar jų metu organizuojamos kontaktų mugės. Spence M. M. (2003) teigia priešingai - verslo misijos yra tinkamos tik ilgalaikiai eksporto plėtrai, o Wilkinson T., Brouthers L. E. (2006) prieštarauja ir teigia, jog verslo misijos – tai geriausias būdas pritraukti investicijas. Kaip matoma, yra įvairių autorių nuomonių, tačiau, kuri priemonė efektyvesnė, gali įvertinti tik įmonės, dalyvavusios minėtuose renginiuose.

Czinkota M. R. (2002) teigia, jog biurokratizmo mažinimas eksporte taip pat prisidėtų prie eksporto plėtos. Įvairūs reikalavimai eksporto licencijoms arba įvairių vyriausybinių agentūrų leidimai ir eksporto kontrolės sistemos trikdo eksportą. Išsamios, itin formalios ir sudėtingos taisyklės bei procedūros apsunkina eksporto plėtrą (Zhou T., Lin G.-J., 2010). Vyriausybė iš dalies gali panaikinti kliūtis ir skatinti eksportą. Taip pat, antimonopolizacija eksporto srityje skatina formuotis įmones, kurios gali teikti paslaugas ar parduoti gaminamą produkciją be valdžios įsikišimo. Czinkota M. R. (2002) pabrėžia, jog biurokratija – tai vienas iš pagrindinių eksporto barjerų.

Yin X. ir Yin X. (2005) valiutos devalvaciją iš dalies priskiria prie eksporto skatinimo priemonių. Devalvacija sumažina eksportuojamų prekių kainą (vertinant užsienio valiuta) ir pagyvina eksportą, tačiau iš užsienio importuotos prekės brangsta bei darosi sunkiau įperkamos šalies gyventojams. Moravcsik A. (2012), pritaria ir teigia, jog valiutos devalvacija mažina eksporto kainas, bet didina importo kainas. Apskritai, vyriausybė turėtų sumažinti išlaidų lygį ir daugiau lėšų skirti eksporto finansavimui. Valiutos devalvacija skatina įmones padidinti savo parduodamą produkciją užsienyje (Paul S., 2006), tačiau šalims, kurių užsienio prekybos balansas yra neigiamas, devalvacija gali būti skausminga. Dėl valiutos svyravimų net sėkmingai išplėtoti verslo planai gali sugriūti ir visos rinkos gali „pranykti“. Globalaus bendradarbiavimo siekis – rasti finansinę struktūrą, kuri siūlo stabilumą įmonėms (Czinkota, 2002). Valiutos devalvacija nėra tinkamiausia priemonė eksporto skatinimui.

Muito mokesčio grąžinimas – netiesioginis eksporto gamybos finansavimas - taip pat įvardinama kaip eksporto skatinimo priemonė (Mah J. S., 2007). Pagal Hibbert P. E. (2007), anksčiau muito grąžinimas buvo plačiai naudojama lengvata, kai importuotas žaliavas atleisdavo nuo mokesčių, jei jos būdavo naudojamos eksportuojamiems produktams gaminti. Priklausomai nuo kilmės šalies, kainų lygio ir valiutų kurso, tokia mokesčių politika padėdavo įmonėms sumažinti nuostolį, kurį sukelia kainos ir tapti konkurencingomis iš pasiūlos pusės.

Valstybės sunkmečio metu yra būdingas prekinio kredito draudimas - padidėjus neatsiskaitymo už prekes rizika. Dalį prekinio draudimo rizikos prisiima valstybė. Ši finansinė priemonė mažina eksporto riziką, didina eksportuojamosios produkcijos gamybai skirtas apyvartines lėšas ir skatina rinktis didesnės rizikos šalis (Vilkė R., Bernatonytė D., 2009). Pasak Jones M. P. (2010), prekinio kredito draudimas – tai draudimo polisas ir rizikos valdymo produktas, apimantis mokėjimo riziką, kylančią iš prekių ar (ir) paslaugų pristatymo. Prekinio kredito draudimas paprastai apima pirkėjų *portfolio* ir mokama sutarta procentinė dalis nuo važtaraščio arba nuo gautinos sumos, kuri lieka neapmokėta dėl užsitiesusių įsipareigojimų, nemokumo ar bankroto. Ši priemonė reikalinga tam, kad verslo subjektai (ne privatūs asmenys) nepatirtų nuostolio dėl skolininkų. Prekinis kredito draudimas apima ir nuostolius, atsiradusius dėl politinės rizikos, tokios kaip valiutos nekonvertabilumas, taip pat dėl karo, pilietinių neramumų, dėl nusavinimo, nacionalizavimo. Prekinis kredito draudimas apima

vieną ilgojo laikotarpio sandorį arba prekybą tik su vienu stambiu pirkėju. Nors prekinio kredito draudimas žinomas kaip užsienio ar eksporto gautinų sumų apsaugos priemonė, tačiau anksčiau draudimas buvo naudojamas ir šalies vidaus gautinų sumų apsaugai.

Svarbus aspektas - šalies įvaizdžio kūrimas, kuris skatina eksportą. Remiantis Martišium M. (2009), per pastaruosius keletą metų vis kilo diskusijos dėl Lietuvos kaip valstybės įvaizdžio, o sėkmingu savęs pateikimo pasauliui pavyzdžiu buvo laikoma Estija. „Nors nuomonių Lietuvos įvaizdžio klausimu galima išgirsti įvairių, tačiau tampa akivaizdu, kad šalies įvaizdžio kūrimo atsisakyti negalima“ (Martišius M., 2009, p. 118.). Norint pritraukti užsienio prekybos partnerius, kurie padidintų eksporto srautus, itin svarbu sudaryti patrauklų šalies įvaizdį. Tai galima įgyvendinti, pradedant nuo informatyvių internetinių svetainių ir publikacijų platinimo, kuriuose būtų pateikiama konkurencinga lietuviška produkcija, atskleidžiamos verslo galimybės, transporto paslaugos ir pan. (Vijeikis J., Mačys G., 2010). Valstybės įvaizdžio kūrimas reikalingas ne vien emociniam pasitenkinimui, bet ir siekiant komercinės naudos – padidinti atvykstančių turistų srautą, pritraukti didesnes investicijas ar padidinti prekių eksportą. Juk šiuolaikinėje visuomenėje vaizdiniai, įvaizdžiai turi didelį vaidmenį (Martišius M., 2009). Šalies įvaizdis daro didelį poveikį vartotojų nuomonės apie produkciją formavimui (Roth K. P., Diamantopoulos A., 2009).

Meilienė E., Snieška V. (2005), išskiria keturias Lietuvos ekonominės politikos priemones, darančias įtaką eksportui - tai horizontaliosios, sektorinės, vidaus politikos ir užsienio politikos priemonės (žr. 2 lentelė).

2 lentelė. Lietuvos ekonominės politikos priemonės

	Horizontalios priemonės	Sektorinės priemonės
Vidaus politikos priemonės	1) Mokesčių politika; 2) Darbo santykių reguliavimas; 3) Žemės naudojimo ir jos įsigijimo reguliavimas; 4) Įėjimo į rinką reguliavimas;	1) Subsidijos remiamoms ekonomikos šakoms ar įmonėms (žemės ūkiui, didelę pridėtinę vertę kuriančioms šakoms); 2) Klasterių skatinimas; 3) Investicijos į tyrimus ir plėtrą;
Užsienio politikos priemonės	1) Muitų ir netarifinių kliūčių mažinimas derybose Pasaulio prekybos organizacijoje (PPO); 2) Regioninių preferencinių prekybos susitarimų sudarymas; 3) Valstybės institucijų ir atstovybių užsienyje darbuotojų kvalifikacijos kėlimas;	1) Eksportuotojų mokymas; 2) Metiniai apdovanojimai; 3) Sąlygų kreditams gauti gerinimas; 4) Informacijos apie užsienio rinkų reguliavimą kaupimas; 5) Dalyvavimo parodose rėmimas;

Šaltinis: Vilpišauskas R., 2004, p. 61 ir Meilienė E., Snieška V., 2005, p. 49

Horizontaliosios priemonės daro panašią įtaką šalies įmonėms, nepriklausomai nuo veiklos pobūdžio, sektorinės – yra nukreiptos į konkrečias šakas, įmones, vidaus politikos priemonės veikia visas Lietuvos įmones, o užsienio politikos - daro įtaką užsienio prekybos sąlygoms, nes apima priemonės, skirtas užsienio prekybos konkurencingumui didinti ir eksportui mažinti. „Horizontalios vidaus ekonominės politikos priemonės yra būtina sąlyga įmonių konkurencingumui (kartu ir eksportui) augti“ (Meilienė E., Snieška V., 2005, p. 50).

Pagal Meilienę E., Sniešką V. (2005), „didžiausią teigiamą poveikį mažiausiomis biudžeto sąnaudomis turi horizontalios vidaus ekonominės politikos priemonės“. Jos nereikalauja papildomų biudžeto lėšų, yra efektyvios ir tikslingos verslo plėtros sąlygų sudarymo požiūriu. Priemonės orientuotos į siekį sumažinti reguliacinius, mokestinius ir kitokio pobūdžio apribojimus įmonėms užimti naujas rinkas. Taip pat siekiama sudaryti palankias sąlygas įmonių konkurencingumui ES rinkoje bei mažinti mokesčius, kurių dydis pritraukia tik menką dalį TUI. Remiantis Vilpišausku R. (2004), horizontalios vidaus ekonominės politikos priemonės, tokios kaip mokesčių politika, darbo santykių reguliavimas, žemės naudojimo ir jos įsigijimo reguliavimas bei patekimo į rinką reguliavimas, įtakoja visas įmones, o rezultatas nematomas iš karto. „Horizontalios vidaus ekonominės priemonės turėtų būti laikomos ekonominės politikos pagrindu – būtent nuo jų priklauso verslo konkurencingumo plėtra Lietuvoje, eksporto didėjimas, santykinų pranašumų efektyvus panaudojimas“ (Vilpišauskas R., 2004, p. 62). Pasak Vilpišausko R. (2004), horizontaliosios užsienio politikos priemonės – muitų ir netarifinių kliūčių mažinimas derybose PPO, regioninių preferencinių prekybos susitarimų sudarymas bei valstybės institucijų ir atstovybių užsienyje darbuotojų kvalifikacijos kėlimas - itin didelę įtaką daro eksportui. „Svarbiausios jų yra kliūčių konkurencijai ir patekimui į užsienio rinkas mažinimas (t.y. importo muitų ir netarifinių apribojimų šalinimas“ (Meilienė E., Snieška V., 2005, p. 50). Atlikta įmonių apklausa atskleidė, jog importo muitai bei netarifiniai apribojimai – didžiausia kliūtis eksporto plėtrai (Vilpišauskas R., 2004). „Šalinant prekybos kliūtis, sukuriama sąlyga konkurencijai visoje šalyje, o, atsižvelgiant į Lietuvos ekonomikos dydį, užsienio prekybos teigiamas poveikis laikytinas ypač svarbiu dalyku“ (Vilpišauskas R., 2004, p. 63). Minėtomis priemonėmis galima sėkmingai didinti įmonių produkcijos pardavimus bei sudaryti konkurencinį spaudimą.

Sektorinės vidaus prekybos priemonės - subsidijas, kuriomis remiamos ekonomikos šakos ar įmonės (žemės ūkis, didelę pridėtinę vertę kuriančios šakos), klasterių skatinimas bei investicijos į tyrimus ir plėtrą – laikomos neefektyviomis. Didžiausia problema – susitelkimas į tam tikras įmones, o naujai įsikūrusios įmonės lieka nuošalyje. Pasak Vilpišausko R. (2004), anksčiau minėtos priemonės buvo itin dažnai naudojamos, tačiau šiomis dienomis nėra populiarios ir taikomos tik kai kuriose srityse, tokiose, kaip žemės ūkis. Sektorinių vidaus priemonių vienas iš pagrindinių neigiamų padarinių, „mažinamas rinkos dalyvių gebėjimas reaguoti į pokyčius rinkoje, ypač į santykinį šalies

pranašumų pasikeitimą“ (Vilpišauskas R., 2004, p. 65). Vyriausybės įsikišimas skatina įmonių lūkesčių nepasiteisinimą, finansinių resursų švaistymą ir didėjančią korupciją.

Svarbu paminėti sektorines užsienio politikos priemones – tai eksportuotojų mokymai, metiniai apdovanojimai, sąlygų kreditams gauti gerinimas, informacijos apie užsienio rinkų reguliavimą kaupimas, dalyvavimo parodose rėmimas. Pasak Vilpišausko R. (2004), šios priemonės paplitusios, nes „nedaroma tiesioginė žala kitoms šalims“ (Vilpišauskas R., 2004, p. 64). *Nors sektorinės užsienio prekybos politikos priemonės tikslingesnės nei tiesioginės subsidijos tam tikroms įmonėms ar šakoms, reikia turėti galvoje, kad jos yra rizikingos ir gali turėti šalutinį poveikį. Jų rizikingumas labiausiai susijęs su nepakankamu įmonių poreikių įvertinimu, t. y. informacijos apie rinką trūkumu, būdingu valstybės institucijoms* (Vilpišauskas R., 2004, p. 64).

Lietuvos atveju, informaciją apie užsienio rinkų reguliavimą, dalyvavimą parodose remia ES. Pasak Dumčiuvienės D., Stravinsko T. (2012), nuo daugelio veiksnių priklauso, ar ES paramos naudojimas pasiekia numatytus tikslus. Svarbiausia, kad ES skiriamos lėšos būtų panaudojamos tikslingai bei efektyviai. „Svarbu, kad ES lėšos būtų veiksmingai naudojamos visoje valstybėje, o sukurti mechanizmai atitiktų nacionalinius prioritetus“ (Dumčiuvienė D., Stravinskas T., 2012, p. 1349). ES lėšos įtakoja verslo plėtrą, tačiau paramą gauna tik numatyti pirmenybiniai sektoriai.

Pažymėtina, jog ES lėšos, jų paskirstymo, įsisavinimo procesas skatina korupciją šalyje: rinkos dalyviai, siekdami sau naudos, gali įtakoti ES fondų valdymo subjektų sprendimus. „ES struktūriniai fondai dažnai finansuoja projektus, kurie nėra ekonomiškai efektyvūs, nes jie paveikti politinių motyvų“ (Dumčiuvienė D., Stravinskas T., 2012, p. 1349). Galima daryti išvadą, jog ES skiriamos lėšos, jų nauda priklauso nuo ekonominio vystymosi aplinkos, t.y. nuo mokesčių, valstybinių įstaigų, verslo sąlygų, reguliavimo ir pan. (Dumčiuvienė D., Stravinskas T., 2012). Kiekybiškai įvertinti ES struktūrinių fondų paramos įtaką šalies ekonomikai yra pakankamai sunku - tam reikia nustatyti tiesioginį ir netiesioginį poveikį įvairioms priemonėms. Vis tik norint įvertinti valstybės ekonomikos perspektyvas, tikslingiausia yra analizuoti einamųjų metų plėtrą. (Dumčiuvienė D., Stravinskas T., 2012).

„Eksporto skatinimas ir importo ribojimas palaiko nuolatinį prekybos balanso perteklių“ (Staskevičiūtė G., Tamošiūnienė R., 2010, p. 161). Pasitaiko atvejų, kai šalys, siekdamos padidinti eksporto apimtį, taiko įvairias priemones, pavyzdžiui, antidempingo, protekcines bei įvairias netarifinio reguliavimo priemones. Šias priemones valstybė privalo taikyti tik atitikus tam tikras metodikas, skaičiavimus. „Nors tarptautinėje prekyboje kiekybiniai apribojimai palaipsniui naikinami (daugelis valstybių jų visai netaiko), tačiau kai kurios valstybės, ypač besivystančios, siekdamos apsaugoti vietinius gamintojus, juos iki šiol taiko“ (Meilienė E., Snieška V., 2005, p. 51).

Rinkos ekonomikoje eksportas užima svarbią vietą, todėl eksporto pelningumas yra tinkamas sėkmingo eksportuotojo apdovanojimas. Nepaisant to, vyriausybės prižiūri eksporto politiką, kuri

reguliuoja, skatina ir apsaugo eksportą. Pasak Czinkota M. R. (2002), pagrindinės šios intervencijos priežastys: kliūtys prekybiniuose ryšiuose su užsienio rinkomis, rinkos spragų sprendimas ir prekybos deficito mažinimas.

Remiantis Vilke R., Bernatonyte D. (2009), norint rasti tinkamas priemones, skatinančias eksporto plėtrą, reikia įvertinti Lietuvos smulkių ir vidutinių įmonių eksporto plėtrą - šios įmonės ypatingai lemia šalies gerovę. Įmonės eksportas priklauso nuo elgsenos, organizuotumo, struktūros ir aktyvios veiklos (Heron R. B., 1980). Calof L. J. (1994) pritaria ir teigia, jog įmonės dydis yra tiesiogiai susijęs su eksporto elgsena, o Andrew B. B., Jensen J. B. (2004) papildo, jog įmonės skatinimą eksportuoti įtakoja turima darbo jėga, gaminama produkcija ir pan. Smulkios ir vidutinės įmonės siekia didesnių pardavimų, didesnio pelno ir verslo klestėjimo, siekia išnaudoti visą gamybos pajėgumą, išvengti rizikos perpildytose rinkose, mažinti priklausomybę nuo vidaus rinkos ir orientuotis į užsienio rinkas (Leonidou L. C. et. al., 2007, Blesa A., Ripolle's M., 2008 ir Kuppusamy J., Anantharaman R. N., 2012). Pagrindinis įmonių tikslas yra didinti pardavimus, remiantis konkurenciniu pranašumu, o eksportas į užsienio rinkas tiesiog tampa natūralia pardavimų didinimo priemone (Pupeikienė I., 2010).

Remiantis Jungtinių Amerikos Valstijų (JAV) eksporto skatinimo agentūrų tyrimo ataskaita (2004) bei Grigoryan K. (2011), išskiriamos įmonių kategorijos pagal suinteresuotumą eksportuoti (žr. 3 lent.).

3 lentelė. Įmonių kategorijos pagal suinteresuotumą eksportuoti

Kategorijos		Charakteristikos
Pagal Jungtinių Amerikos Valstijų (JAV) eksporto skatinimo agentūrų tyrimo ataskaitą (2004)	Nesuinteresuotos įmonės	Nesuinteresuotos dėl per didelės rizikos ir išlaidų
	Suinteresuotos įmonės	Neeksportuojančios savo produkcijos/paslaugų, bet suinteresuotos tuo užsiimti
	Pradedančios eksportuoti įmonės	Įvykdžiusios vieną eksporto sandėrį, bet neturinčios pastovios tikslinės rinkos

3 lentelės tęsinys kitame puslapyje

3 lentelės tęsinys

Pagal Jungtinių Amerikos Valstijų (JAV) eksporto skatinimo agentūrų tyrimo ataskaitą (2004)	Igūdžių eksporte turinčios įmonės	Nuolatos eksportuojančios gaminamą produkciją, teikiamas paslaugas ir turinčios savo nišą rinkoje
Pagal Grigoryan K. (2011)	Nereguliariai eksportuojančios	Mažai suinteresuotos užsienio rinkos plėtra
	Reguliariai eksportuojančios vidaus rinkoje	Aktyviai tiriančios eksporto galimybes, bet šiuo metu eksportuojančios mažiau nei 10 procentų visų pardavimų
	Pastoviai, nuosekliai eksportuojančios į užsienio rinkas	Eksporto į užsienio rinką patirtį turinčios ir eksportuojančios daugiau nei 10 procentų visų pardavimų

Šaltinis: sudaryta darbo autorės, remiantis Jungtinių Amerikos Valstijų (JAV) eksporto skatinimo agentūrų tyrimo ataskaita, 2004 ir Grigoryan K., 2011

Pateiktoje lentelėje matoma, jog tyrimo ataskaitoje (2004) išskiriamos keturios įmonių kategorijos – tai nesuinteresuotos dėl per didelių išlaidų ir patiriamos rizikos; suinteresuotos – įmonės, norinčios pradėti eksportuoti savo produkciją į užsienio rinkas, bet neturinčios pakankamai žinių ir įgūdžių; pradedančios - įmonės, pradedančios eksporto veiklą ir siekiančios atrasti savo tikslinę rinką; įgudusios – įmonės, turinčios savo tikslinę rinką ir vykdančios eksporto plėtrą, ieškomos naujų nišų pasaulinėje rinkoje. Grigoryan K. (2011) išskiria tik tris įmonių kategorijas, kuria įvardina kaip nereguliariai eksportuojančias, reguliariai, bet vidaus rinkoje eksportuojančias ir reguliariai į užsienio rinkas eksportuojančias įmones. Tiek tyrimo metu surinktos medžiagos informacija, tiek Grigoryan K. (2011) kategorijų skirstymas panašus, tik įvardijama skirtingai. Pastebima, jog Grigoryan K. (2011) neišskiria įmonių kategorijos, kurios yra visiškai nesuinteresuotos eksportuoti savo gaminamą produkciją ar teikiamas paslaugas.

Apskritai, įmonės skverbimasis į užsienio rinkas – didelis pasiryžimas (Ahmed Z. U. et al., 2002). Norint prisitaikyti ir konkuruoti tarptautiniu mastu, įmonės turi keisti savo strategijas, koreguoti produkciją pagal užsienio šalių poreikius (Dzemydaitė ir kt., 2012). Pasak Pupeikienės I. (2010), daugeliui įmonių eksporto plėtra nėra verslo strategijos tikslas, „kadangi kai kurioms įmonėms dėl rinkoje esančios situacijos ir pačių įmonių ar jų teikiamų produktų ir paslaugų savybių neapsimoka eksportuoti“ (Pupeikienė I., 2010, 1 psl.). Remiantis Dzemydaite G. ir kt. (2012), dauguma įmonių, vietoj to, kad taptų tarptautinėmis, pajvairina savo veiklą ir orientuojasi vidaus rinkoje. Taip pat dėl

informuotumo apie teikiamas eksporto skatinimo priemones, dauguma smulkaus ir vidutinio verslo įmonių produkciją eksportuoja vietinėje rinkoje ir neturi galimybių plėsti savo veiklos. Dėl šios priežasties, Dzemydaitė G. ir kt. (2012) atliko tyrimą, kuriame akivaizdžiai matomas būtent Lietuvos vyriausybės veiklos pasyvumas. Tyrimo metu buvo apklausta 130 Lietuvos pramonės įmonių vadovų, siekiant išsiaiškinti, kokia Lietuvos įmonių dalis Lietuvoje naudoja eksporto skatinimo priemones. Apklausą parodė nepakankamą Lietuvos eksporto plėtros priemonių išnaudojimą – apie 14 % finansavo iš savo asmeninių lėšų. Pasak Dzemydaitės G. ir kt. (2012), „tai rodo nepakankamą informacijos sklaidą verslo sektoriui apie galimybes gauti valstybės dotacijas bei santykinai dideles laiko sąnaudas administruojant valstybės paramą, ypatingai atsižvelgiant į sparčius tarptautinių rinkų paklausos pokyčius“.

Kai kurie moksliniai darbai nagrinėja įmonių vadovų turimos praktikos įtaką eksporto plėtrai bei eksporto įsipareigojimų vykdymus. Remiantis Blesa A., Ripolle M. (2008), tarptautinis įsipareigojimas priklauso nuo vadovo požiūrio, kiek išteklių skirti užsienio eksporto veiklai. Eksporto įsipareigojimas yra daugiau nei pelno siekis ar poreikių bei lūkesčių atitikimas užsienio pirkėjams. Pasak Blesa A., Ripolle M. (2008), tvirtas įmonės įsipareigojimas produkcijos eksportui pasireiškia įvairiais būdais: tam tikros struktūros kūrimu, eksporto planavimu bei kontrole, vadovų, atsakingų už tarptautinę veiklą, patirtimi bei polinkiu tirti užsienio rinkas. Taip pat verslo taktikos, rinkodaros veiklos keitimu. Pasak Johanson J., Vahlne J.–E. (2003), įsipareigojimai gali būti susiję su investicijomis į užsienio gamybos įmones, su platintojais užsienio rinkose bei su bendradarbiavimo susitarimais su kitomis užsienio įmonėmis. Įmonės eksporto plėtra pirmiausia priklauso nuo vadovų sprendimų, motyvacijos ir praktikos, nes jie sprendžia įmonės organizacinius reikalus, įmonės ateities kryptį (Kuppusamy J. ir Anantharaman R.N., 2012). Pasak Анатольевна Д. М. (2008), įmonės turi turėti savo eksporto plėtros programas, kurią turėtų sudaryti trys dalys – bendroji, organizacinė ir prognozavimo dalis. Bendrojoje dalyje nurodomos eksporto veiklos tobulinimo kryptys, nustatomos priemonės, didinančios eksporto operacijų efektyvumą ir jų realizavimo būdus. Organizacinę eksporto plėtros programos dalį sudaro įvardintų priemonių nurodymai ir sąlygos, pateikiami vykdytojų sąrašai bei reikalingi resursai, o prognozuojamoje dalyje turi būti aprašomas laukiamas programos rezultatas ir galimos rizikos.

Vertinant iš vyriausybės perspektyvos, tarptautiniai verslo sandoriai įtakoja reikšmingas ekonomines bei politines pasekmes, todėl vyriausybė imasi atitinkamų priemonių, lengvinančių tarptautinę prekybą ir skatinančių eksporto plėtrą (Ahmed U. Z. et al., 2006). Pasak Yin X., Yin X. (2005), dažnai kyla klausimas dėl ekonominio pagrįstumo, imantis atitinkamų eksporto skatinimo priemonių: kokios problemos dar yra išsprendžiamos, neskaitant politinių ir socialinių? Toks klausimas kyla dėl to, kad dažniausiai skatinimo priemonės lemia tik mažesnes gamybos sąnaudas arba didesnes gamintojų kainas (Yin X., Yin X., 2005), todėl aktualu įvertinti eksporto skatinimo priemonių

efektyvumą. Tik pasiektas didžiausias naudojamų eksporto skatinimo priemonių efektyvumas lemia įmonės sėkmę užsienio rinkoje (Анатољевна Д. М., 2008).

Remiantis Wilkinson T., Brouthers L. E. (2006), efektyvumas apibrėžiamas kaip ryšys tarp numatomų priemonių ir įmonių įdirbio. Taip pat efektyvumas gali būti įvardijamas kaip gebėjimas minimaliomis išlaidomis pasiekti kuo geresnį rezultatą (Wilkinson T, Brouthers L. E. (2006), Djellal F., Gallouj F. (2009)) . Remiantis Verslo terminų žodynu, efektyvumas – tai visuma veiksmų, kuriais siekiama didinti pelną mažinant nuostolius (išlaidas), o Ekonomikos terminų žodyne efektyvumas apibrėžiamas kaip veiksmingas išteklių panaudojimas, kai rezultatas pasiekiamas mažiausiomis sąnaudomis arba kaip turimų išteklių naudojimas, siekiant maksimalaus įmanomo rezultato. Ambrazaitytė G. (2010), Grigoryan K (2011), efektyvumą įvardina kaip santykį tarp naudojamų išteklių ir pagamintos produkcijos. Geriausias rodiklis efektyvumui įvertinti – eksporto pelningumas.

Ambrazaitytė G. (2010) taip pat išskiria tris efektyvumo tipus – tai alokacinis, technologinis (techninis) ir dinaminis. Pirmasis tipas reiškia, jog efektyvumas pasiekiamas naudojant geriausius turimus išteklius, antrasis tipas – technologinis (techninis) efektyvumas – pasiekiamas visišku nuostolių nebuvimu, kai turimi ištekliai panaudojami geriausiai, o dinaminis efektyvumas - trečiasis tipas – priklauso nuo inovacijų, t.y. konkurencija, įtakodama naujų technologijų diegimą įmonėse, lemia dinaminį efektyvumą. Pažymėtina, jog šie efektyvumo tipai dažniausiai taikytini vertinant įmonių / organizacijų veiklą.

Djellal F., Gallouj F. (2009), taip pat pažymi, jog efektyvumas gali būti vertinamas dviem skirtingais, bet vienas kitą papildančiais požiūriais – tai finansinis ir techninis efektyvumas. Finansinis efektyvumas gali būti vertinamas pelningumo rodikliais, o techninis efektyvumas apibrėžiamas kaip produkcijos apimtys ir sąnaudų santykis. Apskritai, efektyvumas – tai įmanomų geriausių rezultatų siekimas turimų resursų pagalba.

Siekiant įvertinti eksporto skatinimo priemonių efektyvumą, reikia sukurti eksporto plėtros ir skatinimo veiksmų nuolatinio stebėjimo bei vertinimo sistemą, kuri, beje, pareikalaus nemažai lėšų. Kita vertus, jos funkcionavimu turi būti suinteresuoti ūkio subjektai – eksportuotojai, kurie teiktų reikalingą informaciją. Kadangi absoliuti programos priemonių dauguma yra tiesioginė parama, pasiekti tokį suinteresuotumą, problematiška (Jakutis A. ir kt., 2007, 277 psl.). Norint įvertinti eksporto skatinimo priemonių efektyvumą, reikia duomenų apie vykdytas eksporto skatinimo priemones, panaudotas lėšas, gautus rezultatus (naudą) ilguoju laikotarpiu (praėjus daugiau nei vieneriems metams po priemonės įsisavinimo), taip pat apibrėžti naudos vertinimo kriterijus bei eliminuoti kitų veiksnių įtaką eksporto skatinimui. Tai padaryti išties sudėtinga, nes eksporto apimtys įtakoja daug įvairių veiksnių, tokių kaip aplinkos pokyčiai, valiutų kurso svyravimai, įvairūs pasikeitimai rinkose ir kt.. Įvertinti jų daromą poveikį eksportui - beveik neįmanoma (Jakutis A.,

2006). Pasak Jakučio A. (2007), eksporto skatinimo priemonių efektyvumą galima įvertinti nebent remiantis gaunamu pelnu iš eksporto apimčių augimo, naujų darbo vietų sukūrimu ir pan.

Apibendrinant galima teigti, jog pagrindinės eksporto skatinimo priemonės - rengiami seminarai, konsultacijos, organizuojamos parodos, mugės, atliekami užsienio rinkų tyrimai, subsidijos. Kokios eksporto skatinimo priemonės yra teikiamos valstybėje, priklauso nuo tokių aplinkybių, kaip kultūrinės, politinės bei ekonominės. Lietuvoje taikomos būtent minėtos pagrindinės eksporto skatinimo priemonės. Žinoma, privaloma eksporto skatinimo programa, kuria remiantis, būtų kryptingai vykdoma eksporto plėtra. Svarbu sudaryti palankias sąlygas verslui vystyti ir sukurti konkurencingos šalies, o tuo pačiu ir įmonės, įvaizdį.

Siekiant įvertinti eksporto skatinimo priemonių efektyvumą, valstybėje turėtų būti sukurta eksporto skatinimo priemonių veiksmingumo stebėjimo bei vertinimo sistema, kuria būtų galima remtis, vertinant naudojamas ar panaudotas priemones. Būtina pažymėti, jog eksporto skatinimo priemonių efektyvumas priklauso ne tik nuo Vyriausybės vykdomos eksporto skatinimo politikos, bet nuo įmonės įgūdžių, pasirengimo eksportuoti, įmonės vadovų kompetencijos, sprendimų, skiriamų lėšų eksporto skatinimo priemonėms, taip pat nuo noro keisti eksporto plėtros strategijas, koreguoti produkciją pagal užsienio šalių poreikius, keisti verslo taktiką bei rinkodarą. Atsižvelgiant į tai, yra išskiriamos įmonių kategorijos pagal suinteresuotumą eksportuoti. Taigi, norint rasti tinkamas priemones, skatinančias eksporto plėtrą, reikia įvertinti smulkių ir vidutinių įmonių eksporto plėtrą, nes šios įmonės ypatingai lemia šalies gerovę. Efektyvus eksporto skatinimas šaliai yra gyvybiškai svarbus šiuolaikinėmis globalizacijos sąlygomis, todėl reikia įvertinti įmonių eksporto plėtrą, nustatyti eksporto skatinimo priemonių efektyvumą.

1.3. Eksporto skatinimo priemonių teisinis reglamentavimas

Laikui bėgant prekybos aplinka pasikeitė, kuri įtakojo eksporto poreikius bei galimybes. Keletas derybų raundų sėkmingai padėjo sumažinti eksporto barjerus: sumažinti aukšti tarifai, nustatytos ir sumažintos netarifinės kliūtys. Vienas iš raundų – Dohos raundas. 2001 m. Dohoje (Katare) įvyko 4-oji Pasaulio prekybos organizacijos (PPO) Ministrų konferencija, vadinama Dohos derybų raundu. Šis derybų raundas orientuotas į besivystančių šalių poreikius, kurio rezultatai - rinkų atvėrimas žemės ūkio ir maisto, pramonės prekėms bei paslaugoms, sumažinti prekybą iškraipiančias subsidijas ir kitas neteisėtas paramos formas trečiosiose šalyse, užtikrinti efektyvesnę rinkos apsaugos instrumentų taikymą bei apibrėžti naujas priemones tarptautinės prekybos palengvinimui.

Eksporto kontrolė taip pat pasikeitė. Prieš keletą dešimtmečių vyriausybė itin kišosi į eksporto skatinimą. Šiomis dienomis, tarptautiniai susitarimai labai riboja vyriausybės įsikišimą, todėl esminis eksporto plėtros veiksnys - eksporto vykdymo teisinis reglamentavimas ir jo tobulinimas.

Eksportas iš Lietuvos vykdomas, vadovaujantis PPO nustatytais tarptautinės prekybos principais, ES reglamentais bei įvairiomis dvišalėmis ar daugiašalėmis tarptautinėmis sutartimis. PPO funkcijos - lengvinti įvairių prekybos susitarimų taikymą, administravimą ir veikimą, rengti daugiašales derybas dėl prekybos, spręsti ginčus, pasitelkiant organizacijos Ginčų sprendimo instituciją, peržiūrėti organizacijos narių nacionalinę prekybos politiką bei bendradarbiauti su kitomis tarptautinėmis organizacijomis, kad būtų užtikrinta darna formuojant pasaulio prekybos politiką. PPO reglamentuoja apie 96 proc. pasaulio prekybos. Visos jos narės prekiauja, remiantis organizacijos taisyklėmis, nustatytomis 38 Bendrojo susitarimo dėl muitų tarifų ir prekybos (GATT) straipsniuose ir 28 PPO sutartyse bei PPO steigimo sutarties prieduose, tokiuose kaip Bendroji sutartis dėl paslaugų teikimo (GATS) ir kt. Tokia prekybos taisyklių sistema ir vienodos konkurencijos sąlygos pasaulinę prekybą daro skaidresnę. Norint sukurti sėkmingą eksporto plėtros programą, labai svarbu remtis PPO taisyklėmis, teisės aktais bei sudarytomis sutartimis.

PPO prekybos taisyklės yra taikomos užsienio, vidaus prekybai ir su ja susijusioms kitoms ūkio sritims. Jų tikslas – gerinti ir skaidrinti verslo sąlygas. PPO taip pat nustatė principus, koks turi būti muitinis įvertinimas, licencijavimo procedūros, prekių kilmės įvertinimas, sanitarijos ir fitosanitarijos priemonių, standartų, techninių reglamentų taikymas, kaip turi būti taikomi mokesčiai, ypač netiesioginiai. Taip pat nustatė, kokie turi būti intelektinės nuosavybės teisių apsaugos reikalavimai. PPO numatytų principų tikslas – liberalizuoti pasaulinę prekybą, sukuriant visoms valstybėms vienodas prekybos taisykles. Pagrindinė sąlyga – nediskriminavimas (tai susiję su tarifinėmis, netarifinėmis priemonėmis – sertifikavimu, licencijavimu, kokybės ir ekologijos reikalavimais ir pan.), leidžiantis verslininkams prognozuoti bei planuoti prekybą, išskiriamas dviem principais - didžiausio palankumo statuso ir nacionalinio statuso. Nacionalinio statuso principu reikalaujama, kad prekės, patekusios į PPO narės rinką, būtų traktuojamos ne mažiau palankiai kaip lygiavertės vietos gamybos prekės ir paslaugos. Didžiausio palankumo statuso principu akcentuojama, jog kiekviena PPO narė turi vienodai palankiai traktuoti visų kitų narių prekes ir paslaugas (jeigu vienai PPO narei suteikiamos palankesnės sąlygos, tokios pat sąlygos turi būti suteikiamos ir visoms kitoms narėms).

PPO steigimo sutartyje dėl konkurencijos eksportuojant akcentuojama, jog „kiekviena valstybė narė įsipareigoja neteikti eksporto subsidijų kitaip, negu reikalauja ši Sutartis ir įsipareigojimai, nustatyti tos valstybės narės Įsipareigojimų sąrašė“ (PPO steigimo sutartis, V dalis, 8 straipsnis). PPO steigimo sutartyje dėl subsidijų ir kompensacinių priemonių nurodyta, kad subsidijos, kurių suteikimo vienintelė arba viena iš kelių sąlygų yra eksportas, draudžiamos, išskyrus PPO steigimo sutartyje dėl žemės ūkio nurodytus atvejus (PPO steigimo sutartis V dalis, 9 straipsnis). PPO Dohos raundo žemės ūkio modalumo projekte išsivysčiusioms šalims (ES) buvo numatyta iki 2010 metų 50 procentų mažinti eksporto subsidijas ir iki 2013 metų visiškai jų atsisakyti. Taip pat projekto įgyvendinimo laikotarpiu (iki 2013 metų) neturi būti taikomos eksporto subsidijos naujoms rinkoms ar naujiems

produktams, o naudodamasi kompensuotinomis subsidijomis nė viena PPO narė neturėtų daryti neigiamo poveikio kitos narės interesams. PPO nuostatose griežtai draudžiama subsidija kaip nesąžiningos konkurencijos padarinys. Priešingu atveju importuojančioms šalims leidžiama „atsakyti tuo pačiu“, t.y. kompensaciniais muitais. Grynasis subsidijos poveikis ir kompensaciniai muitai kartu, lemia pasaulio gerovę. Be to, subsidijos ne tik iškraipo eksportą, bet yra pakankamai brangu ir pačiai ES.

Narystė PPO Lietuvai teikia stabilumo ir patikimumo prekyboje, o tai itin svarbu mūsų prekybos partneriams bei investuotojams, taip pat skatina eksporto plėtrą – skatina konkurenciją bei gerina verslo sąlygas. Lietuvos prekybos politika turi užtikrinti tik tokias eksporto skatinimo priemones, kurios atitinka organizacijos reikalavimus ir teikia galimybę derėtis dėl palankesnių prekybos sąlygų su kitomis šalimis, taip pat sudaromos prielaidos Lietuvai dalyvauti darant įtaką pasaulinės prekybos procesams. Svarbu paminėti, jog Lietuvos eksporto skatinimo politika taip pat grindžiama principais, kurie nustatyti ES bendros prekybos politikoje, o Lietuva ES nare tapo 2004 metais.

Europos Sąjunga – vienas svarbiausių pasaulio prekybos regionų, kuris visada atliko svarbų vaidmenį struktūrose, kuriomis siekiama palengvinti pasaulio prekybą, t. y. Bendro muitų tarifų ir prekybos susitarime (GATT), o vėliau – PPO. ES vienas iš tikslų - prekybos prekėmis ir paslaugomis bei investicijomis liberalizacija, kuria siekiama užtikrinti prekybos augimą, taigi ir ekonominę gerovę. Lietuvai įstojus į ES, valstybinės institucijos tapo tiesiogiai atskaitingos Europos Sąjungos institucijoms ir jų kontroliuojamos.

ES veikla yra grindžiama teisinės valstybės principais - kad ir ką darytų ES, visa tai yra reglamentuojama sutartimis, kurias laisva valia ir demokratiškai pasirašo visos valstybės narės. Šiuose įpareigojančiuose susitarimuose nustatomi daugelio ES veiklos sričių tikslai. Visos taikomos eksporto paramos priemonės turi būti suderintos su ES teisės aktais.

Remiantis Konsoliduotos Europos Bendrijos (EB) steigimo sutarties 133 straipsniu, ES bendroji prekybos politika yra pagrįsta vienodais principais ir yra išskirtinė Europos Bendrijų kompetencijos sritis. Vadovaujantis Sutarties dėl ES veikimo 207 straipsniu, *bendra prekybos politika grindžiama vienodais principais, ypač keičiant muitų normas, sudarant susitarimus dėl muitų tarifų ir prekybos, susijusių su prekyba prekėmis ir paslaugomis bei intelektinės nuosavybės komerciniais aspektais, tiesioginėmis užsienio investicijomis, liberalizavimo priemonių suvienodinimu, eksporto politika ir prekybos apsaugos priemonėmis, pavyzdžiui, taikytinomis dempingo ar subsidijų atveju. Bendra prekybos politika vykdoma vadovaujantis Sąjungos išorės veiksmų principais ir tikslais*. Vienas pagrindinių reglamentų, kuris nustato bendrąsias eksporto taisykles – tai Tarybos Reglamentas Nr. 1061/2009 (prieš tai buvęs Tarybos Reglamentas Nr. 2603/69 – panaikintas), pagal kurį produktai iš Europos Ekonominės Bendrijos į trečiąsias šalis eksportuojami nevaržomai - jiems nenustatyti jokie

kiekybiniai apribojimai, išskyrus tuos apribojimus, kurie atitinka Reglamento Nr. 1061/2009 nuostatas (t.y. nustatomi dėl rinkos neįprastos raidos). Minėtame Tarybos Reglamente Nr. 1061/2009, numatyta, jog bet kurios apsaugos priemonės, kurių būtina imtis dėl Bendrijos interesų, turėtų būti priimtos deramai, atsižvelgiant į esančius tarptautinius įsipareigojimus.

Vertinant Europos Parlamento ir Tarybos direktyvos 2006/123/EB dėl paslaugų vidaus rinkoje (Paslaugų direktyva), galimą poveikį Lietuvos paslaugų eksporto konkurencingumui, pažymėtina, kad Paslaugų direktyvos nuostatų įgyvendinimas nėra tiesioginė paslaugų eksporto skatinimo priemonė, tačiau jos įgyvendinimas ES lygiu (t.y. teisinių kliūčių, susijusių su įsisteigimo laisve ir laisve teikti paslaugas, pašalinimas, galimybė Lietuvos paslaugų teikėjams, ypač paslaugas teikiančioms smulkiosioms ir vidutinėms įmonėms, pasinaudoti supaprastintomis administracinėmis procedūromis, įsisteigiant arba gaunant visus reikiamus leidimus teikti paslaugas per „vieno langelio“ sistemas) sukurtų prielaidas realizuoti jų konkurencinį pranašumą prieš kitus ES paslaugų teikėjus. Pažymėtina, kad ES teisės aktuose, reglamentuojančiuose valstybės pagalbos teikimą, yra numatytas apribojimas teikti pagalbą su eksportu susijusiai veiklai. Komisijos reglamente (EB) Nr. 800/2008, skelbiančiame tam tikrų rūšių pagalbą, suderinama su bendrąja rinka taikant Sutarties 87 ir 88 straipsnius, yra nuostata, kad šis reglamentas netaikomas pagalbai su eksportu susijusiai veiklai, t. y. pagalbai, tiesiogiai susijusiai su eksportuojamais kiekiais, platinimo tinklo kūrimu ir veikla, arba kitoms su eksporto veikla susijusioms einamosioms išlaidoms. Taip pat pagalbai, kuria remiamas vietinių prekių naudojimas vietoj importuojamų prekių.

Pagal Europos Bendrijos steigimo sutartį, negali būti ribojama konkurencija, ypač tada, kai subsidijuojamos tam tikros įmonės ar produktai. Išimtiniais atvejais gali būti taikomos tik tos subsidijos, kurios neiškraipo bendrosios rinkos. Minimali pagalba (de minimis) – tai pagalba, skiriama smulkaus ir vidutinio verslo skatinimui, naujų produktų pristatymui užsienio rinkose ar darbuotojų mokymams. Pagal Komisijos Reglamentą (KR) Nr. 1998/2006 dėl Sutarties 87 ir 88 straipsnių taikymo de minimis pagalbai, minimali pagalba neturėtų būti laikoma eksporto pagalba, kuri sudaro palankesnes sąlygas vietiniams produktams, lyginant su importuotais. Reglamentas negali būti taikomas pagalbai, naudojamai finansuoti platinimo tinklų kūrimą ir veikimą kitose šalyse. Kitokio pobūdžio pagalba, kuria padengiamas dalyvavimas prekybos mugėse, mokymuose arba konsultacijose dėl naujo ar esamo produkto pristatymo naujoje rinkoje, laikoma minimalia pagalba. De minimis pagalbos reglamentas – tai priemonė, kuria remiantis, valstybės narės gali greitai suteikti nedideles subsidijas įmonėms, pirmiausia smulkiojo ir vidutinio verslo (SVV) subjektams, nepranešdamos apie tai Europos Komisijai ir nepradėdamos jokios administracinės procedūros. Pagrindinis principas, taikomas valstybės pagalbai, nurodo tai, kad valstybės narės ar iš valstybės išteklių teikiama valstybės pagalba, kuri iškraipo arba kuri gali iškraipyti konkurenciją, išskiriant ir suteikiant privilegijų tam tikroms įmonėms arba prekėms, yra nesuderinama su bendra rinka tuomet, kai ji veikia valstybių narių

tarpusavio prekybą. Šia taisykle norima parodyti, kad sąžininga konkurencija tarp ūkio subjektų gali būti užtikrinta tik tada, kai ūkio subjektai veikia bendroje rinkoje naudodami nuosavus išteklius. Valstybės ir savivaldybių institucijos, teikdamos vienokio ar kitokio pobūdžio paramą, sudaro nevienodas konkurencijos sąlygas. Valstybės remiamas ūkio subjektas gali pagaminti produkciją žemesnėmis sąnaudomis nei jos konkurentai. Parama, atitinkanti minėtus kriterijus, yra draudžiama. De minimis taisyklė yra grindžiama prielaida, kad didžiąja dalimi atvejų nedidelė pagalba nedaro įtakos valstybių narių tarpusavio prekybai ir konkurencijai, todėl nėra laikoma valstybės pagalba pagal EB sutarties 87 straipsnio 1 dalį. Parama, neatitinkanti de minimis sąlygos, yra draudžiama.

Eksporto rėmimo politika daugelyje ES valstybių narių įgyvendinama vykdant eksporto kreditų draudimą. Tarybos direktyva 98/29/EB dėl pagrindinių nuostatų, taikomų eksporto kredito draudimui, apdraudžiant vidutinio ir ilgo laikotarpio sandorius, suderinimo yra perkelta į nacionalinę teisę 2006 m. rugsėjo 14 d. Ūkio ministro įsakymu Nr. 4-342 „Dėl Ilgalaikių sandorių, susijusių su eksportu, draudimo tvarkos aprašo patvirtinimo“. Direktyva taikoma sandorių, susijusių su valstybės narės kilmės prekių ir (ar) paslaugų eksportu, draudimui, jei parama teikiama valstybės lėšomis ar su valstybės pagalba. Bendras rizikos laikotarpis, įskaitant gamybos laikotarpį, turi būti ne trumpesnis nei dveji metai. Tarybos direktyvoje 98/29/EB dėl pagrindinių nuostatų, taikomų eksporto kredito draudimui nustatyta, kad ES valstybės narės turi užtikrinti, jog bet kuri institucija, tiesiogiai ar netiesiogiai teikianti draudimo paslaugas eksporto kredito draudimo, garantijos ar refinansavimo forma valstybės narės sąskaita arba atstovaujanti valstybės narės vyriausybei, veikianti su jos parama ar jos kontroliuojama ir (ar) jos įgaliota, draudžia eksporto kreditus, jei šis eksportas skirtas ne Europos Bendrijos šalims ir yra finansuojamas pirkėjo ar tiekėjo kreditavimu arba apmokamas grynaisiais pinigais. ES valstybių narių eksporto rėmimo politiką trumpalaikio eksporto kredito draudimo srityje apibrėžia Komisijos komunikatas valstybėms narėms pagal Europos Bendrijos sutarties 93 straipsnio 1 dalį dėl Sutarties 92 ir 93 straipsnių taikymo trumpalaikiam eksporto kredito draudimui (Komunikatas trumpalaikiam eksporto kredito draudimui). Komunikato trumpalaikiam eksporto kredito draudimui nuostatos suteikė galimybę ES valstybėms narėms iki 2010 metų pabaigos teikti paramą (valstybei prisiimant riziką) eksporto kreditų draudimo srityje eksportuotojams, parduodantiems prekes ar paslaugas į ne rinkos rizikos šalis, ir nustatė galimybę tam tikrose šalyse, esant Komunikate trumpalaikiam eksporto kredito draudimui nurodytoms sąlygoms, parduotiną (komercinę) riziką laikyti neparduotina (ne rinkos rizika). Komisijos komunikatas – Bendrijos laikinoji valstybės pagalbos priemonių sistema, siekiant padidinti galimybes gauti finansavimą finansų ir ekonomikos krizės sąlygomis (Komunikatas – laikinoji valstybės pagalbos priemonių sistema) suteikia galimybę kai kuriose šalyse parduotiną (komercinę) riziką laikyti laikinai neparduotina (laikina ne rinkos rizika), kurią gali apdrausti valstybinis arba valstybės remiamas eksporto kredito draudikas, ir nustato trumpesnius paramos teikimo schemos derinimo su Europos Komisija terminus.

Remiantis Lietuvos Respublikos 2009 – 2013 metų eksporto plėtros strategija, Lietuvos Respublikos Ūkio ministerija buvo numačiusi įgyvendinti eksporto kreditų draudimo dalyvaujant valstybei sistemą - priimtas Lietuvos Respublikos valstybės specialiųjų garantijų dėl eksporto kredito draudimo įstatymas. Šiam įstatymui įsigaliojus, valstybės garantijų institucijos turėjo galimybę teikti garantijas eksportuojančioms įmonėms, draudžiančioms prekinis kreditus dėl pirkėjų neatsiskaitymo ar nemokumo. Minėtas įstatymas jau nebegalioja, jis buvo numatytas kaip laikina priemonė ekonominio sunkmečio metu.

ES yra didžiausia pasaulio prekybos žaidėja. Sąjunga pasiekė tvirtą poziciją vien dėl to, kad taikė ne daug skirtingų prekybos strategijų, o vieną, kuri aktuali visoms ES šalims. Kalbant konkrečiai apie Lietuvą, visos eksporto paramos priemonės, taikomos Lietuvoje, privalo būti suderintos su ES teisės aktais. Kaip jau minėta, ES griežtai riboja valstybės pagalbos priemones, kurios veikia prekybą tarp šalių. Sutartyje dėl ES veikimo nustatyta, kad valstybės narės arba iš jos valstybinių išteklių bet kokia forma suteikta pagalba, kuri, palaikydama tam tikras įmones arba tam tikrų prekių gamybą, iškraipo konkurenciją arba gali ją iškraipyti, yra nesuderinama su vidaus rinka, kai ji daro įtaką valstybių narių tarpusavio prekybai. Taip pat ES veikimo sutarties 35 straipsnyje pabrėžiama, jog tarp valstybių narių yra uždraudžiami kiekybiniai eksporto apribojimai ir visos lygiavėrio poveikio priemonės. Europos Komisijas ir Tėsimas šias priemones priskiria prie prekybą ribojančių priemonių. Kiekybiniais apribojimais laikomos kvotos, importo licencijos, formali importo licencijų išdavimo procedūra, geresnių sąlygų sudarymas vietinėms prekėms ir pan. Vietos prekėms sudaromų geresnių sąlygų atvejis buvo užfiksuotas Airijoje – kampanija „pirk prekę airišką“. Buvo nustatyta, jog ši kampanija pažeidžia ES teisę. Minėti kiekybiniai apribojimai bei draudimai yra pateisinami tik dėl visuomenės dorovės, viešosios tvarkos arba visuomenės saugumo. Taip pat pateisinami apribojimai dėl žmonių, gyvūnų ar augalų sveikatos bei gyvybės apsaugos, nacionalinių meno, istorijos ar archeologijos vertybių apsaugos bei pramoninės ir komercinės nuosavybės apsaugos sumetimais. ES veikimo sutartyje akcentuojama, jog minėti draudimai arba apribojimai neturi tapti savavališka diskriminacijos priemone ar užslėptu valstybių narių tarpusavio prekybos apribojimu. Sutartyje dėl ES veikimo numatyta, jog „eksportuojant gaminius į kitos valstybės narės teritoriją, grąžinami vidaus mokesčiai neviršija vidaus mokesčių, kuriais jie buvo tiesiogiai ar netiesiogiai apmokestinti“ (ES veikimo sutarties 111 straipsnis).

Kaip jau buvo minėta, galimybė laisvai eksportuoti prekes skatina eksportą. Nors jau dauguma prekių tarp ES šalių narių eksportuojamos be jokių apribojimų, tačiau tokios kaip ginklai, radioaktyvios prekės, antikiniai ir meno dirbiniai, cheminės medžiagos, mėsa ir vaisiai, atliekos, nešlifuoti deimantai, nototenijos, vaistai, medicininė įranga, narkotinės medžiagos, taip pat gyvi gyvūnai bei augmenija yra kontroliuojami ir reglamentuojami. Kai kurioms prekėms licencijos reikia eksportuojant iš ES šalies, kitoms – prekes siunčiant ES muitinės teritorijoje.

Remiantis Nacionaline bendraja strategija: Lietuvos 2007–2013 metų Europos Sąjungos struktūrinės paramos panaudojimo strategija konvergencijos tikslui įgyvendinti, „Lietuvoje verslo aplinka yra gana palanki, tačiau dar tebėra tam tikrų trūkumų“ (Nacionalinė bendroji strategija: Lietuvos 2007–2013 metų Europos Sąjungos struktūrinės paramos panaudojimo strategija konvergencijos tikslui įgyvendinti, p. 12). Didėjantys ES teisės aktų reikalavimai tokioms sritims kaip aplinkos, kokybės ir kt., siekiant naudos aplinkai ir vartotojams, didina verslo sąnaudas juos įgyvendinant ir taikant nacionaliniu lygiu. Smulkiąjam ir vidutiniam verslui aktuali viešųjų paslaugų verslui infrastruktūra (verslo informaciniai centrai, verslo inkubatoriai, mokslo ir technologijų parkai, inovacijų centrai ir kt.) iš dalies yra sukurta, bet daugelis jos įstaigų išgyvena ankstyvąjį plėtros etapą.

Apibendrinant galima teigti, jog eksporto skatinimas Lietuvai yra ypač svarbus, tačiau narystė ES, PPO eksporto apimtis ne tik skatina (laisva prekyba), bet ir varžo. Visos eksporto paramos priemonės, kurios yra taikomos Lietuvoje, privalo būti suderintos su ES teisės aktais, ES griežtai riboja valstybės pagalbos priemones, kurios gali netinkamai įtakoti prekybą tarp šalių. Šie ir kiti draudimai ar apribojimai yra pateisinami dėl visuomenės dorovės, viešosios tvarkos arba visuomenės saugumo. Remiantis minėtais reglamentais, ES šalys narė gali laisvai teikti minimalią pagalbą savo šalies eksportui skatinti, nes nedidelė pagalba nedaro įtakos valstybių narių tarpusavio prekybai ir konkurencijai. Subsidijos, taikomos eksportui skatinti, yra draudžiamos, tačiau minimali pagalba (de minimis), tokia kaip dalyvavimo prekybos mugėse, mokymuose arba konsultacijose dėl naujo ar esamo produkto pristatymo naujoje rinkoje padengimas lėšomis nėra draudžiama.

Lietuvos ir ES lygmenyse yra nuolat vykdomas teisinio reguliavimo supaprastinimas ir gerinimas: administracinės naštos mažinimas, nepagrįstų teisės aktų reikalavimų vykdymo sąnaudų mažinimas, verslo aplinkos gerinimas ir kt. Geresnio reglamentavimo programa ES bei Lietuvoje leidžia formuoti vientisą geresnio reglamentavimo politiką, gerinti teisinio reglamentavimo kokybę ir efektyvumą – kurti ir naudoti kompleksines priemones, užtikrinti teisės aktų stebėseną. Tai turėtų užtikrinti optimalų ir darnų teisinį reguliavimą, padėti išspręsti teisinės aktų spragas, susijusias su verslu, eksporto skatinimu.

2. LIETUVOS EKSPORTO SKATINIMO POLITIKOS FORMAVIMAS

2.1. Europos Sąjungos struktūrinės paramos veiksmų programos

Lietuvos Respublikos 2009–2013 metų eksporto plėtros strategijoje, kuri nagrinėjama kitame skyriuje, numatytas ES struktūrinių fondų (SF) lėšų naudojimas eksporto skatinimui. ES parama yra vienas svarbiausių finansavimo šaltinių, todėl svarbu išnagrinėti ES SF veiksmų programas, numatytas prioritelines kryptis, pabrėžiant eksporto skatinimui skiriamą vietą.

ES SF lėšos Lietuvai buvo skiriamos du kartus. Pirmoji struktūrinė ES parama buvo skiriama pagal 2004–2006 metais suformuluotą bendrąjį programavimo dokumentą (BPD). Remiantis Lietuvos vyriausybės 2005 metų veiklos ataskaita, 2005 metais sėkmingai veikė sukurta Europos Sąjungos struktūrinių fondų administravimo ir valdymo sistema. Lėšos buvo skirstomos atsižvelgiant į nacionalinius prioritetus, užfiksuotus Lietuvos 2004–2006 metų bendrajame programavimo dokumente. Remiantis Simanausku L., Šidlausku S. (2007), kilo klausimas, ar Lietuva tikrai pasirinko tinkamus ES paramos naudojimo prioritetus, nes po 2004–2006 metų ES struktūrinės paramos įsisavinimo, Lietuvoje nebuvo pastebimas itin didelis progresas – priešingai nei kaimyninėje Estijoje, (taip pat Slovėnijoje, Slovakijoje). Šalys turėjo nusistačiusi panašius pradinis prioritetus, kaip ir Lietuva, tačiau gerokai pažengė į priekį. Lietuva tuo metu buvo prilyginama Latvijai ir Lenkijai, o tai Lietuvos valstybei teigiamo įvaizdžio nesukūrė.

Antroji 2007–2013 metų struktūrinė ES parama, teikiama pagal Lietuvos Respublikos 2007–2013 m. ES struktūrinės paramos panaudojimo strategiją ir atskiras veiksmų programas, skirtas strategijai įgyvendinti (žr. 4 lent.). Pasak Simanausko, L., Šidlausko S. (2007), ES struktūrinių fondų parama turėtų pagreitinti stiprios, konkurencingos ekonomikos, kvalifikuotos darbo jėgos ir socialinės bei ekonominės sanglaudos įsigalėjimą.

4 lentelė. ES struktūrinės paramos veiksmų programos ir prioritetai

Veiksmų programos	Prioritetai
Žmogiškųjų išteklių plėtros veiksmų programa	„Produktyvūs žmogiškieji ištekliai žinių visuomenei“
Ekonomikos augimo veiksmų programa	„Konkurencinga ekonomika“
Sanglaudos skatinimo veiksmų programa	„Gyvenimo kokybė ir sanglauda“
Techninės paramos veiksmų programa	„Techninė parama ES struktūrinės paramos administravimui“

Šaltinis: sudaryta darbo autorės, remiantis Lietuvos Respublikos 2007–2013 metų ES struktūrinės paramos panaudojimo strategijos konvergencijos tikslui įgyvendinti įgyvendinimo nuostatas

ES SF parama teikiama pagal žmogiškųjų išteklių plėtros, ekonomikos augimo, sanglaudos skatinimo ir techninės paramos veiksmų programas. Veiksmų programos susideda iš 16 prioritetų: žmogiškųjų išteklių plėtros veiksmų programa turi 5 prioritetus, ekonomikos augimo veiksmų programa – 6 prioritetus, sanglaudos skatinimo – 4 prioritetus, o techninės paramos veiksmų programa – 1 prioritetą. Veiksmų programų prioritetai yra skirstomi į smulkesnes kategorijas - veiklos priemonės.

Minėtos keturios ES SF paramos veiksmų remiasi strategine Lietuvos 2007–2013 metų ES struktūrinės paramos panaudojimo strategijoje numatyta vizija - 2015 metais Lietuva turi pasiekti kai kurių senųjų ES šalių narių socialinio ir ekonominio išsivystymo lygį.

Žmogiškųjų išteklių plėtros veiksmų programos vizija – „tinkami ir produktyvūs žmogiškieji ištekliai, tarnaujantys ūkio plėtros, užimtumo ir žinių visuomenės poreikiams“ (Žmogiškųjų išteklių plėtros veiksmų programa, 76 psl.). Ši veiksmų programa yra orientuota ne į eksporto skatinimą, o į gyventojų ekonominį užimtumą, darbo vietų kūrimą, žinių visuomenę, mokslinius tyrimus bei į viešąjį administravimą. Tai penki programos prioritetai, skirti visų darbingo amžiaus Lietuvos gyventojų mobilizavimui. Investicijos į Lietuvos žmonių žinias, gebėjimus, aktyvumą bei verslumą garantuoja ilgalaikį ūkio augimą. Ši programa atitinka pirmąjį Lietuvos Respublikos 2007–2013 metų ES struktūrinės paramos panaudojimo strategijos konvergencijos tikslui įgyvendinti prioritetą - produktyvūs žmogiškieji ištekliai žinių visuomenei. Šiai veiksmų programai 2007–2013 metais skirta 13,8 proc. ES struktūrinės paramos lėšų.

Ekonomikos augimo veiksmų programa orientuojasi į aukštos pridėtinės vertės didinimą, verslo produktyvumo didinimą, sudarant palankią aplinką inovacijoms ir smulkiajam bei vidutiniam verslui. Taip pat šia veiksmų programa siekiama didinti viešojo sektoriaus institucijų efektyvumą, skatinti elektroninio verslo iniciatyvas šalyje, efektyvinti ekonominę infrastruktūrą, plėsti transeuropinius transporto tinklus bei teikti techninę paramą ekonomikos augimo veiksmų programos įgyvendinimui. Ekonomikos augimo veiksmų programa siekiama spartinti ūkio augimą ilguoju laikotarpiu tam, kad sumažėtų Lietuvos ir ES vidurkio išsivystymo netolygumai. Iškeltas veiksmų programos tikslas pagrindžiamas tuo, jog Lietuva konkurencinį pranašumą įvertina žemu darbo užmokesčiu ir santykinai pigiomis veiklos sąnaudomis, o Europoje įmonės remiasi inovacijomis, unikalumu, produktyvumu. Ši veiksmų programa atitinka antrąjį Lietuvos 2007–2013 m. ES struktūrinės paramos panaudojimo strategijos konvergencijos tikslui įgyvendinti prioritetą - konkurencinga ekonomika.

Remiantis ekonomikos augimo veiksmų programa, Lietuvoje didžiąją dalį ūkio sudaro maža pridėtinė vertė pasižymintys ūkio subjektai, tačiau staigus perėjimas prie aukštesnės pridėtinės vertės kūrimo Lietuvoje - nėra paprastas. Pasak „Ernst&Young“ pranešimo spaudai, pastaruoju metu Lietuvoje didelis dėmesys skiriamas į aukštą pridėtinę vertę kuriančius lazerius bei aukštąsias technologijas (gyvybės mokslai, finansinės paslaugos ir kt.), tačiau pamiršamas tradicinis ūkis

(grūdiniai produktai, popierius, kartonas, gėrimai, chemikalai, trąšos ir kt.). Pastebima, jog lazeriai, aukštosios technologijos pridėtinę vertę kuria daug lėčiau nei tradicinis ūkis – 1 proc. tradicinio ūkio našumas lemia apie 1 proc. Lietuvos eksporto augimą. Aukštųjų technologijų paslaugų pramonei reikia pasiekti apie 32 proc. našumo, kad būtų juntamas toks pat poveikis eksporto augimui kaip tradicinio ūkio įtaka. Pažymėtina, jog vyriausybei svarbus subalansuotas požiūris, nukreiptas ne į vieną sektorių.

Ekonominės infrastruktūros efektyvumas – neatsiejama tarptautinio konkurencingumo kūrimo dalis. Ekonominė infrastruktūra, verslo ir reguliavimo aplinka – tai pagrindas ilgalaikiai ir stabiliai ekonominei bei socialinei plėtrai, todėl ekonomikos augimo veiksmų programoje šiam uždaviniui skiriamas ypatingas dėmesys. Skatinamos investicijos į transporto infrastruktūros gerinimą tam, kad didėjant vežimų mastams transporto tinklas būtų nuolatos plėtojamas, siekiant didinti keleivių apyvartą ir aptarnavimo kokybę tarptautiniuose oro uostuose ir kt.

Ne mažiau svarbus ekonomikos augimo veiksmų programos prioritetas – verslo produktyvumo didinimas ir aplinkos verslui gerinimas. Siekiama didinti įmonių produktyvumą, gyvybingumą, skatinti verslumą, gerinti smulkaus ir vidutinio verslo subjektų priejimą prie finansavimo šaltinių bei pritaikyti viešąsias teritorijas investicijoms pritraukti. Antras veiksmų programos prioritetas prisideda prie eksporto skatinimo – sukūrus tinkamą aplinką verslui, produktyvumui didinti, numatyta, jog į eksportą orientuotos įmonės didins savo produkcijos srautus užsienio rinkose, bus skatinamas sėkmingesnis įėjimas į tarptautines rinkas. Pagal Lietuvos 2007–2013 metų ES struktūrinės paramos panaudojimo strategiją konvergencijos tikslui įgyvendinti, ekonomikos augimo veiksmų programai skirta apie 46 proc. ES struktūrinės paramos lėšų. Programa bendrai finansuojama Europos regioninės plėtros fondo ir Sanglaudos fondo (transportui) lėšomis.

Trečioji veiksmų programa, pagal kurią Lietuvai skiriama ES SF parama – sanglaudos skatinimo veiksmų programa, atitinkanti trečiąją Lietuvos Respublikos 2007–2013 m. ES struktūrinės paramos panaudojimo strategijos konvergencijos tikslui įgyvendinti prioritetą - gyvenimo kokybė ir sanglauda. Šia programa buvo numatyta teikti kokybiškas viešąsias paslaugas, išnaudoti vietos potencialią ir gerinti bei saugoti aplinkos kokybę. Minėtų aspektų įgyvendinimo prioritetai – vietinė ir urbanistinė plėtra, kultūros paveldo ir gamtos išsaugojimas bei pritaikymas turizmo plėtrai, viešųjų paslaugų kokybė ir prieinamumas – sveikatos, švietimo ir socialinė infrastruktūra, aplinka ir darnus vystymas bei ketvirtasis prioritetas – techninė parama sanglaudos skatinimo veiksmų programos įgyvendinimui.

Pirmuoju sanglaudos skatinimo veiksmų programos prioritetu siekiama skatinti mažesnių Lietuvos miestų verslo konkurencingumą ir ūkio plėtrą. Dėmesys skiriamas investicijoms, kokybės gerinimui, nes miestuose dažniausiai kyla didelių aplinkos problemų. Miestai yra varomoji jėga, kurioje vyksta komercinė veikla, todėl turėtų būti investuojama į transporto mobilumo skatinimą miestų viduje, vietos gyventojų iniciatyvas, kurios užtikrintų vietos poreikių tenkinimą, gyventojų integraciją bei veiklos plėtrą, būsto sąlygų ir gyvenamosios aplinkos gerinimą, investuojama į

kurortinių teritorijų plėtrą, išliekamąją vertę turinčius objektus, vandens telkinių būklės gerinimą, visuomenės švietimo, sveikatos ir socialines paslaugas, taip pat investuojama į atliekų, nuotekų tvarkymo sistemas, energijos išteklių vartojimą ir kt. Iš tiesų, yra gana didelė sričių, finansuojamų sanglaudos skatinimo veiksmų programa, aprėptis, tačiau visi prioritetai orientuojasi į gyvenimo kokybės gerinimą. Šiai veiksmų programai skiriama 39,1 proc. ES struktūrinės paramos lėšų, gaunamų pagal konvergencijos tikslą. Veiksmų programa bendrai finansuojama Europos regioninės plėtros fondo ir Sanglaudos fondo (aplinkos apsaugai) lėšomis.

Ketvirtoji ES SF veiksmų programa, skirta administruoti teminėms veiksmų programoms – techninė paramos veiksmų programa. Tai specialioji ir papildoma veiksmų programa, skirta finansuoti ES paramos administravimą: koordinavimą, auditą, stebėsenos komiteto veiklą, kompiuterinės sistemos vystymą ir pan. Taip pat techninės paramos veiksmų programos lėšomis yra finansuojami ES paramos viešinimo ir vertinimo veiksmai. Ši programa turi tik vieną prioritetą – techninė parama ES struktūrinės paramos, gaunamos pagal konvergencijos tikslą, administravimui. Pagal minėtą prioritetą siekiama gerinti informuotumą apie ES teikiamą struktūrinę paramą, įgyvendinimo rezultatus, kokybę. Rengiamos metodinės rekomendacijos, finansavimo taisyklės, gairės pareiškėjams, metodikos institucijoms, užtikrinamas finansavimo skaidrumas, grįžtamasis ryšys tarp pareiškėjo, projektų vykdytojų, visuomenės ir ES paramą administruojančių institucijų, viešinimo ir informavimo sistemos, skatinančios susidomėjimą ES SF parama ir pan. Programai yra skirta 1,4% ES struktūrinės paramos, gautos pagal konvergencijos tikslą, lėšų.

Žmogiškųjų išteklių plėtros, ekonomikos augimo, sanglaudos skatinimo veiksmų programos turi panašumų: išskiriamos keturios sritys, kurios jungia šias veiksmų programas – tai informacinė visuomenė, darnus vystymasis, lygios galimybės ir regioninė plėtra.

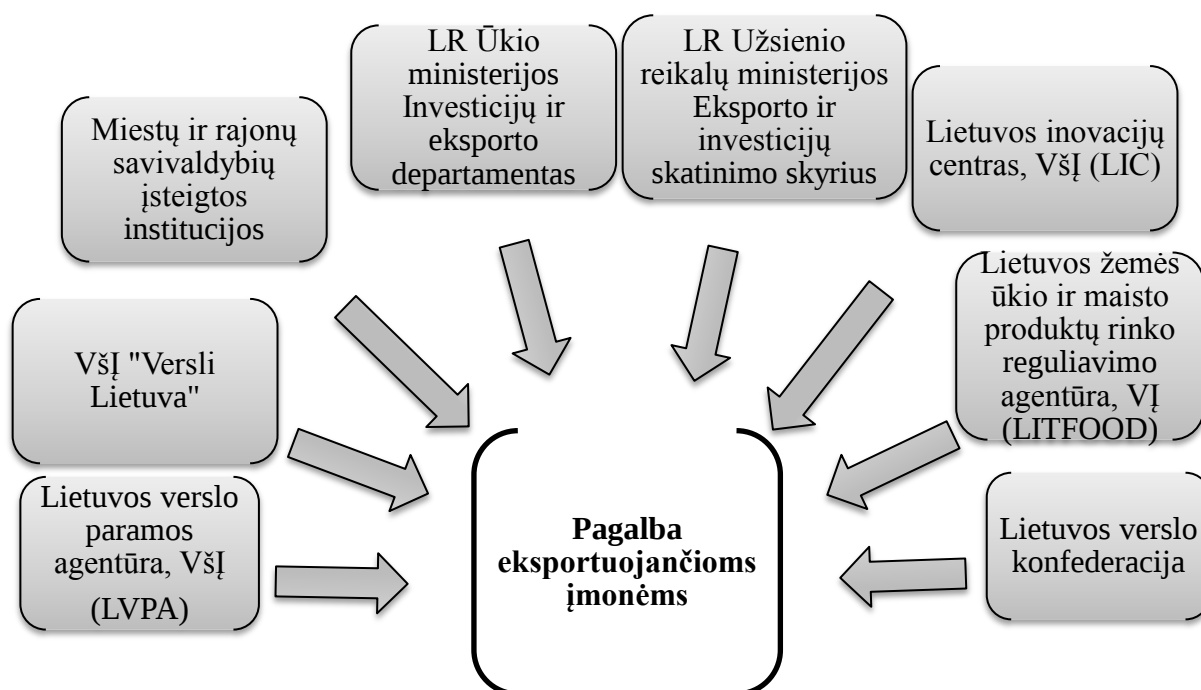
Pažymėtina, jog Europos Komisijos pateiktais duomenimis, *pagal 2007–2013 metų Europos Sąjungos fondų lėšų panaudojimą tarp naujų Europos Sąjungos valstybių narių Lietuva pirmąja, o tarp visų Europos Sąjungos valstybių narių yra tarp lyderių – trečioje vietoje po Airijos ir Švedijos* (LR vyriausybės 2011 metų veiklos ataskaita, 8 psl.).

Apibendrinant ES struktūrinės paramos įgyvendinimo veiksmų programas, galima teigti, jog tik ekonomikos augimo veiksmų programoje numatyti prioritetai orientuojasi į eksporto skatinimą. Žmogiškųjų išteklių ir sanglaudos skatinimo veiksmų programos labiau orientuojasi į gyventojų ekonominį užimtumą, darbo vietų kūrimą, žinių visuomenę, mokslinius tyrimus, gyvenimo kokybę. Šių sričių gerinimas įtakoja eksportą, bet ne tiesiogiai. Ekonomikos augimo veiksmų programai skiriama daugiausia ES lėšų, bet tai nėra svarbiausia. Aktualu tai, ar veiksmingai ir tikslingai lėšos panaudojamos, laiku įsisavinamos, priešingu atveju, ES lėšos mažinamos. Lietuvai, nedidelei valstybei, yra svarbios ES lėšos, tačiau jų panaudojimas nenumatytiems sektoriams, iškraipo konkurencingumą šalies viduje.

2.2. Lietuvos valstybinių institucijų vaidmuo eksporto skatinimo srityje

Eksporto apimčių didinimas, skatinimas nepriklauso vien nuo įmonės asmeninės iniciatyvos, tam reikia specialiai į eksporto skatinimą orientuotų organizacijų pasiūlymų, projektų, sprendimų efektyviems ilgalaikiams rezultatams pasiekti. Valstybinės organizacijos gali palengvinti ir skatinti eksporto veiklą atlikdamos joms pavestas užduotis, tačiau svarbu užtikrinti numatytų prioritetų įgyvendinimą ir veiklos koordinavimą tarp atskirų institucijų.

Lietuvos eksporto skatinimo srityje dalyvauja pakankamai daug valstybinių institucijų, kurios administruoja, įgyvendina tam tikras eksporto skatinimo priemones, skirsto ES struktūrinių fondų lėšas. Viešojo sektoriaus subjektai stengiasi prisidėti prie geresnio verslo sąlygų kūrimo, našumo, eksporto skatinimo ir valstybės ekonominės gerovės. Eksporto plėtrą įgyvendina Lietuvos Respublikos Ūkio ministerija, Lietuvos Respublikos Finansų ministerija, Lietuvos Respublikos žemės ūkio ministerija, ministerijų bei rajonų ir savivaldybių įsteigtos institucijos (žr. 3 pav.). Daugumos išvardintų institucijų veiklos sritis yra plati, apima ne tik eksporto skatinimą, bet ir investicijas, verslumo skatinimą ir kt.



Šaltinis: sudaryta darbo autorės

3 pav. Viešųjų institucijų, įgyvendinančių eksporto plėtrą, schema

VŠĮ „Lietuvos verslo paramos agentūra“ (LVPA) – tai ne pelno siekianti organizacija, įsteigta Lietuvos Respublikos Ūkio ministerijos, užtikrinanti efektyvų projektų administravimą, jų priežiūrą.

Agentūra prisideda prie skaidraus ES struktūrinės paramos paskirstymo. Vienas iš LVPA veiklos tikslų - teikti išsamią ir aktualią informaciją apie administruojamas ES paramos lėšas. Agentūra administruoja ES paramos lėšas (2007-2013 metams - 4,6 mlrd. litų), skiriamas Lietuvos verslo, mokslinių tyrimų ir technologinės plėtros, turizmo ir energetikos sektoriams plėtoti. Pagrindinis VŠĮ „Lietuvos verslo plėtros agentūros“ tikslas – kurti ir plėtoti tokią organizaciją, kuri patenkintų klientų lūkesčius, vadovautųsi šiuolaikiniais vadybos standartais. LVPA skelbia kvietimus teikti paraiškas ES paramai gauti, jas tikrina, vertina, sudaro sutartis, prižiūri bei kontroliuoja įgyvendinamus projektus, kaupia informaciją apie suteiktas paramas, viešina suteiktą paramą, rengia diskusijas dėl efektyvaus ES projektų įgyvendinimo ir kt. Minėta organizacija eksporto skatinimo srityje administruoja šias ES paramos priemones – „Naujos galimybės“, „Lyderis LT“, „E-verslas“ ir „Procesas LT“. Šių priemonių paraiškų teikimas 2013 metais yra baigtas, šiuo metu yra vertinamos paraiškos, sudaromos sutartys su įmonėmis ir skirstomos ES lėšos.

Antroji organizacija - VŠĮ „Versli Lietuva“ (iki 2011 m. gegužės 30 d. - VŠĮ „Eksportuojančioji Lietuva“) taip pat aktyviai prisideda prie Lietuvos eksporto skatinimo (pažymėtina, jog VŠĮ „Lietuvos ekonominės plėtros agentūra“ buvo reorganizuota į VŠĮ „Versli Lietuva“ (tuometinė VŠĮ „Eksportuojančioji Lietuva“) ir „Investuok Lietuvoje“ tam, kad būtų atskirtos eksporto skatinimo ir investicijų veiklos, atitinkamai sutelktų pajėgas tik paskirtai veiklai vykdyti). VŠĮ „Versli Lietuva“ šiuo metu vykdo įvairius ES struktūrinių fondų projektus: „Nuo verslo pradžios iki eksporto plėtros“ ir „Tarptautinio konkurencingumo link“. Pirmasis projektas skirtas verslumo skatinimui, Lietuvos įmonių konkurencingumo didinimui, teikiant smulkiam ir vidutiniam verslui viešąsias paslaugas, stiprinant klasterių iniciatyvas, pagalba Lietuvos įmonių įsitvirtinimui tarptautinėse rinkose, skatinant vis didesnę jų įsitraukimą į tarptautinę prekybą. Antruoju projektu numatoma didinti Lietuvos kaip verslios ir konkurencingos šalies potencialą, įgyvendinant aukštųjų technologijų, globalizacijos ir mokslo integracijos skatinimo bei įmonių konkurencingumo didinimo iniciatyvas. VŠĮ „Versli Lietuva“ taip pat vykdo programą, finansuojamą iš Europos regioninės plėtros fondo - „Eksporto akademija“. Ši trijų dalių (bendrieji eksporto mokymai, specializuoti mokymai ir įmonių stažuotė) eksportuotojų mokymo programa skirta Lietuvos įmonių eksporto įgūdžių tobulinimui ir įmonės eksporto strategijos paruošimui ir įgyvendinimui. Siekiama padidinti įmonės konkurencingumą ir eksporto apimtis užsienio rinkose. Programa įgyvendinama kartu su tarptautiniais ir Lietuvos ekspertais. Be to, viešojoje įmonė rengia metodinę medžiagą eksporto galimybėms įvertinti bei pasiruošimui eksportuoti, taip pat geba identifikuoti įmonės ar įmonių grupių poreikius ir teikia konsultacijas eksporto galimybių įvertinimo klausimais.

VŠĮ „Versli Lietuva“ taip pat įgyvendina užsienio eksporto partnerių paieškos projektus „Įmonių grupinių eksporto iniciatyvos“ (IGEI). Jų metu vykdomi renginiai, kuriuose pristatomas įmonių grupių eksporto potencialas bei plečiami verslo ryšiai, organizuojamos tarptautinės parodos, verslo misijos

(užsienio šalyje organizuojamas Lietuvos ir užsienio valstybių verslininkų susitikimas, siekiant skatinti ūkio subjektų prekių ir paslaugų eksportą bei investicijas ir surasti bendradarbiavimo partnerių užsienyje gamybos, prekybos ir paslaugų srityse). IGEI skirtos lėšos yra finansuojamos Europos Sąjungos struktūrinių fondų lėšomis pagal „Ekonomikos augimo“ veiksmų programos 2 prioriteto „Verslo produktyvumo didinimas ir aplinkos verslui gerinimas“ priemonę „Asistentas-3“, kuri didina asocijuotų verslo struktūrų teikiamų paslaugų prieinamumą šalies įmonėms.

Remiantis 2012 metų VŠĮ „Versli Lietuva“ ataskaita, buvo suteiktos 44 konsultacijos Lietuvos įmonėms ir įvykdyti 22 vizitai į Lietuvos įmones. Per metus eksportuotojų duomenų bazėje užsiregistravo 10 įmonių (paskutiniaisiais duomenimis iš viso yra 882) bei sudarytos 23 sutartys dėl programos „Įmonių grupinės eksporto iniciatyvos“, surengta 17 parodų bei 4 verslo misijos. Nors VŠĮ „Versli Lietuva“ orientuojasi į eksporto skatinimą, teikia konsultacijas, organizuoja projektus, konferencijas, teikia rinkų tyrimo paslaugas, tačiau neadministruoja ES struktūrinių lėšomis remiamų priemonių eksporto skatinimui. Šia veikla užsiima tik LVPA.

Įsteigti smulkaus ir vidutinio verslo skatinimo fondai, kuriais siekiama suteikti finansinę paramą verslininkų dalyvavimo parodose, mugėse, verslo misijose išlaidoms kompensuoti. Minėtą paramą teikia miestų ir rajonų savivaldybių įsteigtos institucijos, tokios kaip mokymų ir konsultavimo kompanija UAB „TMD partneriai“ (inicijuojama Vilnius rajono savivaldybės administracijos), VŠĮ „Klaipėdos ekonominės plėtros agentūra“ (KEPA), laimėjusi VŠĮ „Versli Lietuva“ organizuotą konkursą dėl paslaugų teikimo pradedantiesiems verslininkams Klaipėdoje – projektas „Nuo verslo pradžios iki eksporto plėtros“, Kazlų Rūdos Ekonominės plėtros skyrius, Alytaus miesto savivaldybės turto valdymo ir verslo skyrius, Mažeikių, Akmenės rajono savivaldybės smulkiojo ir vidutinio verslo rėmimo fondai ir kt. Taip pat šiai grupei priskiriami vieno ar kelių savivaldybių teritorijoje veikiantys Verslo informacijos centrai (VIC), kurie teikia konsultacijas bei ieško verslo partnerių Lietuvoje ir užsienio šalyse bei Verslo inkubatoriai, kurie padeda finansiškai silpnoms įmonėms, nuomoja savo patalpas, biuro techniką ir kt., teikia informaciją, konsultacijas, organizuoja renginius.

Pažymėtina, jog LR Ūkio ministerijos Investicijų ir eksporto departamentas be atitinkamų pavestų užduočių, atlieka svarbų vaidmenį eksporto skatinimo srityje: formuoja valstybės politiką eksporto skatinimo srityje, vadovauja strateginių prekių eksporto, importo ir tranzito kontrolės darbams Lietuvoje, taip pat planuoja įgyvendinti ES struktūrinių paramos programas ir priemones. LR Ūkio ministerijos Investicijų ir eksporto departamentas formuoja eksporto skatinimo bei užsienio prekybos politiką, rengia ekonominio bendradarbiavimo su užsienio valstybėmis sutartis, dalyvauja konsultacinėse konferencijose ir derybose su tarptautinėmis organizacijomis. Minėta veikla siekiama plėsti Lietuvos ir užsienio valstybių bendradarbiavimą ir spręsti valstybei ir verslui aktualias problemas, dalyvauja rengiant dvišalius prekybinio ir ekonominio Lietuvos ir užsienio valstybių bendradarbiavimo komisijų posėdžius. Investicijų ir eksporto departamentas taip pat koordinuoja ir

kontroliuoja prekių eksporto į trečiąsias valstybes ir prekių išvežimo į ES valstybes nares plėtros ir skatinimo strateginių kryptų įgyvendinimą, o siekdama išlaikyti esamą prekių eksporto į trečiąsias valstybes ir išvežimo į ES valstybes nares didėjimo spartą, vykdo prekių eksporto ir išvežimo skatinimo politiką – sudaro galimybes susirasti naujų prekybos partnerių, aktyviau skverbtis į naujas rinkas, kuria aplinką, palankią prekių eksportui į trečiąsias valstybes ir prekių išvežimui į ES valstybes nares. LR Ūkio ministerijos paskirta komercijos atašė, kuri skatina eksportą, padeda Lietuvos įmonėms patekti į užsienio rinkas teikdama informaciją apie atstovaujamas rinkas, padėdama užmegzti svarbius verslo kontaktus, gindama Lietuvos įmonių interesus ir kt.

LR Užsienio reikalų ministerijos Eksporto ir investicijų skatinimo skyrius taip pat dalyvauja eksporto skatinimo ir užsienio reikalų politikoje. LR Užsienio reikalų ministerija rengia aukštų valstybės pareigūnų vizitus užsienyje bei teikia pagalbą specializuotose parodose dalyvaujančioms įmonėms. Taip pat rengia medžiagą verslo misijoms, kuruoja eksporto skatinimo į Skandinavijos, Šiaurės Amerikos ir Vakarų Europos šalis klausimus (renginiai, susitikimai, informacinė medžiaga), dalyvauja ekonominio pobūdžio renginiuose (konferencijoje, seminaruose, diskusijoje ir pan.) bei prisideda juos organizuojant, plėtoja ryšius bei dalyvauja organizuojant renginius su asocijuotomis verslo struktūromis, kuruoja ES rinkų prieigos strategijos įgyvendinimo klausimus.

Eksporto skatinimo srityje taip pat veikia VŠĮ „Lietuvos inovacijų centras“ (LIC). Tai nepelno siekianti organizacija, kurios pagrindinis strateginis tikslas - didinti tarptautinį Lietuvos verslo konkurencingumą, intensyvinant naujų technologinių sprendimų ir organizacinių iniciatyvų įgyvendinimą versle, taip prisidedant prie eksporto skatinimo. LIC veikla grindžiama inovacijomis versle, siekiant įmones padaryti labiau konkurencingomis ir patrauklesnėmis užsienio šalims. Organizacijos veikla realizuojama projektų pagrindu - LIC dalyvauja konkursuose, teikia projektines paraiškas pagal Europos Sąjungos, kitų tarptautinių organizacijų bei Lietuvos valdžios institucijų administruojamas programas, laimėjus konkursus, gaunamas veiklos finansavimas. Pažymėtina, jog organizacijos teikiamos viešosios paslaugos yra nemokamos, tačiau nėra tiesiogiai orientuotos į eksporto plėtrą - tik iš dalies prisideda, formuojant ir įgyvendinant inovacijas įmonėse.

Ne mažiau svarbi valstybinė įstaiga – Lietuvos žemės ūkio ir maisto produktų rinko reguliavimo agentūra (LITFOOD). Agentūra populiarina Lietuvos tautinio paveldo produktus, išskirtinės kokybės produktus, skatina maisto ūkio sektoriaus verslo, mokslo ir valdžios institucijų bendradarbiavimą. Rinkos reguliavimo agentūroje aktyviai eksporto skatinime dalyvauja Eksporto plėtros ir informacijos skyrius. LITFOOD veiklos sąrašas apima Lietuvos žemės ūkio ir maisto produktų gamintojų dalyvavimo tarptautinėse parodose, mugėse, prekybos misijose organizavimą, Lietuvos žemės ūkio ir maisto pramonės pristatymą tarptautinėse parodose, mugėse, prekybinėse misijose, taip pat Lietuvos maisto pramonės įmonių konsultavimą dalyvaujant tarptautinėse parodose, mugėse ir prekybinėse misijose. LITFOOD kaupia informaciją apie pasaulyje organizuojamas produktų parodas, prisideda

prie teigiamo produktų įvaizdžio kūrimo, organizuoja seminarus, kurių tikslas - didinti įmonių gamintojų darbuotojų gebėjimus eksporto plėtos klausimais ir kt.

Lietuvos verslo konfederacija (LVK) – tai didžiausia paslaugų, prekybos ir aukštųjų technologijų įmones vienijanti verslo organizacija, atstovaujanti Tarptautinių prekybos rūmams Lietuvoje. LVK dalyvauja Pasaulio rūmų federacijos veikloje ir atstovauja stambius prekybos centrus bei paslaugų įmones Lietuvoje. LVK prisideda prie verslo aplinkos gerinimo, skatindama užsienio prekybą, šalindama biurokratinės kliūtis bei modernizuodama teisės aktus, taip pat atlieka rinkų ir verslo partnerių paieškas, prisideda prie Lietuvos valstybinių institucijų organizuojama aukštų pareigūnų atstovaujamus verslo vizitus, seminarus, konferencijas, vedama diskusijas bei skatindama šalies konkurencingumą. LVK yra įsteigusi specializuotas komisijas, kuriose dirba įvairių sričių specialistai, ekspertai, verslo atstovai – tai agroverslo, arbitražo, aplinkos ir energetikos, e-verslo, informacinių technologijų ir intelektinės nuosavybės apsaugos, komercinės teisės ir praktikos, mokesčių, prekybos, sveikatos reikalų, transporto logistikos, žmogiškųjų išteklių komisijos bei komisija „Verslas, valdžia ir visuomenė“. Ši organizacija priklauso Pasaulio rūmų federacijai – didžiausiai verslo organizacijai pasaulyje, kuri vienija daugiau nei 120 šalių verslo atstovus.

Apibendrinant, Lietuvos eksporto skatinimo politika priklauso ne tik nuo turimų finansinių išteklių, įmonių eksportuojamų produktų savybių ar nuo užsienio rinkų savitumo, bet ir nuo institucijų, atsakingų už eksporto skatinimo veiklą, žinių bei patirties. Eksporto skatinimo srityje veikiančių organizacijų Lietuvoje yra ištis nemažai, kurių perdėtas veiklos aprašymas neatspindi realios situacijos. Vienintelė VŠĮ „Versli Lietuva“ orientuojasi tik į eksporto skatinimą. Kitos institucijos, tokios kaip LIC, LITFOOD, LVPA, LVK bei miestų ir rajonų savivaldybių įsteigtos institucijos (pavyzdžiui, KEPa) turi savo užsibrėžtus tikslus, veiklos sferą, tačiau prisideda prie eksporto skatinimo, teikdamos konsultacijas, rengdamos seminarus ir pan. Įstaigų veikla susitapatina, o į eksportą orientuotą veiklą pradedančios įmonės susiduria su problema, į kurią instituciją kreiptis, norint gauti reikiamą informaciją. Tai apsunkina eksporto skatinimą Lietuvoje, todėl reikalingas institucijų, organizacijų visiškas veiklų išskaidymas. Be to, Lietuvoje nėra informacinio centro, kuriame būtų kaupiama visa reikalinga informacija apie potencialias rinkas, savybes, todėl Lietuvos eksportuotojams iškyla problemų, siekiant prisiderinti prie nuolat kintančių rinkos sąlygų bei plėtojant verslą. Lietuvos Respublikos vyriausybė turėtų rinkti duomenų bazę apie užsienio rinkas, kaupti reikiamą informaciją, kad Lietuvos įmonės galėtų sėkmingai didinti eksporto apimtis ir būti konkurencinga tarptautiniu mastu.

2.3. Lietuvos Respublikos 2009 – 2013 metų eksporto plėtros strategijos vertinimas

Eksporto skatinimas yra vienas iš prioritetinių Lietuvos Respublikos vyriausybės ekonominės politikos veiklos kryptių bei ypatingos svarbos uždavinys. Eksporto skatinimo priemonės, jų tinkamas parinkimas įtakoja šalies ekonominę padėtį - tai aktualu ne tik įmonėms, bet ir visos valstybės mastu. Vyriausybė prižiūri eksporto politiką, kuri reguliuoja, skatina, apsaugo eksportą, be to vyriausybė turi priimti sprendimus, kurie skatintų naujus įmonių gebėjimus ir leistų įgyti konkurencinį pranašumą užsienio šalių rinkose.

Eksporto plėtra Lietuvoje priklauso nuo valstybės vykdomos eksporto politikos ir nuo sukuriamų palankių sąlygų eksportuotojams. Remiantis LR 2009–2013 metų eksporto plėtros strategija, *Lietuvos konkurencingų prekių gamybos, paslaugų teikimo ir jų pardavimo ne Lietuvos rinkoje plėtra – tai Lietuvos pramonės ir paslaugų įmonių veiklos gerinimas, praktikoje patikrintų ir pasiteisinusių bei naujų eksporto skatinimo priemonių įgyvendinimas, eksportuotojams palankios teisinės aplinkos kūrimas ir administracinės naštos mažinimas siekiant darnios Lietuvos pramonės plėtros ir konkurencingumo tarptautiniu mastu didinimo* (LR 2009–2013 metų eksporto plėtros strategija, 1 psl.). Ši strategija yra patvirtinta ir įgyvendinama.

Lietuvos Respublikos 2009–2013 metų eksporto plėtros strategijos tikslas – veiksmingas ir kryptingas prekių, paslaugų eksporto plėtros ir skatinimo politikos vykdymas, įmonių konkurencingumo didinimas ir priemonių, kurių įgyvendinimas skatintų aukštųjų ir vidutiniškai aukštų technologijų diegimą ir kokybiškų paslaugų teikimą, sudarytų sąlygas efektyviai prekiauti su užsienio šalimis mažiausiomis sąnaudomis, nustatymas bei teigiamo užsienio prekybos balanso siekimas. Šiam tikslui įgyvendinti yra išskiriami uždaviniai, kurie apima ekonomikos nuosmukio poveikio eksportuojančioms įmonėms sušvelninimą, naujų prekybos partnerių paiešką, skverbimąsi į rinką ir lietuviškos kilmės prekių ir paslaugų eksportui palankios aplinkos sukūrimą. Tam, kad būtų tikslingai nustatomi prioritetai, eksporto plėtros strategijoje yra pateikiama Lietuvos eksporto analizė ir stiprybių, silpnybių, galimybių bei grėsmių (SSGG) lentelė (žr. 5 lentelė).

5 lentelė. Lietuvos eksporto SSGG analizė

Stiprybės	Silpnybės
Geografinė padėtis tinkama ir lietuviškos kilmės prekėms eksportuoti, ir paslaugų teikimui plėsti;	Nepakankamas Lietuvos gamintojų darbo našumas;

5 lentelės tęsinys kitame puslapyje

5 lentelės tęsinys

Stiprybės	Silpnybės
Lietuva turtinga kultūriniais, istoriniais paveldais, gamta tinkama ekologiniam ir gamtos turizmui, kurortuose teikiamos rekreacinės ir SPA paslaugos geros kokybės;	Nepakankamai išplėtoti geležinkelių ir daugiarūšio transporto infrastruktūra;
Automobilių ir jūrų kelias, ryšių sistema – išplėtoti;	Inovacijų stoka versle, mažas paslaugų eksportas (išskyrus transporto);
Atvira ekonomika, kuri orientuota į eksportą;	Darbo jėgos ir protų nutekėjimas į užsienio valstybes;
Sudarytos sąlygos didelės pridėtinės vertės paslaugų eksportui plėsti; Aukšto lygio žmonių išsilavinimas;	Susistemintos informacijos stoka;
Puikus valstybės institucijų, agentūrų įdirbis eksporto rėmimo srityje;	Valstybės institucijų ir agentūrų struktūriniai pertvarkymai įtakoja eksporto plėtros rezultatus;
Skiriama ES parama įmonių konkurencingumui didinti.	
Galimybės	Grėsmės
Ekonomikos augimas besivystančiose šalyse, kai kurių sektorių plėtra V.Azijos, Užkaukazės, Rytų šalyse, augantis bendradarbiavimas su Š.Europos šalimis suteikia galimybę Lietuvai tapti Baltijos jūrų regiono paslaugų centru;	Tarptautinio šalies pripažinimo stoka;
Žymiai mažesnės gamybos ir paslaugų teikimo sąnaudos, lyginant su Skandinavijos šalimis, padeda išlaikyti konkurencinį pranašumą;	ES teisės aktuose numatytas trumpas laikinosios valstybės pagalbos priemonių galiojimas (iki 2010 metų);
Didelę perkamąją galią turinčių šalių domėjimasis Europos šalių ekonomikos galimybėmis;	Eksporto kreditų draudimo rizikos padidėjimas Rusijoje ir kitose NVS šalyse;
Populiarėja gamtos ir ekologinis turizmas, taip pat sveikatingumo paslaugų teikimas;	Ignalinos atominės elektrinės antrojo bloko eksploatavimo įtaka galimam elektros energijos kainos padidėjimui;

5 lentelės tęsinys kitame puslapyje

5 lentelės tęsinys

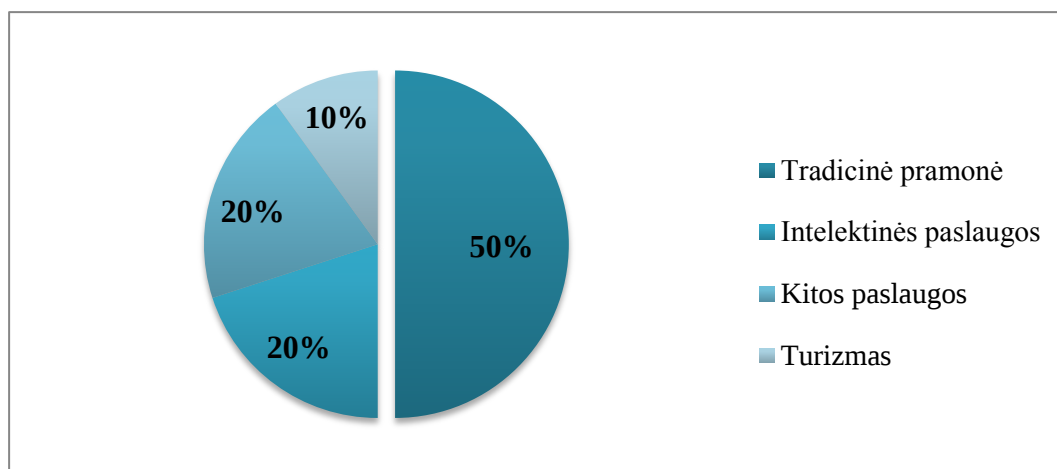
Galimybės	Grėsmės
	Dėl tikėtino NVS ir kitų trečiųjų šalių ekonomikos smukimo gali sumažėti šalių, į kurias eksportuojamos lietuviškos kilmės prekės.
	Dėl finansų krizės sukurto recesinio ir defliacinio klimato galimas apribojimas lietuviškos kilmės prekių geografijai;
	Nykstant skirtumams tarp Lietuvos ir ES šalių senbuvių, lietuviškos prekės gali tapti mažiau konkurencingos.

Šaltinis: Lietuvos Respublikos 2009-2013 metų eksporto plėtros strategija

Lietuvos geografinė padėtis yra palanki prekių/paslaugų eksportui, automobilių ir jūrų kelias, ryšių sistema yra išplėta. Tai šalis, pasižyminti aukšto lygio žmonių išsilavinimu, tačiau siūlomos didesnės galimybės užsienio šalyse skatina „protų nutekėjimą“. Žvelgiant į Lietuvos eksporto SSGG analizę, kyla klausimas, ar tikrai valstybės institucijų, agentūrų įdirbis eksporto rėmimo srityje yra puikus? Nuolatiniai Valstybės institucijų ir agentūrų struktūriniai pertvarkymai, informacijos apie eksporto plėtros galimybes stoka, inovacijų versle trūkumas neįtakoja puikių eksporto plėtros rezultatų. Iš tikrųjų, didelę įtaką Lietuvos eksportui daro ES parama, didinanti įmonių konkurencingumą. Lietuva, atviros ekonomikos šalis, turi daug galimybių plėsti savo eksportą, tačiau tarptautinio šalies pripažinimo stoka, trumpas laikinosios valstybės pagalbos priemonių galiojimas, lietuviškos kilmės prekių eksporto sumažėjimas dėl kai kurių šalių įtakos, kelia didelę grėsmę Lietuvos eksportui.

Remiantis SSGG analize ir bendra Lietuvos eksporto būkle, Lietuvos Respublikos 2009–2013 metų eksporto plėtros strategijoje numatyta vizija: *atvira ekonomika, vietinės ir atvežtinės žaliavas bei darbo išteklius veiksmingai naudojantis ūkis, kuriantis ir eksportuojantis konkurencingas, didelės pridėtinės vertės prekes ir paslaugas, kuriose aukštųjų ir vidutiniškai aukštų technologijų eksportas bei paslaugų eksportas, palyginti su bendru eksportu, sudaro vis didėjančią dalį, o valstybės institucijų ir viešųjų įstaigų veikla užtikrina būtiną paramą prekes ir paslaugas eksportuojančioms įmonėms* (Lietuvos Respublikos 2009–2013 metų eksporto plėtros strategija, p. 8). Įgyvendinus šią strategiją, tikimasi, jog 2015 metais Lietuva bus Baltijos jūros regiono paslaugų centru. Pagal Lietuvos

Respublikos 2009–2013 metų eksporto plėtros strategiją, Lietuvos eksporto struktūra iki 2015 metų turėtų gerokai pasikeisti, t.y. manoma, jog paslaugos sudarys net apie 50 procentų viso eksporto (žr. 4 pav.). Pažymėtina, jog paslaugų eksportas yra specifinis - paslaugos nėra apčiuopiamos.



Šaltinis: sudaryta, remiantis Lietuvos Respublikos 2009-2013 metų eksporto plėtros strategija

4 pav. Numatomas Lietuvos eksporto pozicionavimas iki 2015 metų (proc.)

Pateiktoje diagramoje matome, jog didžiąją dalį eksporto turėtų užimti tradicinė pramonė, t.y. baldai, chemija ir plastikai, mašinos ir įranga, elektronika, poligrafija ir pakavimas, maisto pramonė, pažangioji tekstilė. Likusius 50 proc. užims intelektinės paslaugos, turizmas ir kitos paslaugos, atitinkamai 20 proc., 10 proc. ir 20 proc. Intelektinės paslaugos apima informatiką ir komunikaciją, dizaino, medicinos, teisinės paslaugas, turizmas orientuojamas į SPA ir sanatorinius centrus bei kaimo turizmą, konferencijas, o kitos paslaugos, užimančios penktadalį planuojamos Lietuvos eksporto struktūros, apima transportą ir logistiką, paslaugų centrus verslui, taip pat statybos ir leidybos paslaugas.

Tradicinės pramonės ūkio šakoje numatoma remti tuos projektus, kurie užtikrintų konkurencinį pranašumą bei klasterių kūrimąsi, taip prisidedant prie pridėtinės vertės augimo. Intelektualinių paslaugų ūkio šakoje numatoma užtikrinti rinkų ilgalaikiškumą ir stiprinti kūrybinį bei gamybinį potencialą, o turizmo - kurti šalies patrauklumą, skatinant aktyvų poilsį, teikiant platų SPA paslaugų asortimentą, skatinant kaimo bei konferenciniam turizmą. Paslaugų ūkio šakoje, užimsiančioje 20 procentų eksporto, planuojama didinti konkurencinį pranašumą bei paslaugų sukuriamą pridėtinę vertę.

Lietuvos Respublikos 2009-2013 metų eksporto plėtros strategijoje paslaugų sektorius yra laikomas prioritetu, nors nebūtinai gali užtikrinti aukštą ekonomikos pridėtinę vertę ilguoju laikotarpiu. Visgi, prognozės Lietuvoje dažnai pralenkia realią situaciją. Numatymas, jog paslaugos sudarys apie 50 procentų viso eksporto yra nepagrįstas. Numatomas šalies paslaugų eksporto šuolis

gali sužlugdyti Lietuvos ekonomikos pagrindą - pramonę. Siekiant tokio staigaus pokyčio, svarbu išsiaiškinti, kokiomis priemonėmis bus to siekiama.

Pagal poskyrio pradžioje aptartą Lietuvos Respublikos 2009-2013 metų eksporto plėtros strategijos tikslą bei minėtus uždavinius, Lietuvos plėtros strategijoje yra išskiriamos trys pagrindinės veiklos sritys, į kurias labiausiai orientuojamasi – tai naujų eksporto partnerių paieška, eksportuojančiųjų įmonių veiklos efektyvumo didinimas bei investicijų skatinimas.

Pirmasis Lietuvos Respublikos 2009-2013 metų eksporto plėtros strategijos uždavinys - **sumažinti ekonomikos nuosmukio poveikį eksportuojančioms šalims**. Norint tai įgyvendinti, strategijoje numatyta sukurti eksporto kreditų draudimo sistemą, kurioje dalyvautų valstybė. Didėjant pirkėjų neatsiskaitymui, valstybė prisiimtų draudimo riziką eksportuojant prekes ar paslaugas į ne rinkos rizikos šalis, taip sumažindama įmonių nuostolius. Eksporto kreditų draudimo sistema Lietuvoje buvo laikina. Ji galiojo iki 2012 metų gruodžio 30 dienos. Šiuo metu į eksportą orientuotos įmonės nebegali pasinaudoti VŠĮ „Investicijos ir verslo garantijos“ teikiama paslauga.

Kita ekonomikos nuosmukio poveikį eksportuotojams įmonėms mažinanti priemonė – ES struktūrinių fondų lėšos. Jos skiriamos eksportuojančių ir planuojančių eksportuoti įmonių veiklai remti. Tai veiksminga priemonė, nes ES skiriamos lėšos finansuoja didžiąją dalį numatytų projektų. Akivaizdu, jog įmonės, gavusios ES paramą, rinkoje konkuruoja sėkmingiau nei įmonės, kurioms lėšos neatiteko. „ES lėšos tampa priemone, kuria vyriausybė, o ne rinka paskirsto išteklius ekonominei struktūrai formuoti“ (Dumčiuvienė D., Stravinskas T., 2012, p. 1349). Pasitaiko atvejų, kai parama skiriama nenumatytiems gavėjams. Taip atsitinka dėl per didelės lėšų sumos, kuri būna skiriama vienam sektoriui, o tai dirbtinai didina sektoriaus išteklių paklausą bei kainą. „Taigi, naudos gavėjais tampa išteklių tiekėjai. Tai reiškia, kad ES paramos išmokos tam tikrame sektoriuje negali būti tiksliai užfiksuotos“ (Dumčiuvienė D., Stravinskas T., 2012, p. 1349).

Pagal Lietuvos Respublikos 2009–2013 metų eksporto plėtros strategijos pirmąjį uždavinį numatyta skirti vos 5.010,8 tūkst. litų, dalį lėšų padengti ūkio subjektai, o didžiąją lėšų dalį sudaro ES parama (žr. 6 lent.).

6 lentelė. Pirmojo uždavinio orientacinis LR valstybės biudžeto lėšų poreikio planas (tūkst. litų)

Pirmasis uždavinys	Priemonės	Orientacinis LR valstybės biudžeto lėšų poreikis, tūkst. litų				
		2009 metai	2010 metai	2011 metai	2012 metai	2013 metai
Sušvelninti ekonomikos nuosmukio poveikį eksportuojančioms įmonėms	Iš dalies kompensuoti eksporto kreditų draudimo įmokas	500	100	550	700	700
	Skatinti eksportuojančių įmonių konkurencingumo didinimą ir įmonių pasirengimą eksportuoti (valstybės ir ES struktūrinių fondų lėšomis)	- (ES 40 000)	- (ES 30 000)	- (ES 20 000)	- (ES 10 000)	-
	Igyvendinti ES taikomas pardavimų skatinimo ir vartotojų informavimo priemones	220,8 (+ ES 552, ūkio subj. 331,2)	440 (+ ES 1100, ūkio subj. 660)	540 (+ ES 1350, ūkio subj. 810)	660 (+ ES 1650, ūkio subj. 990)	600 (+ ES 1500, ūkio subj. 900)

Šaltinis: sudaryta darbo autorės, remiantis Lietuvos Respublikos 2009-2013 metų eksporto plėtros strategijos įgyvendinimo priemonių plano duomenimis

Remiantis pateikta lentele, ekonomikos nuosmukio poveikio eksportuojančioms šalims sumažinimui Lietuvos Respublikos vyriausybė ypatingo dėmesio neskyrė - didžioji dalis orientacinių lėšų numatyta skirti iš ES struktūrinių fondų. Eksporto draudimo įmokų kompensavimui skiriama vos 2 550 tūkst. litų, o įmonių konkurencingumo didinimui bei pasirengimui eksportuoti Lietuvos Respublikos biudžeto lėšų neskiriama. Numatoma, jog 2009–2012 metų laikotarpyje šiai priemonei

bus skiriama 100 mln. litų ES parama, kuri atitinkamai paskirstoma 40 mln. litų, 30 mln. litų, 20 mln. litų bei 10 mln. litų. 2013 metais šiai priemonei nenumatomas orientacinis lėšų poreikis. Pažymėtina, jog pagal Lietuvos Respublikos 2009-2013 metų eksporto plėtros strategijos įgyvendinimo priemonių planą, minėta priemonė turi būti finansuojama ne tik iš ES struktūrinių fondų, bet ir LR biudžeto lėšomis, tačiau pastebima, kad valstybės lėšų finansiniame plane nenumatyta. Pirmajai uždavinio priemonei - įgyvendinti ES taikomas pardavimų skatinimo ir vartotojų informavimo priemones, pagal kurias Lietuvos ūkio subjektams būtų teikiama ES parama - 2009–2012 metų laikotarpyje skiriama atitinkamai skiriama 1.104 tūkst. litų, 2.200 tūkst. litų, 2.700 tūkst. litų, 3.300 tūkst. litų bei 3.000 tūkst. litų lėšų. Šios sumos 50 procentų sudaro ES lėšos, 20 procentų – LR valstybės biudžeto lėšų, o likę 30 procentų – privačios lėšos. Kaip matoma, šiai priemonei įgyvendinti didžioji orientacinių lėšų dalis sudaro ES parama.

Naujų prekybos partnerių paieška, skverbimasis į rinką – antroji LR 2009–2013 metų eksporto plėtros strategijos veiklos sritis. Norint išnaudoti visas galimybes pasaulio rinkose, būtina atlikti rinkų tyrimus, parengti pardavimo strategijas, paskirstymo schemas, skleisti informaciją apie užsienio šalių viešuosius pirkimus, jų vykdymo reglamentavimą. *Siekiant sudaryti palankias sąlygas įmonėms dalyvauti skelbiamuose NATO prekių pirkimo ir paslaugų teikimo viešuosiuose konkursuose, bus nustatoma paprastesnė finansinio, techninio, profesinio ir saugumo patikimumo deklaracijų išdavimo tvarka, daugiau verslo subjektų turės galimybę konkuruoti su užsienio paslaugų ir prekių tiekėjais* (LR 2009–2013 metų eksporto plėtros strategija, p. 11). Itin svarbu, kad būtų aktyvesnė ekonominė diplomatija konkurencijai pasaulio ekonomikoje palaikyti.

Dar viena priemonė, būtina naujų partnerių paieškos ir skverbimosi į rinką veiklos srityje – atstovavimo ekonominiams interesams užsienyje koordinavimo tobulinimas. Taip pat šiam uždaviniui įgyvendinti, 2009 metais buvo įsteigta VšĮ „Eksportuojančioji Lietuva“ (dabar - VšĮ „Versli Lietuva“), kuri padėtų skatinti verslumą, įmonių konkurencingumą, padėtų skverbtis į užsienio rinkas ir įsitvirtinti jose. Remiantis Lietuvos Respublikos 2009 – 2013 metų eksporto plėtros strategijos įgyvendinimo priemonių planu, pagal šį uždavinį, 2009 – 2013 metų laikotarpio orientacinis lėšų poreikis siekia apie 12 mln. litų (žr. 7 lent.).

7 lentelė. Antrojo uždavinio orientacinis LR valstybės biudžeto lėšų poreikio planas (tūkst. litų)

Antrasis uždavinys	Priemonės	Orientacinis LR valstybės biudžeto lėšų poreikis, tūkst. litų				
		2009 metai	2010 metai	2011 metai	2012 metai	2013 metai
Naujų prekybos partnerių paieška, skverbimasis į rinką	Organizuoti Lietuvos verslo forumus su kylančios ekonomikos šalimis	-	60	60	60	60
	Organizuoti informacinius konsultacinius seminarus, konferencijas, leisti specializuotus leidinius	80	150	150	170	170
	Remti užsienio rinkos tyrimų, metodinės medžiagos (eksporto vadyba, skverbimasis į kitas rinkas), duomenų bazių įsigijimą	- (ES - 30)	- (ES - 120)	- (ES - 60)	- (ES - 60)	- (ES - 70)
	Padengti ūkio subjektų dalyvavimo užsienio šalyse organizuojamose parodose ir mugėse išlaidas ir verslo misijų organizavimo išlaidas	1 405	400	800	1 800	2 800
	Iš dalies padengti leidinių, teikiančių informaciją ir pristatančių Lietuvoje pagamintas prekes	81	-	300	650	650
	Tobulinti agentūrų atstovavimą užsienyje	-	120	200	200	200
	Rengti kasmečius susitikimus su Lietuvos verslo organizacijų ir įmonių atstovais	20	115	115	105	105

7 lentelės tęsinys kitame puslapyje

7 lentelės tęsinys

Antrasis uždavinys	Priemonės	Orientacinis LR valstybės biudžeto lėšų poreikis, tūkst. litų				
		2009 metai	2010 metai	2011 metai	2012 metai	2013 metai
Naujų prekybos partnerių paieška, skverbimasis į rinką	Rinkti informaciją apie užsienio šalių perkančiųjų organizacijų ir tarptautinių organizacijų skelbiamus viešuosius pirkimus	-	-	120	120	120

Šaltinis: sudaryta darbo autorės, remiantis Lietuvos Respublikos 2009-2013 metų eksporto plėtros strategijos įgyvendinimo priemonių plano duomenimis

Kasmet nuo 2010 metų iki 2013 metų (imtinai) Lietuvos verslo forumams organizuoti numatyta skirti po 60 tūkst. litų valstybės biudžeto lėšų (iš viso – 240 tūkst. litų), informacinių konsultacinių seminarų, konferencijų, specializuotų leidinių leidimui bei informacijos apie potencialias užsienio rinkas, 2010 - 2013 metais numatomas orientacinis lėšų poreikis iš viso siekia 720 tūkst. litų valstybės biudžeto lėšų (lėšos administruojamos per LR Ūkio ministeriją bei LR Žemės ūkio ministeriją). Lyginant su 2009 metais (50 tūkst. litų LR valstybės biudžeto lėšų administravo LR Ūkio ministerija ir 30 tūkst. litų – LR Žemės ūkio ministerija iš valstybės biudžeto lėšų), plėtros strategijos vykdymo pabaigoje žymiai išaugo orientacinis lėšų poreikis – 2009 metais numatytas poreikis 80 tūkst. litų išaugo iki 170 tūkst. litų. Užsienio rinkos tyrimams, metodinės medžiagos bei duomenų bazių įsigijimui LR valstybės biudžeto lėšos neskiriamos, finansavimo šaltinis – ES paramos lėšos.

Pagal Lietuvos Respublikos 2009 – 2013 metų eksporto plėtros strategijos antrąjį uždavinį, daugiausia lėšų skiriama ūkio subjektų dalyvavimui užsienio valstybėse organizuojamose parodose, mugėse, su eksporto skatinimu susijusiuose renginiuose. 2009 – 2013 metų laikotarpio orientacinis lėšų poreikis – 7 205 tūkst. litų (2013 metais per LR Ūkio ministeriją numatyta skirti 2 500 tūkst. litų LR valstybės biudžeto lėšų, per LR Žemės ūkio ministeriją – 300 tūkst. lėšų ir panaudoti 800 tūkst. litų ES lėšų). Leidiniams, teikiančių informaciją ir pristatančių Lietuvoje pagamintas prekes, skiriama 1 681 tūkst. litų LR valstybės biudžeto lėšų, kurias administruoja LR Ūkio ministerija, o Lietuvos agentūrų atstovavimui užsienyje – 720 tūkst. litų LR valstybės biudžeto lėšų. Poreikiui rengti kasmečius susitikimus su Lietuvos verslo organizacijų ir įmonių atstovais skiriama 460 tūkst. litų, o informacijos apie užsienio šalių perkančiųjų organizacijų ir tarptautinių organizacijų skelbiamus viešuosius pirkimus, kuriuose dalyvautų Lietuvos suinteresuoti tiekėjai – 360 tūkst. litų LR valstybės biudžeto lėšų. Pagal šį uždavinį, lėšų neskiriama aktyvesnės ekonominės diplomatijos vykdymui, kuris

padėtų įmonėms konkuruoti pasaulio ekonomikoje, taip pat neskiriama lėšų seminarams, kuriuose būtų aptariama eksporto kontrolė ir tarptautinės sankcijos, aktualios eksportuojančioms įmonėms bei veiksmingesniems aukštųjų pareigūnų vizitams užsienyje, kurių dėka būtų pristatomos Lietuvos ekonomikos galimybės.

Trečiasis Lietuvos Respublikos 2009–2013 metų eksporto plėtros strategijos uždavinys – **lietuviškos kilmės prekių ir paslaugų eksportui palankios aplinkos sukūrimas**. Kadangi Lietuva – maža valstybė, turinti nedaug gamtinių išteklių, todėl bandant pasivyti ES šalis, eksporto tempai gali sulėtėti (kaip tai ir atsitiko). Lietuvos Respublikos 2009–2013 metų eksporto plėtros strategijoje numatyta, jog reikia sudaryti visas įmanomas sąlygas eksportuotojams gauti kreditus apyvartinėms lėšoms, drausti juos, taip siekiant apsaugoti nuo išorinės rizikos veiksnių. Taip pat, siekiant sudaryti palankias sąlygas verslui, numatomi kasmetiniai pasitarimai su įmonių atstovais, konsultacinės paslaugos įmonėms. Numatytas lietuviškų prekių ir paslaugų palankios eksportui aplinkos sukūrimas, kuris grindžiamas visų įmanomų palankių sąlygų sudarymu eksportuotojams gauti kreditus apyvartinėms lėšoms – neracionalus. Lietuvai reikia konkrečių veiksmų, o ne gairių.

Kitas svarbus aspektas, minimas Lietuvos Respublikos 2009–2013 metų eksporto plėtros strategijoje – verslo subjektų ir prekių įvaizdžio kūrimas. Prekės turi atitikti reikiamus kokybės reikalavimus, priešingu atveju nepritrauks užsienio pirkėjų. Įmonių bei jų gaminamos produkcijos įvaizdį kuria internetiniai puslapiai, leidiniai, informuojantys apie Lietuvoje gaminamas prekes, verslo galimybes bei sąlygas, nacionalinio prekės ženklo populiarinimas, dalyvavimas tarptautiniuose seminaruose, konferencijose, kurie orientuoti į eksporto plėtrą, rinkų užėmimą. Norint tai įgyvendinti, visų pirmą eksportuojančių įmonių specialistams reikia mokymų ir specialių konsultacijų, nes, kaip teigiama Lietuvos Respublikos 2009–2013 metų eksporto plėtros strategijoje, „daugelio Lietuvos įmonių specialistai stokoja vadybos gebėjimų (tiek gamybos planavimo ir organizavimo, tiek prekybos), turimos vadybos žinios per mažai pritaikomos veiksmingam procesų (logistika, pardavimas, gamyba, informacinių technologijų diegimas) valdymui užtikrinti“ (Lietuvos Respublikos 2009–2013 metų eksporto plėtros strategija, p. 12).

Lietuvos Respublikos 2009–2013 metų eksporto plėtros strategijoje numatytas ES struktūrinių fondų lėšų naudojimas, remiant eksportuojančių ir planuojančių eksportuoti įmonių veiklą, susijusią su eksporto apimties didinimu ar rinkų įvairinimu. Skiriant paramą įmonių konkurencingumui didinti, numatoma, jog prioritetą bus teikiamas eksportuojančioms įmonėms.

Vadovaujantis Lietuvos Respublikos 2009–2013 metų eksporto plėtros strategija numatoma, jog sėkmingai įgyvendinus užsibrėžtus uždavinius, „lietuviškos kilmės eksporto prekių augimo tendencijos išliks teigiamos, daugės eksportuojančių įmonių, bus išplėsta eksporto geografija, pagerės atstovavimas Lietuvos verslo interesams užsienyje ir įmonėms reikalingos informacijos sklaida, dėl to gerės bendri šalies ekonominiai ir socialiniai rodikliai, kils gyvenimo lygis“ (LR 2009–2013 metų

eksporto plėtros strategija, p. 13). Kaip bus iš tiesų, bus galima įvertinti pasibaigus eksporto plėtros strategijos einamajam laikotarpiui.

Lietuvos Respublikos 2009–2013 m. eksporto plėtros strategijoje numatytas finansavimo planas, pagal kurį orientacinės lėšos, skirtos šio uždavinio įgyvendinimui, - 23.981 tūkst. litų. (žr. 8 lentelė).

8 lentelė. Trečiojo uždavinio orientacinis LR valstybės biudžeto lėšų poreikio planas (tūkst. litų)

Trečiasis uždavinys	Priemonės	Orientacinis LR valstybės biudžeto lėšų poreikis, tūkst. litų				
		2009 metai	2010 metai	2011 metai	2012 metai	2013 metai
Sukurti lietuviškos kilmės prekių ir paslaugų eksportui palankią aplinką	Dalinis finansavimas VŠĮ „Versli Lietuva“) projektams	50	1 000	1 700	3 500	3 500
	Skatinti žuvų ir jų produktų rinkų plėtrą ir vartojimą	200 (+ES 600)	225 (+ES 675)	275 (+ES 825)	287,5 (+ES 862,5)	262,5 (+ES 787,5)
	Gaminių populiarinimas bei pristatymas nacionalinėse ir tarptautinėse parodose bei mugėse, prekybos misijose, konferencijose, konkursuose.	79,5 (+ES 220,5)	92,5 (+ES 67,5)	87,5 (+ES 112,5)	100 (+ES 150)	97,5 (+ES 202,5)
	Lietuvos kultūros ir meno kūrinių bei produkcijos pristatymų specializuotuose renginiuose užsienyje	-	8	89	89	94
	Žemės ūkio ir maisto produktų eksporto į trečiąsias šalis ir į ES bei produktų įvežimo iš ES ir importo iš trečiųjų šalių tendencijų analizė	70	60	60	60	60

8 lentelės tęsinys kitame puslapyje

8 lentelės tęsinys

Trečiasis uždavinys	Priemonės	Orientacinis LR valstybės biudžeto lėšų poreikis, tūkst. litų				
		2009 metai	2010 metai	2011 metai	2012 metai	2013 metai
Sukurti lietuviškos kilmės prekių ir paslaugų eksportui palankią aplinką	Mokymo ir konsultavimo paslaugos (ypač mažoms ir vidutinėms įmonėms)	-	100 (+ES 1 200)	75 (+ES 1 500)	75 (+ES 1 650)	50 (+ES 1 650)
	Lietuvos įmonių dalyvavimas tarptautiniuose seminaruose, konferencijose ir kt. renginiuose	40	-	500	600	600
	Eksporto prekių kokybės atitikties įvertinimo sistemos dalyvių techninę bazės stiprinimas	1 160	600	850	1 000	1 500
	Geriausiųjų metų eksportuotojų konkursų rengimas	-	-	50	90	90
	Specializuota tarptautinės prekybos elektroninio mokymo programa	150	35	35	35	35
	Eksportuotojų mokymo programos	- (ES 500)	120 (+ES 850)	140 (+ES 875)	125 (+ES 875)	125 (+ES 875)
	Lietuvos įmonių, prekės ženklų pristatymas užsienio rinkose	-	-	50	50	50

Šaltinis: sudaryta darbo autorės, remiantis Lietuvos Respublikos 2009-2013 metų eksporto plėtros strategijos įgyvendinimo priemonių plano duomenys

Daliniam VŠĮ „Versli Lietuva“ rengiamų projektų finansavimui 2009-2013 metų orientacinės LR valstybės lėšos siekia 9.750 tūkst. litų, didžiausios sumos - po 3.500 tūkst. litų – išskirstomos 2012 metais ir 2013 metais. Lyginant su 2009 metais skiriama suma 50 tūkst. litų, paskirstyta 7 kartais didesnė. Žuvų ir jų produktų rinkų plėtrai skiriama 5 000 tūkst. litų, produkcijos pristatymui parodose bei mugėse, prekybos misijose, konferencijose bei konkursuose skiriama 1.210 tūkst. litų, iš kurių kiekviena priemonė ES lėšomis finansuojama po 75 procentus skiriamų lėšų.

Lietuvos Respublikos 2009-2013 metų eksporto plėtros strategijoje numatyta, jog orientacinės lėšos, skirtos Lietuvos kultūros ir meno kūrinių pristatymui užsienio renginiuose, siekia vos 280 tūkst. litų, kurie išskirstyti tik 2010 – 2013 metams, 2009 metams orientacinių lėšų nenumatyta. Mokymo ir konsultavimo paslaugoms (ypač mažoms ir vidutinėms įmonėms) skiriama 6.299 tūkst. litų, iš kurių ES lėšomis finansuojami net 95 procentai. Lyginant su valstybės finansuojama 300 tūkst. litų suma, matoma, jog ES parama yra labai svarbi mokymams bei konsultacinėms paslaugoms teikti. 1.740 tūkst. litų orientacinė suma numatyta skirti Lietuvos įmonių dalyvavimui tarptautiniuose seminaruose, konferencijose ir kt. renginiuose. Ši priemonė yra itin aktuali eksporto skatinimui, tačiau valstybės biudžeto lėšomis finansuojama nepakankama suma, norint įmonėms dalyvauti šiuose renginiuose.

Eksporto prekių kokybės atitikties įvertinimo sistemos dalyvių techninės bazės stiprinimui, 2009–2013 metais skiriama 5.110 tūkst. litų suma, atitinkamai 2009 metams – 1.160 tūkst. litų, 2010 metams – 600 tūkst. litų, 2011 metams – 850 tūkst. litų, 2012 metams – 1.000 tūkst. litų, o 2013 metų orientacinė suma siekia 1.500 tūkst. litų. Geriausiųjų metų eksportuotojų konkursų rengimui, Lietuvos Respublikos 2009-2013 metų eksporto plėtros strategijos įgyvendinimo priemonių plane numatyta orientacinė suma siekia vos 230 tūkst. litų, kurie paskirstomi tik trejiems metams, t.y. 2011-2013 metams.

Remiantis Lietuvos Respublikos 2009-2013 metų eksporto plėtros strategijos įgyvendinimo priemonių planu, specializuotiems tarptautinės prekybos elektroniniams mokymams orientacinės lėšos skiriamos tik iš LR valstybės biudžeto ir finansavimo suma siekia 290 tūkst. litų. Didžiausia finansavimo suma skiriama 2009 metais, kai buvo kuriama specializuota tarptautinės prekybos mokymo programa. Vėlesniems, 2010-2013 metams, likusi 140 tūkst. litų sumą planuojama paskirstyti lygiomis dalimis po 35 tūkst. litų. Kyla klausimas, kokiais kriterijais remiantis, lėšos paskirstomos? Tai nėra pagrindžiama strategijoje.

Eksportuotojų mokymo programoms organizuoti, parengti bei įgyvendinti, pagal Lietuvos Respublikos 2009-2013 metų eksporto plėtros strategijos įgyvendinimo priemonių planą, skiriama orientacinių lėšų suma siekia 4.485 tūkst. litų, iš kurių apie 89 procentai finansuojami ES lėšomis. Išskiriant eksportuotojų mokymo programos organizavimą, parengimui ir įgyvendinimui skiriama 2.500 tūkst. litų ES lėšų. Pastebima, jog LR vyriausybė tik dalinai prisideda tik prie mokymų organizavimo.

Lietuvos Respublikos 2009-2013 metų eksporto plėtros strategijos įgyvendinimo priemonių plane numatytas Lietuvos įmonių, prekės ženklų pristatymas užsienio rinkose, kuriam skiriama vos 150 tūkst. litų. Ši finansavimo suma nepakankama, norint tinkamai pristatyti Lietuvos įmonės ir jos prekės ženklą. Priemonei turėtų būti skiriama ženkliai didesnė suma, norint tinkamai reklamuotis užsienyje ir didinti konkurencingumą.

Remiantis „Earnst&Young“ parengtoje Lietuvos verslo tarptautinės plėtros galimybių studijoje, siekiant efektyviausiais būdais skatinti eksporto plėtrą, turi būti įgyvendintos kompleksinės priemonės. Taip pat vyriausybė turi veikti aktyviai ir operatyviai pritaikyti eksporto skatinimo uždavinius prie besikeičiančios ekonominės bei politinės aplinkos.

Apibendrinant, Lietuvos Respublikos 2009-2013 metų eksporto plėtros strategija pradėta rengti 2008 metais, todėl numatyti, kaip Lietuvos eksporto tendencijos pasikeis per keletą metų – netikslinga. Atsižvelgiant į nuolat besikeičiančią globalią erdvę, Lietuvos eksporto plėtros strategija turėtų būti koreguojama ir atnaujinama pagal esamą situaciją, rengiami priedai. Be to, Lietuvos Respublikos 2009-2013 metų eksporto plėtros strategijoje numatyta vizija bei parengti orientacinių lėšų finansiniai planai atitinkamoms priemonėms vykdyti, neatitinka užsibrėžto tikslo - veiksmingo ir kryptingo prekių, paslaugų eksporto plėtros ir skatinimo politikos vykdymo, įmonių konkurencingumo didinimo ir priemonių, kurių įgyvendinimas skatintų aukštųjų ir vidutiniškai aukštų technologijų diegimo ir kokybiškų paslaugų teikimo, sudarytų sąlygas efektyviai prekiauti su užsienio šalimis mažiausiomis sąnaudomis, nustatymo bei teigiamo užsienio prekybos balanso siekimo. Lietuvos Respublikos 2009-2013 metų eksporto plėtros strategijoje uždaviniuose trūksta konkretumo, išsamumo, pagrįstumo dėl pasirinktų priemonių uždaviniams įgyvendinti, dėl kriterijų, kuriais remiantis paskirstomos lėšos.

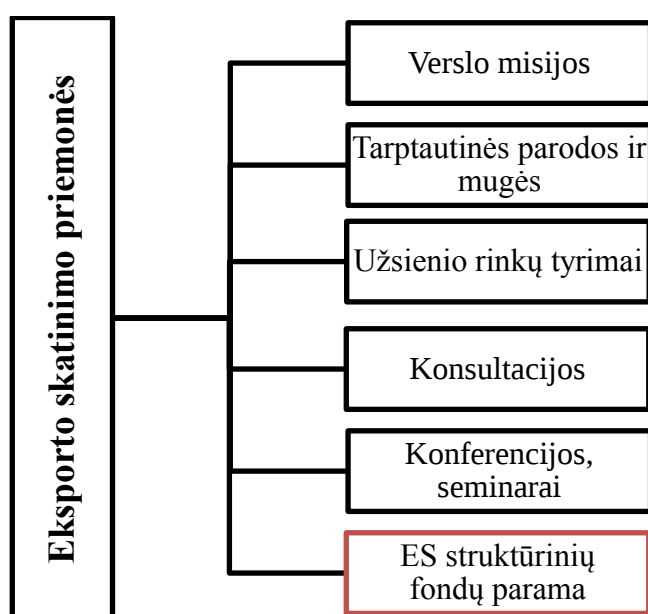
Vien tai, kad yra parengta eksporto plėtros strategija, numatyti preliminarūs uždaviniai, eksporto neskatina. Nepagrįstas finansavimo planas bei neskiriamas net minimalus vyriausybės finansavimas itin svarbioms sritims, tokioms kaip užsienio rinkų tyrimai, metodinės medžiagos įsigijimui, aktyvesnės ekonominės diplomatijos vykdymui, aukštųjų pareigūnų vizitams, seminarams, eksporto kontrolės, tarptautinių sankcijų temomis it pan. Lietuvos Respublikos vyriausybės vykdoma eksporto plėtros strategija turi motyvuoti įmones tapti labiau orientuotomis į eksportą: turi būti sudarytos sąlygos svaresniam, efektyvesniam atstovavimui ir bendravimui su užsienio įmonėmis, taip užtikrinant papildomas eksporto pajamas ilguoju laikotarpiu. Lietuvos Respublikos vyriausybė taip pat turi užtikrinti, kad viešosios lėšos būtų panaudojamos efektyviai, tikslingai, o įmonės, naudojantys vyriausybės finansavimo programas, turi stengtis kompensuoti riziką. Įmonėms reikia laiko patirties įgūdžiams ir organizaciniais pajėgumams vystyti, kad eksporto skatinimo žinios būtų veiksmingai pritaikytos įmonių veiklose.

Atsižvelgiant į minėtus Lietuvos Respublikos 2009-2013 metų eksporto plėtros strategijos trūkumus, šiuo metu ruošiamoje Lietuvos Respublikos 2014-2020 metų eksporto plėtros strategijoje turėtų būti įvertinta esama situacija, suformuluoti nauji uždaviniai bei priimti nauji eksporto skatinimo sprendimai ir finansavimo planas, kuriame būtų adekvačiai įvertintos prioritutinės kryptys ir racionaliai, pagrįstai paskirstytos lėšos.

3. EKSPORTO SKATINIMO PRIEMONIŲ EFEKTYVUMO VERTINIMAS

3.1. Eksporto skatinimo priemonių taikymo Lietuvoje intensyvumo analizė

Lietuvoje taikoma eksporto skatinimo priemonė – subsidijos - yra ribota. Tai įtakoja ES taikomi teisės aktai, ūkio subjektų bei Vyriausybės finansinių resursų stoka. Remiantis Lietuvos vyriausybės vykdoma eksporto plėtros politika, teisės aktais ir ankstesniame skyriuje minėtų organizacijų veikla, eksporto skatinimo priemonės neturėtų būti tapatinamos su subsidijų skyrimu, finansine pagalba arba tiesioginėmis išmokomis eksportuotojams. Šios priemonės neatitinka jau minėtų ES ir PPO taisyklių. Eksporto skatinimo priemonės turi apimti konsultavimą vidaus ir eksporto rinkose, informacijos teikimą apie užsienio rinkas, paramą prekybos mugėse, tarptautinėse parodose (žr. 5 pav.).



Šaltinis: sudaryta darbo autorės, remiantis LR vyriausybės bei viešųjų įstaigų veiklos duomenimis

5 pav. Lietuvoje taikomos eksporto skatinimo priemonės

Verslo misijos, parodos bei mugės – populiariausios eksporto skatinimo priemonės, padedančios užmegzti ryšius su potencialiais verslo partneriais. Dalyvaujant verslo misijose, kontaktų mugėse bei parodose, palaikomas tiesioginis ryšys su lankytojais ir renginio dalyviais.

Verslo misijos bei mugės – tai užsienio šalyse organizuojami Lietuvos ir užsienio valstybių verslininkų susitikimai, kuriais siekiama skatinti ūkio subjektų prekių ir paslaugų eksportą bei investicijas ir surasti bendradarbiavimo partnerių gamybos, prekybos ir paslaugų srityse užsienyje. Pagrindinis skirtumas tarp verslo misijos ir kontaktų mugės - verslo misijos vykdomos užsienio šalyje,

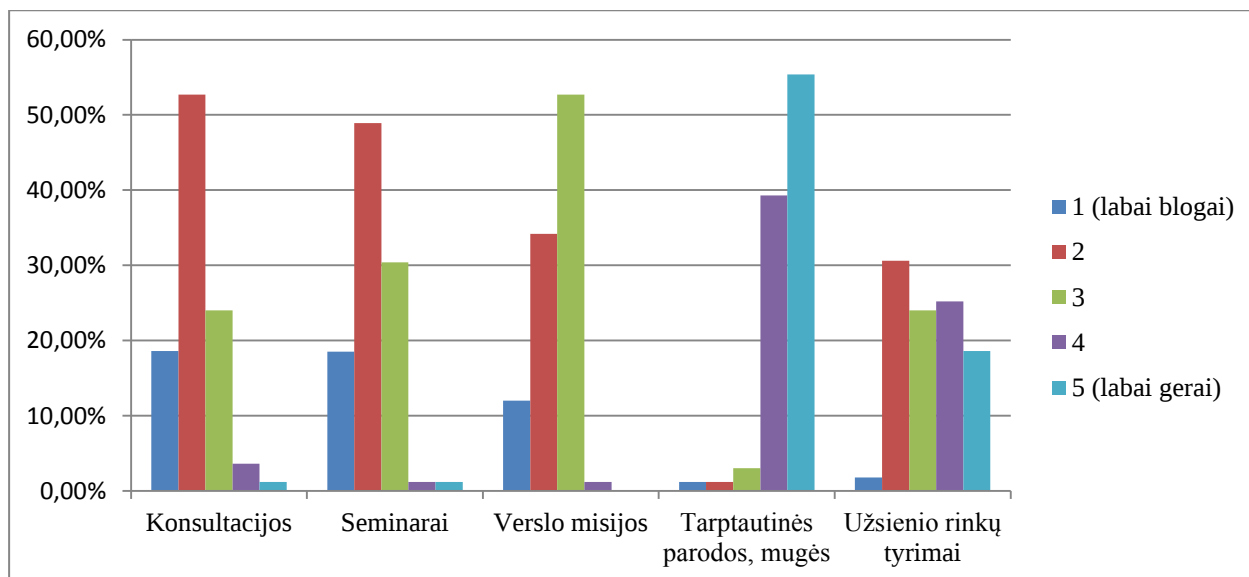
kurioje susitinkama su tos šalies verslininkais, o kontaktų mugėje dalyvauja daugiau nei du šalių verslininkai - šalių skaičius gali svyruoti nuo penkių iki daugiau nei dvidešimt. Tai priklauso nuo kitų šalių suinteresuotumo, finansavimo galimybių bei parodos, kurios metu vyksta kontaktų mugė, svarbumo.

Kontaktų mugės ir verslo misijos labiau tinka pradedantiems ar pakankamai patirties neturintiems eksportuotojams dėl mažesnių laiko, finansinių bei žmogiškųjų sąnaudų nei dalyvaujant tarptautinėse parodose. Kontaktų mugės, kaip ir verslo misijos, trunka vieną ar dvi dienas, per kurias įmonės turi galimybę susitikti su 8–12 įmonių. Šių renginių metu siekiama, kad įmonės užmegztų naudingus ryšius, gautų vertingus verslo pasiūlymus.

Remiantis Lietuvos Respublikos 2004 metų Ūkio ministro įsakymu dėl valstybės dalyvavimo pristatant ūkio subjektų produkciją (paslaugas) parodose ir kituose renginiuose, siekiant plėtoti Lietuvos eksportą, pritraukti investicijas ir skatinti ūkio subjektų ekonominį bendradarbiavimą, tarptautinės parodos skatinamos, siekiant išplėsti Lietuvos eksporto rinkas. Tarptautinė paroda – tai tam tikrą laiką trunkantis ir periodiškai pasikartojantis renginys, kurio metu dviejų ir daugiau šalių prekių gamintojai ar paslaugų teikėjai specialiai skirtose patalpose pristato savo gaminamus produktus, teikiamas paslaugas, rengia prezentacijas ir/ar kontaktų muges. Remiantis Keliuotyte R. (2008), eksporto skatinimo priemonių - tarptautinių parodų bei mugių – reikšmė itin didėja. Renginių metu ne tik pristatoma šalies produkcija, skatinamas bendradarbiavimas, bet ir reprezentuojamas ir kuriamas šalies įvaizdis, pritraukiamos investicijos. Užmezgami komerciniai santykiai, sudaromi prekybiniai sandoriai, kurie teigiamai įtakoja šalies, kurios produkcija pristatoma, ekonomikos gerovę – aktyvėja užsienio prekyba.

Kitos priemonės, tokios, kaip užsienio rinkų tyrimai, konsultacijos, konferencijos bei seminarai – tai paslaugos, kurias finansuoja eksportuojančios įmonės, norinčios plėsti savo veiklą užsienio rinkose. Analitinės bei informacinės paslaugas teikia viešosios organizacijos – didžiausias indėlis yra VŠĮ „Versli Lietuva“.

Siekiant išsiaiškinti, kurios iš Lietuvoje taikomų eksporto skatinimo priemonių yra vertinamos palankiausiai, atlikta anketinė į eksportą orientuotų įmonių apklausa, kurioje vienas iš pateiktų klausimų: „Įvertinkite Lietuvoje taikomas eksporto skatinimo priemones nuo 1 (labai blogai) iki 5 (labai gerai)“ (žr. 6 pav.).

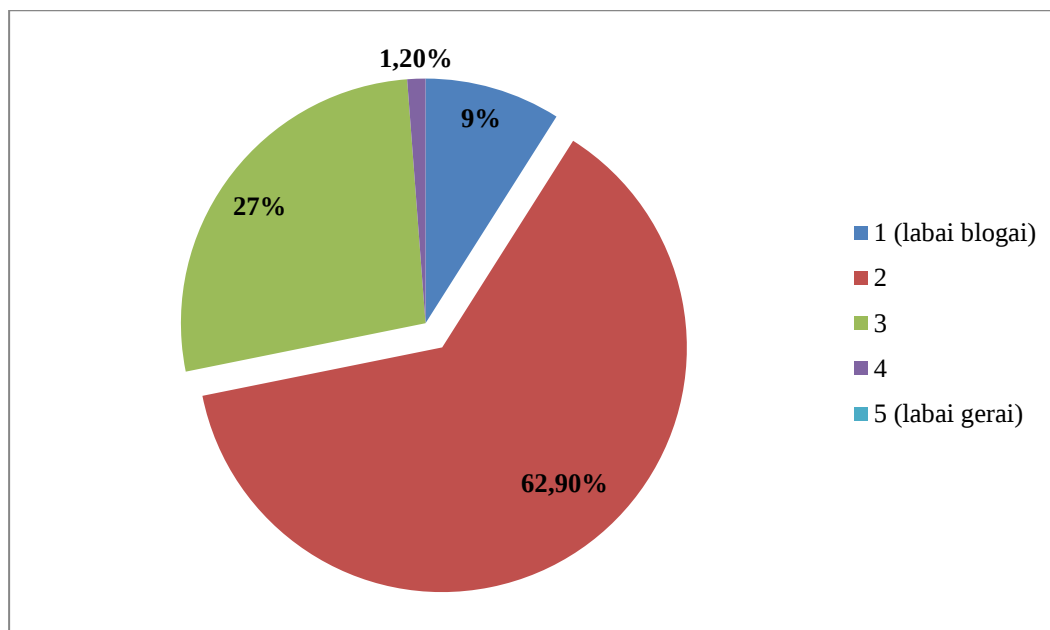


Šaltinis: sudaryta darbo autorės, remiantis anketinės apklausos duomenimis.

6 pav. Lietuvoje taikomų eksporto skatinimo priemonių vertinimas (balais)

Remiantis gautais apklausos duomenimis, respondentų tarpe 108 gamintojai, paslaugų teikėjai pakankamai gerai įvertino dalyvavimą tarptautinėse parodose bei mugėse – daugiau nei pusę respondentų (55,4%) šią eksporto skatinimo priemonę įvertino penkiais balais, t.y. labai gerai. Eksporto skatinimo priemonę, įvertinta prasčiausiai – konsultacijos. Net 52,7% respondentų pastarąją priemonę įvertino vienu balu, t.y. labai blogai. Galima daryti išvadą, jog vyriausybinių organizacijų pastangos organizuojant tarptautines parodas bei mugės pasiteisina, tačiau pažymėtina, jog ES taip pat prisideda prie tarptautinių parodų bei mugių organizavimo finansavimo. Galbūt dėl šios priežasties į eksportą orientuotos įmonės teigiamai vertina minėtus renginius nei konsultacijas. Taip pat galima daryti prielaidą, jog konsultacijos nepateisina įmonių lūkesčių ir gautos žinios neatsispindi žymiu eksporto didėjimu.

Siekiant išsiaiškinti, kaip Lietuvos įmonės, orientuotos į eksportą, vertina Lietuvoje vykdomos eksporto skatinimo politikos visumą, anketoje prie eksporto skatinimo priemonių klausimo buvo pateiktas papildomas punktas – Lietuvos eksporto skatinimo politikos visuma - kurią taip pat reikėjo įvertinti penkiabalėje sistemoje (žr. 7 pav.).



Šaltinis: sudaryta darbo autorės, remiantis atlikto tyrimo duomenimis.

7 pav. Lietuvos eksporto skatinimo politikos vertinimas (balais)

Pateiktoje diagramoje matoma, jog respondentų tarpe, 108 gamintojai, paslaugų teikėjai bendrą Lietuvos eksporto skatinimo politiką įvertino blogai, t.y. 2 balais (62,9% respondentų). Tai ypač įtakojo neigiamas vyriausybinių organizacijų organizuojamų konsultacijų bei seminarų įvertinimas (žr. 6 pav.). Be to, diagramoje pateikti apklausos duomenys atskleidžia, jog Lietuvos eksporto skatinimo politika yra netinkama, ypač finansinių išteklių atžvilgiu. Dauguma įmonių, norėdamos skatinti savo įmonės produkcijos ar teikiamų paslaugų eksporto plėtrą, turi padengti dalį arba visą eksporto skatinimo priemonių sumą savo lėšomis. Eksportuotojams, ypač smulkaus ir vidutinio verslo įmonėms, dažniausiai trūksta išteklių bei patirties savarankiškai vykdyti brangią eksporto plėtrą, todėl ES parama yra itin svarbi. Pasak Jatuliavičienės G. (2009), ES parama Lietuvos eksportuotojams yra būtina dėl šiuolaikinės globalizacijos sąlygomis esančios nuolatinės ir neišvengiamos konkurencijos su užsienio šalių ūkio subjektais. Ypatingai su tų šalių įmonėmis, kurių padėtis eksporto skatinimo srityje yra palankesnė nei Lietuvos, t.y. ilgametė patirtis bei efektyviai funkcionuojančios eksporto plėtros procesų valdymo sistemos.

ES struktūrinių fondų lėšomis iš dalies finansuoja į eksportą orientuotą subsidijų programą - eksporto plėtros priemonę – „Naujos galimybės“. „Naujos galimybės“ – tai eksporto plėtrą remianti konkursinė priemonė, kuri pradėta teikti nuo 2007 metų (Lietuvoje pirmasis kvietimas teikti paraišką ES paramai gauti surengtas 2009 metais). Remiantis VšĮ „Lietuvos verslo plėtros agentūros“

duomenimis, priemonės „Naujos galimybės“ remiama veikla atitinkamų kvietimų metu skyrėsi (žr. 9 lent.).

9 lentelė. Priemonės „Naujos galimybės“ remiamos veiklos

Kvietimai teikti paraiškas	Remiamos veiklos
Nr. 1	1) Įmonės produkcijos eksporto plėtros strategijos parengimas; 2) Užsienio rinkų tyrimai ir informacijos apie jų dalyvius įsigijimas; 3) Rinkodaros medžiagos parengimas; 4) Įmonės ir jos produkcijos pristatymas užsienyje vykstančiose parodose, mugėse, verslo misijose ir kt. renginiuose; 5) Eksporto rinkodaros specialisto įdarbinimas įmonėje; 6) Gaminių sertifikavimas.
Nr. 2	1) Įmonės ir jos produkcijos pristatymas užsienyje vykstančiose parodose, mugėse, verslo misijose (kūrybinių industrijų atveju – ekspozicijose, festivaliuose, madų šou); 2) Užsienio renginiuose pristatymui reikalingos rinkodaros medžiagos parengimas; 3) Gaminių sertifikavimas.
Nr. 3	1) Įmonės ir jos produkcijos pristatymas užsienyje vykstančiose parodose, mugėse, verslo misijose (kūrybinių industrijų atveju – ekspozicijose, festivaliuose, madų šou); 2) Užsienio renginiuose pristatymui reikalingos rinkodaros medžiagos parengimas; 3) Gaminių sertifikavimas.
Nr. 4	1) Įmonės ir jos produkcijos pristatymas užsienyje vykstančiose parodose, mugėse, verslo misijose.

Šaltinis: sudaryta, remiantis VŠĮ „Lietuvos verslo plėtros agentūra“ duomenimis

Pateiktoje lentelėje matoma, jog ES finansuojamos eksporto skatinimo priemonės „Naujos galimybės“ remiamų veiklų apimtis skiriasi. Ketvirtuoju kvietimu nelieka gaminių sertifikavimo - procedūra (bandymai, tyrimai, registravimas), kuri įrodo, kad gaminys atitinka standarto ar kito

norminio dokumento reikalavimus ir yra privaloma, ketinant eksportuoti gaminius. Taip pat neremiamas rinkodaros medžiagos parengimas (lankstinukų ir kitos dalomosios medžiagos rengimas, vertimas, maketavimas, spausdinimas, vizualinės medžiagos (pavyzdžiui, plakatai, tentai) rengimas ir gamyba), įmonės produkcijos eksporto plėtros strategijos parengimas bei įmonę dominančių užsienio rinkų tyrimai, kuriais turi pasirūpinti eksportuojanti įmonė savo lėšomis. Viena ir pagrindinė remiama veikla ketvirtuoju kvietimu – įmonės ir jos produkcijos pristatymas užsienyje vykstančiose parodose, mugėse, verslo misijose. Dėl kokių priežasčių susiaurėjo remiama veikla - sunku įvertinti. Viena iš prielaidų galėtų būti, jog įmonėms aktualiausia dalyvauti tarptautinėse parodose, mugės bei verslo misijose arba neišnaudoja visų teikiamų galimybių. Taip pat pažymėtina, jog buvo ir kitų permainų teikiamų kvietimų reikalavimuose: pirmajame kvietime buvo keliamas reikalavimas turėti ne mažesnę kaip dviejų metų patirtį ir nebūti priskirtai prie labai mažos įmonės. Šis reikalavimas gali būti pagrindžiamas didele mažų įmonių rizika. Vėlesniuose kvietimuose – II, III ir IV – šis reikalavimas panaikintas, taip prisidedant prie labai mažų įmonių galimybės prekiauti savo gaminama produkcija / siūlyti teikiamas paslaugas pasaulinėje rinkoje.

Nepaisant stipraus remiamos veiklos susiaurinimo bei finansavimo intensyvumo, pasak Ūkio ministerijos, ši priemonė išliko viena populiariausių priemonių (įgyvendinančioji institucija yra VŠĮ „Lietuvos verslo paramos agentūra“ (LVPA)). Teigiama, jog parodos, mugės bei verslo misijos teikia didesnę naštą, nes įmonės, dalyvaudamos šiuose renginiuose, operatyviai gauna reikiamą informaciją apie eksporto rinkas ir gali užmegzti naujus ryšius su potencialiais partneriais, atsiranda galimybė plėsti gaminamos produkcijos ar teikiamų paslaugų eksportą.

Eksporto skatinimo priemonė „Naujos galimybės“ veikia pagal ekonomikos augimo veiksmų programos 2 prioritetą - verslo produktyvumo didinimas ir aplinkos verslui gerinimas, o didžiausia paramos suma, skiriama vienam projektui įgyvendinti svyruoja nuo 15 000 litų iki 150 000 litų. ES struktūrinių fondų suteikiamas finansavimas pagal „Naujos galimybės“ svyruoja nuo 30 iki 60 proc. visų projekto išlaidų (be PVM), priklausomai, kurioje valstybėje vyksta paroda, mugė ir pan. (tai įtakoja fiksuoti įkainiai, nustatyti pagal šalis, kuriose vyksta parodos, mugės, misijos ir pan.). Priemone „Naujos galimybės“ gali pasinaudoti įmonės, atitinkančios tam tikrus kriterijus (žr. 10 lent.).

10 lentelė. Pareiškėjo kriterijai pagal „Naujos galimybės“

Pagrindiniai pareiškėjo kriterijai	
Tinkamas pareiškėjas	juridinis asmuo, vykdomas veiklą Lietuvoje
Metinės pajamos	ne mažesnės nei 500.000 Lt (patvirtinta pelno (nuostolio) ataskaita)

10 lentelės tęsinys kitame puslapyje

Pagrindiniai pareiškėjo kriterijai	
Pardavimų struktūra	nemažiau kaip 50 proc. sudaro pajamos gautos iš paties pagamintos produkcijos (suteiktų paslaugų)
Neturi ekonominių sunkumų	nuosavas kapitalas nėra mažesnis kaip ½ įstatinio kapitalo ir 25 proc. to įstatinio kapitalo nebuvo prarasta per 12 mėn.

Šaltinis: sudaryta darbo autorės, remiantis LVPA duomenimis.

Priemone „Naujos galimybės“ gali pasinaudoti įmonės, kurios vykdo gamybinę ir (ar) paslaugų veiklą bei pati pagamina ar suteikia ne mažiau kaip 50 proc. produkcijos ar paslaugų. Taip pat, norint gauti finansavimą, privatūs juridiniai asmenys (pareiškėjai) privalo atitikti dar du kriterijus. Pirma, metinės pajamos turi būti ne mažesnės kaip 500 000 litų (turi būti pateikti paskutinių finansinių metų finansinės atskaitomybės dokumentai, o jei įmonė veikia mažiau nei 1 metus - tarpiniai finansinės atskaitomybės nuo įmonės įsteigimo iki paraiškos pateikimo datos dokumentai). Antras kriterijus, kurį turi atitikti įmonė, norinti pasinaudoti ES struktūrinių fondų priemone „Naujos galimybės“ - įmonės nuosavas kapitalas neturi būti mažesnis kaip pusė įstatuose nurodyto įstatinio kapitalo dydžio per pastaruosius 12 mėnesių. Kitaip tariant, įmonė negali būti priskiriama sunkumų turinčios įmonės kategorijai.

ES struktūrinių fondų parama, pagal ekonomikos augimo veiksmų programos 2 prioritetą, skirta skatinti įmones aktyviau ieškoti užsienio partnerių ir didinti pardavimus užsienio rinkose. Subsidijų programos „Naujos galimybės“ taikymo aprėptis gana plati: suteikiama galimybė įmonėms pristatyti gaminamą produkciją užsienyje vykstančiose tarptautinėse parodose, taip pat kontaktų mugėse, verslo misijose, tokiose kaip ekspozicijos, festivaliai, madų šou, įskaitant pristatymui reikalingos rinkodaros medžiagos parengimą, suteikiamas planuojamų eksportuoti gaminių sertifikavimas. Paskutinio kvietimo metu paramos taikymo sritis susiaurėjo. Būtina paminėti, jog „Naujos galimybės“ - tai paramos priemonė, orientuota ne į prekybininkus, o į gamybą vykdančias ir paslaugas teikiančias įmones.

Pažymėtina, jog yra dar keletas ES finansuojamų konkursinių priemonių, kurios iš dalies gali prisidėti prie eksporto skatinimo – tai „Lyderis LT“, „Procesas LT“ bei „E-verslas“.

„Lyderis LT“ - „Ekonomikos augimo“ veiksmų programos priemonė, investuojanti į įmonę. ES fondų lėšos yra skiriamos darbo našumui ir (ar) eksportui didinti. Kadangi priemonės „Lyderis LT“

investicijos yra susijusios su naujų gamybos technologinių linijų įsigijimu, įdiegimu, taip pat esamų gamybos technologinių linijų modernizavimu, įmonės vidinių inžinerinių tinklų, kurių reikia naujoms gamybos technologinėms linijoms diegti, esamoms modernizuoti, įrengimu, taip iš dalies prisidedama prie naujų produktų gamybos. ES parama pagal „Lyderis LT“ priemonę gali pasinaudoti tik juridiniai asmenys, išskyrus itin mažas įmones.

„E-verslas LT“ – tai dar viena ES struktūrinių fondų priemonė, skirta labai mažoms, mažoms bei vidutinėms įmonėms diegti informacines technologijas, kurios sudarytų palankias sąlygas darbo našumui bei **(arba)** eksportui didinti. Parama skiriama įmonėms, vykdančios gamybos ar paslaugų veiklas bei neteikiančioms elektroninio verslo sprendinių kūrimo ir diegimo paslaugų, kurių metinės pajamos ne mažesnės kaip 500 000 litų. „E-verslas“ priemone finansuojamas kompiuterinės įrangos įsigijimas, lizingas, įrangos įsigijimas, įskaitant programavimą ir konfigūravimą pagal įmonės poreikius, patentų ir licencijų įsigijimas, tiesioginėms projektų veiklos vykdyti reikalingos priemonės bei programinės įrangos sukūrimas.

„Procesas LT“ – ES struktūrinių fondų lėšomis finansuojama priemonė, skirta skatinti šiuolaikiškų vadybos metodų bei valdymo sistemų diegimą. Taip sudaromos palankios sąlygos įmonių darbo našumo gerinimui bei **(arba)** eksporto didinimui. Priemonė remia įmonių išorinių konsultavimo paslaugų įsigijimo išlaidas. Finansavimo dydis projektams įgyvendinti svyruoja nuo 15 000 litų iki 200 000 litų, o didžiausias leistinas finansavimo intensyvumas gali siekti iki 50 procentų.

ES iš dalies finansuojamos priemonės „Lyderis LT“, „E-verslas“ bei „Procesas LT“, priešingai nei priemonė „Naujos galimybės“, VŠĮ „Versli Lietuva“ bei kitų institucijų organizuojamos tarptautinės parodos, mugės bei verslo misijos, negali būti įvardijamos kaip tiesioginės eksporto skatinimo priemonės - jos tik gali vienaip ar kitaip prisidėti prie eksporto skatinimo, finansuodamos valdymo sistemų, informacinių technologijų diegimą, gamybos bei technologinių linijų modernizavimą ir pan.

Taigi, Lietuvoje taikomos eksporto skatinimo priemonės - verslo misijos, parodos, mugės, užsienio rinkų tyrimai, konsultacijos, konferencijos bei seminarai ir ES teikiama parama pagal priemonę „Naujos galimybės“, kurių taikymo intensyvumas pateikiamas 11 lentelėje.

11 lentelė. Lietuvoje taikomų eksporto skatinimo priemonių intensyvumas

Priemonė	Intensyvumas
Verslo misijos	2005 – 2008 metais - 93
	2009 – 2012 metais - 225

11 lentelės tęsinys

Priemonė	Intensyvumas	
Parodos, mugės	2005 – 2008 metais - 268 2009 – 2012 metais – 587	
Užsienio rinkų tyrimai	2005 – 2008 metais - 239 2009 – 2012 metais – 445	
Konsultacijos	2005 – 2008 metais - 109 2009 – 2012 metus – 300	
Konferencijos, seminarai	2005 – 2008 metais - 98 2009 – 2012 metais - 235	
ES priemonė „Naujos galimybės“	Pateikti 4 kvietimai ES finansavimui gauti:	Pasirašytos sutartys:
	1) 2009.04.15 – 2009.10.02	341
	2) 2010.08.27 – 2010.12.27	82
	3) 2011.02.25 – 2012.01.31	53
	4) 2013.03.27 – 2013.05.27	Vykdoma
	VISO:	476

Šaltinis: sudaryta darbo autorės, remiantis VŠĮ „Versli Lietuva“, VŠĮ „Lietuvos verslo plėtros agentūros“ duomenimis bei LR Ūkio ministerijos veiklos ataskaitomis

Pateiktoje lentelėje matoma, jog 2009 – 2012 metais Lietuvos ūkio subjektai dalyvavo 225-iose verslo misijose, net 587-iose tarptautinėse parodose bei kontaktų mugėse, atlikti 445 užsienio rinkų tyrimai, suteikta 300 konsultacijų įmonėms, organizuota 235-ios konferencijos, bei pateikti 4 kvietimai teikti paraiškas pagal eksporto skatinimo priemonę „Naujos galimybės“ ES paramai gauti. Lyginant su 2005-2008 metais, ūkio subjektai lengvatinėmis sąlygomis dalyvavo 93-iose verslininkų misijose (dvigubai rečiau nei 2009 – 2012 metais), 268-iose tarptautinėse parodose, buvo organizuota 98 konferencijos bei seminarai eksportuotojams (pažymėtina, jog 2009 – 2012 metais suorganizuota daugiau nei dvigubai konferencijų ir seminarų), suteikta parama 239-iems įvairiems rinkų tyrimo projektams įgyvendinti bei surengtos 98 konsultacijos. 2005-2008 metais nebuvo organizuojama ES parama eksportui skatinti.

Organizuojami įvairūs seminarai temomis „Efektyvi eksporto plėtra“, „Tavo eksporto rinka - visas Pasaulis!“, „Kaip padidinti pardavimus?“, „Eksporto galimybės maisto pramonės įmonėms Jungtinėje Karalystėje“, „Eksporto plėtros galimybės Skandinavijoje Lietuvos statybos sektoriaus

įmonėms“, „Eksporto plėtros galimybės Skandinavijoje Lietuvos statybos sektoriaus įmonėms“ ir kt. Suorganizuotos verslo misijos Irake, Omane, Jungtiniuose Arabų Emyratuose, Mongolijoje, Katare, Kinijoje, JAV, Maltoje, Ispanijoje, Rusijoje, Indijoje, Šveicarijoje, Norvegijoje, Nyderlanduose, Ukrainoje ir kitose užsienio šalyse. Pagal vyriausybės 2012 metų veiklos prioritetų įgyvendinimo pažangos I-III ketvirčio ataskaitą, 2012 metais Čikagoje įvyko Pasaulio lietuvių ekonomikos forumas, kurio metu Lietuva buvo pristatoma kaip patikimas verslo partneris ir patraukli šalis investicijoms, rasta Lietuvos įmonėms partnerių JAV rinkoje, susipažinti su sėkmingų įmonių veiklos praktika. Susitikimai su potencialiais investuotojais, renginiai Lietuvos verslo galimybių plėtrai Nyderlanduose, Švedijoje, JAV, Suomijoje, Jungtinėje Karalystėje, Belgijoje, Italijoje, Japonijoje, Vokietijoje, Izraelyje, Kinijoje, Indijoje, Šveicarijoje, Turkmėnijoje, Turkijoje, Bulgarijoje, Rumunijoje, Ukrainoje, Lenkijoje ir Gruzijoje – tai tik nedidelė LR Vyriausybės bei viešųjų įstaigų eksporto skatinimo veiklos dalis.

Pagal intensyvumą, galima išskirti dažniausiai taikomas eksporto skatinimo priemones – parodas ir muges, užsienio rinkų tyrimus ir ES paramos priemonę „Naujos galimybės“ – daugiausia suorganizuota renginių, tyrimų bei pasirašyta sutarčių su projektų vykdytojais.

Apibendrinant, Lietuvoje taikomų eksporto skatinimo priemonių intensyvumas ganėtinai sparčiai auga. Duomenys rodo, jog vis aktyviau viešosios įstaigos organizuoja renginius eksportuojančioms įmonėms, rengia konsultacijas, organizuoja seminarus, konferencijas ir kt. Remiantis atliktos apklausos duomenimis, eksportuotojai labiausiai vertina tarptautines parodas bei muges, prie neefektyvių priskiria rengiamas konsultacijas bei organizuojamus seminarus, o bendrą Lietuvos eksporto skatinimo politiką vertina neigimai. Kai kurie ūkio subjektai, eksportuojantys ar pradedantys eksportuoti savo produkciją, patys investuoja į savo įmonės ateitį, jos plėtrą, rizikuodami finansiniais ištekliais. Lėšų trūkumas yra opi problema, todėl Europos Sąjungos struktūrinė parama Lietuvai yra strategiškai svarbi tiek įvairių ūkio šakų pažangai, tiek bendrai visuomenės gerovei. Įmonės labiau renkasi ES siūlomą eksporto skatinimo priemonę „Naujos galimybės“. Šiai priemonei finansuoti jau buvo pateikti keturi kvietimai teikti paraiškas, kurių metu, remiantis statistiniais duomenimis, iš viso sulauktos 1.229 paraiškos ES paramai gauti.

3.2. Eksporto skatinimo priemonės „Naujos galimybės“ efektyvumo tyrimas

3.2.1. Eksporto skatinimo priemonės „Naujos galimybės“ efektyvumo vertinimo metodologija

Eksporto skatinimo priemonės „Naujos galimybės“ tyrimo metodas buvo pasirinktas, atsižvelgiant į teorinėje dalyje pateiktus galimus efektyvumo vertinimo būdus. Vienas iš efektyvumo vertinimo būdų – nustatyti santykį tarp bendro šalies eksporto didėjimo (mažėjimo) ir eksporto

skatinimui skiriamų lėšų. Minėtas efektyvumo vertinimo būdas nėra tikslingas, nes neįmanoma eliminuoti visų veiksnių, įtakančių eksportą. Eksportas gali kisti dėl politinių, ekonominių bei socialinių veiksnių, o jų įtakos įvertinti neįmanoma. Šis efektyvumo vertinimo metodas netinkamas, netiksliai atskleidžiantis eksporto skatinimo priemonės efektyvumą.

ES paramos priemonės „Naujos galimybės“ eksportui skatinti efektyvumas vertinamas, remiantis statistiniais duomenimis, t.y. lyginamas sulauktų paraiškų, pasirašytų sutarčių skaičius bei skiriamo finansavimo lėšos atitinkamų kvietimų metu. Skiriamų finansavimo lėšų lyginamoji analizė taip pat atskleidžia tyrimo problemos aktualumą.

Siekiant tinkamai atlikti ES finansuojamos priemonės „Naujos galimybės“ efektyvumo tyrimą, taip pat buvo renkami bei analizuojami duomenys, gauti anketinių apklausų metodu. Anketos buvo išsiųstos eksportu užsiimančioms įmonėms, pasinaudojusioms ES paramos priemone „Naujos galimybės“ eksportui skatinti. Respondentai išrinkti, remiantis LR Ūkio ministerijos pavaldžių viešųjų įstaigų „Lietuvos verslo plėtros agentūros“ bei VšĮ „Versli Lietuva“ veiklos ataskaitomis, ES paramos tinklalapio informacija bei pranešimais spaudai.

Siekiant išsiaiškinti pagrindinius duomenis, leidžiančius įvertinti eksporto skatinimo priemonės „Naujos galimybės“ efektyvumą, anketoje buvo klausama: „Kiek metų praėjo nuo įgyvendinto Jūsų paskutinio projekto pagal ES struktūrinių fondų iš dalies finansuojamą priemonę „Naujos galimybės“ pradžios?“ Galimi atsakymai „mažiau nei 1, 2, 3, 4, kita (įrašykite)“. Kadangi priemonės „Naujos galimybės“ kvietimai teikti paraiškas buvo skelbiami keturis kartus, šiuo klausimu siekiama atrinkti tik tas įmones, kurios įgyvendino projektą prieš tris metus. Teorijoje buvo akcentuojama, jog eksporto skatinimo priemonių efektyvumą tikslinga vertinti praėjus trejiems metams po projekto įgyvendinimo.

Anketoje taip pat buvo klausama: „Kokia Jūsų įgyvendinto projekto „Naujos galimybės“ vertė litais be PVM?“ ir „Kiek litų padidėjo Jūsų gaunamos pajamos iš eksporto, įgyvendinus ES paramos priemonę „Naujos galimybės“?. Šiais klausimais buvo siekiama gauti duomenis, kurie būtų naudojami eksporto skatinimo priemonės „Naujos galimybės“ efektyvumo vertinimui.

Remiantis pastaraisiais dviem klausimais ir mokslinėje literatūroje pateikta efektyvumo samprata bei projekto efektyvumo vertinimo kriterijais, efektyvumas skaičiuojamas pagal sudarytą formulę:

$$\text{Efektyvumas} = \frac{\text{pajamos iš eksporto, praėjus trims metams po projekto įgyvendinimo}}{\text{bendra projekto vertė}}; \quad (1)$$

Kitas svarbus anketos klausimas, kuriuo siekiama išsiaiškinti, kokiomis priemonėmis pasinaudojo įmonės, įgyvendindamos priemonę „Naujos galimybės“ – „Pasinaudoję ES struktūrinės paramos Ekonomikos augimo veiksmų programos 2 prioriteto „Verslo produktyvumo didinimas ir aplinkos verslui gerinimas“ priemone „Naujos galimybės“, įgyvendinote šias priemones“. Galimi atsakymai: „įsigijote rinkų tyrimus, parengėte įmonės eksporto plėtros strategiją, dalyvavote

tarptautinėse parodose, užmezgėte naujus bendradarbiavimo ryšius, pradėjote derybas su naujais potencialiais eksporto užsakovais, praplėtėte eksporto galimybes, kita (įrašykite)“. Šio klausimo atsakymai taip pat padėjo įvertinti priemonės „Naujos galimybės“ efektyvumą ir jį pagrįsti.

Anketoje taip pat buvo klausama „Kokia pagrindinė Jūsų ekonominės veiklos rūšis?“. Šiuo klausimu siekta išsiaiškinti, ar tai gamybos, paslaugos ar gamybos ir paslaugos įmonė ir palyginti šių įmonių bendrą projekto vertę bei projekto metu įsisavintas priemonės „Naujos galimybės“ remiamas veiklas. Šio klausimo atsakymai padėjo įvertinti, kokiomis veiklos rūšimis skiriamas finansavimas, intensyvumas ir kokia veikla užsiimančios įmonės daugiausia teikia paraiškas.

Nagrinėjant apklausos duomenis, gauta informacija sudarė galimybę įvertinti ES iš dalies finansuojamos eksporto skatinimo priemonės „Naujos galimybės“ efektyvumą bei prielaidas išvadoms pateikti.

3.2.2. Eksporto skatinimo priemonės „Naujos galimybės“ efektyvumo Lietuvoje vertinimas

ES paramos priemonės „Naujos galimybės“ sulauktų paraiškų, pasirašytų sutarčių skaičius bei skiriamo finansavimo lėšos atitinkamų kvietimų metu pateiktas 12 lentelėje. Tai atskleidžia ES paramos priemonės „Naujos galimybės“ svarbą bei šios priemonės efektyvumą pagal pateiktų paraiškų skaičių.

12 lentelė. ES paramos priemonės „Naujos galimybės“ pateiktų kvietimų duomenys

Kvietimai	Paraiškų skaičius	Prašoma finansavimo suma (Lt)	Finansuojamų projektų skaičius	Skiriamas finansavimas (Lt)	Bendra pasirašytų projektų vertė (Lt)
I	556	174 623 066,45	332	63 450 682,70	90 910 307,18
II	132	12 339 532,22	77	5 010 661,45	12 847 849,82
III	241	27 293 366,99	188	17 758 964,43	32 852 791,48
IV	300	34 650 443,87	106*	8 416 167,2*	dar nenumatyta

* dar sprendžiama dėl finansuojamų projektų skaičiaus ir jiems skiriamo finansavimo.

Šaltinis: sudaryta, remiantis LVPA ir ES paramos tinklapio duomenimis.

Pateiktoje lentelėje matoma, jog pagal priemonę „Naujos galimybės“ iš viso sulaukta 1.229 paraiškų – pirmuoju 2009 metų kvietimu sulaukta daugiausiai paraiškų. Tai buvo nauja Lietuvoje

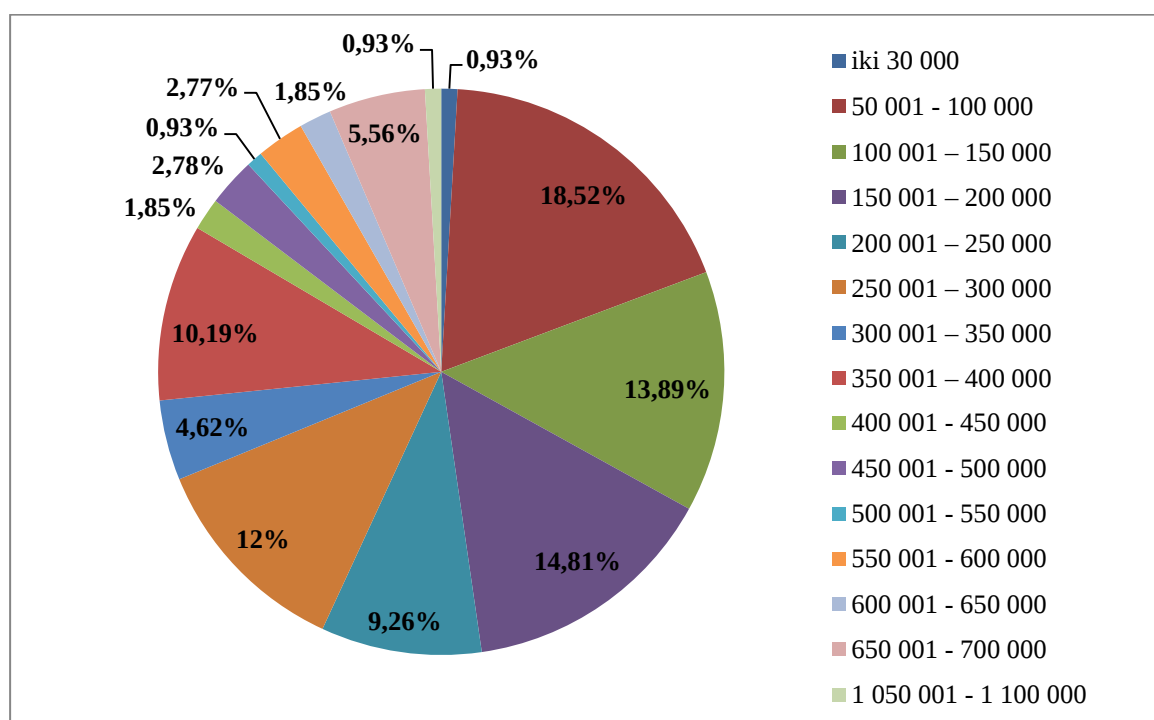
taikoma eksporto skatinimo priemonė, todėl įmonės buvo suinteresuotos teikti paraiškas ir gauti didesnę finansavimą nei LR vyriausybė gali suteikti/ įmonės gali investuoti. Kaip matoma, II, III bei IV kvietimais sulauktų paraiškų skaičius sumažėjo, lyginant su pirmuoju kvietimu – atitinkamai 132 (II kvietimu), 241 (III kvietimu) bei 300 (IV kvietimu) paraiškų skaičius. Pirmuoju kvietimu finansavimo intensyvumas siekė iki 70 procentų su PVM (prašoma bendra projektų finansavimo suma siekė 174.623.066,45 litų, o skirtas finansavimas – 63.450.682,70 litų), antruoju – vos iki 40 procentų su PVM (prašoma bendra projektų finansavimas – 12.339.532,22 litų, skirta – 5.010.661,45 litų), trečiuoju – iki 55 procentų su PVM (prašoma bendra projektų finansavimo suma 27.293.366,99 litų, o skirta – 17.758.964,43 litų), o ketvirtuoju – numatomas finansavimas iki 60 procentų su PVM (prašoma – 34.650.443,87 litų, o naujausiais duomenimis, pagal kol kas pasirašytų 106 projektų skaičių skiriamas finansavimas siekia 8.416.167,2 litų). Viena iš galimų priežasčių, galėjusių įtakoti teikiamų paraiškų skaičių - ES finansavimo intensyvumo sumažėjimas, lyginant su pirmojo kvietimo siūlomu finansavimu. Taip pat, eksportuojančių ar pradedančių eksportuoti savo produkciją įmonių, pasirašiusių sutartį, numatyta projekto įgyvendinimo trukmė skiriasi: projekto įgyvendinimas gali tęstis 12 mėn., 18 mėn., 24 mėn. – tai priklauso nuo projekto vertės ir tikslų, kurie numatyti projekto įgyvendinimo eigoje. Tiek projekto įgyvendinimo trukmė, tiek projekto metu pasiekti rezultatai įtakoja teikiamų paraiškų skaičių, t.y. jeigu pirmuoju kvietimu (2009 metai) įmonė pasirašė sutartį, kurioje numatyta 24 mėn. įgyvendinimo laikotarpis, todėl didelė tikimybė, kad ši įmonė neteiks paraiškos antrojo kvietimo metu (2010 metais), kol neįgyvendino einamojo. Pabrėžtina, jog pasitaiko atvejų, kai įmonės siekia pasinaudoti visomis ES teikiamomis finansavimo galimybėmis ir teikti paraiškas naujam projektui, nors einamasis projektas tik įsibėgėjo. Tai būdinga stambiams ūkio subjektams, kurių veikla sparčiai vystosi, gaunamos didelės pajamos iš eksporto, tačiau norima pasiekti dar didesnių rezultatų. Kaip teigė Lietuvos ryšių su visuomene specialistų sąjungos pirmininkė Mašalė O., "Būti kukliam yra gražu, bet versle tai nėra pranašumas". Kaip matoma, paraiškų skaičius liudija, jog priemonė „Naujos galimybės“ yra paklausi.

Dar viena galima priežastis, įtakojusi ES finansavimui gauti teikiamų paraiškų skaičiaus sumažėjimą – netolygiai paskirstytos lėšos. Remiantis ES struktūrinės paramos svetainės oficialiais duomenimis, pastebima, jog lėšos yra neadekvačios planuojamiems projekto tikslams įgyvendinti. Pasitaiko nemažai atvejų, kai nedidelei įmonei, tik pradedančiai eksportuoti savo produkciją, skiriamų lėšų suma yra akivaizdžiai mažesnė nei stambiesiems ūkio subjektams. Tai leidžia daryti išvadą, jog LR vyriausybė lėšas skirsto netikslingai ir neskatina smulkaus ir vidutinio verslo eksporto plėtros, kaip numatyta Lietuvos Respublikos 2009-2013 metų eksporto plėtros strategijoje. Be to, būtina pažymėti, jog pirmajame kvietime teikti paraiškas buvo keliamas reikalavimas turėti ne mažesnę kaip dviejų metų patirtį ir nebūti priskirtai prie labai mažos įmonės. Vėlesniuose kvietimuose šie reikalavimai

buvo panaikinti, tačiau akivaizdu, kad pasirinkti prioritetai (nefinansuojamos labai mažos įmonės) buvo netikslingi.

Apžvelgus ES struktūrinių fondų remiamos priemonės „Naujos galimybės“ paraiškų teikimo ir lėšų skirstymo situaciją, svarbu įvertinti minėtos priemonės efektyvumą, remiantis atliktos apklausos duomenimis. Norint įvertinti priemonės „Naujos galimybės“ efektyvumą, aktualūs projekto vertės bei eksporto pajamų dydžio po projekto įgyvendinimo, duomenys.

Anketoje buvo klausiama: „Kokia Jūsų įgyvendinto projekto „Naujos galimybės“ vertė litais be PVM?“. Respondentų tarpe, 108 įmonės pateikė įgyvendintų projektų pagal priemonę „Naujos galimybės“ vertes litais (be PVM). Išanalizavus gautus duomenis matoma, jog įgyvendintų projektų lėšų sumos svyruoja nuo mažiau nei 30.000 iki 1.100.000 litų (žr. 8 pav.).



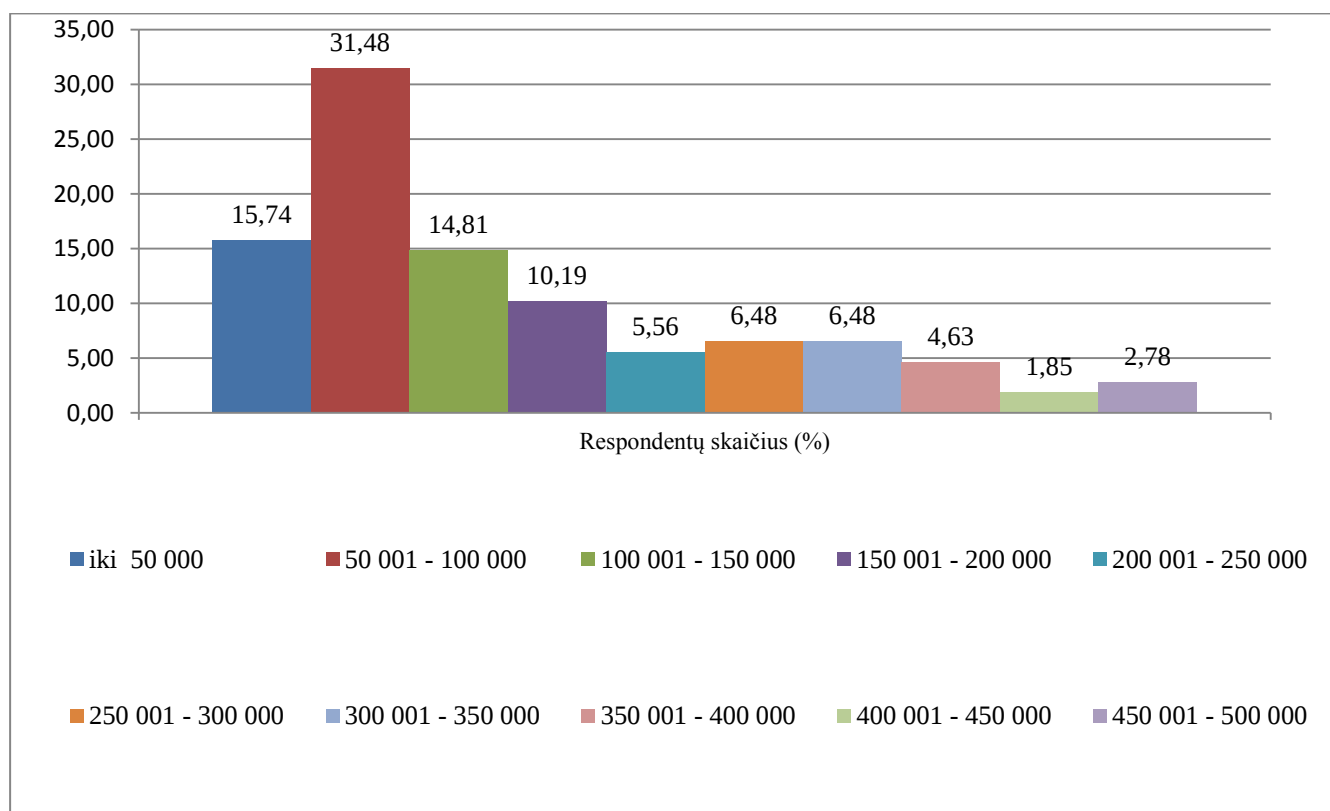
Šaltinis: sudaryta darbo autorės, remiantis apklausos duomenimis

8 pav. Įgyvendintų projektų pagal „Naujos galimybės“ vertės litais (be PVM)

Kaip matoma pateiktoje diagramoje, vyraujanti projektų vertė siekia 50.001 – 100.000 litų (18,52 proc. respondentų). Taip pat dažnai pasitaikančios įmonių projekto vertės siekia 150.001 – 200.000 litų (14,81 proc. respondentų) bei 100.001 – 150.000 litų (13,89 proc. respondentų). Pati mažiausia projekto vertė siekia mažiau nei iki 30.000 litų (1 respondentas). Kaip matoma, respondentų tarpe, vos 1 procentas apklausos dalyvių pažymėjo, jog įgyvendintų projektų vertė siekė nuo 1.050.001

iki 1.100.000 litų. Tai didžiausia bendra projekto vertė respondentų tarpe. Pateiktų duomenų bendra projektų vertė siekia apie 31 mln. litų.

Siekiant išsiaiškinti, ar pajamos, gaunamos iš eksporto, padidėjo, anketoje buvo klausiama: „Kiek litų padidėjo Jūsų gaunamos pajamos iš eksporto, įgyvendinus ES paramos priemonę „Naujos galimybės?“ Pajamų iš eksporto duomenys pateikti nuo mažiau nei 1 iki 4 metų po projekto įgyvendinimo (žr. 9 pav.). Išanalizavus gautus anketos duomenis, pastebima, jog apklaustųjų respondentų tarpe yra nemažai įmonių, kurios patyrė nuostolį, įgyvendindamos ES paramos priemonę „Naujos galimybės“. Šiais duomenimis vertinti efektyvumą ir daryti bendrą išvadą netikslinga, nes duomenys nevienodo laikotarpio.



Šaltinis: sudaryta darbo autorės, remiantis apklausos duomenimis

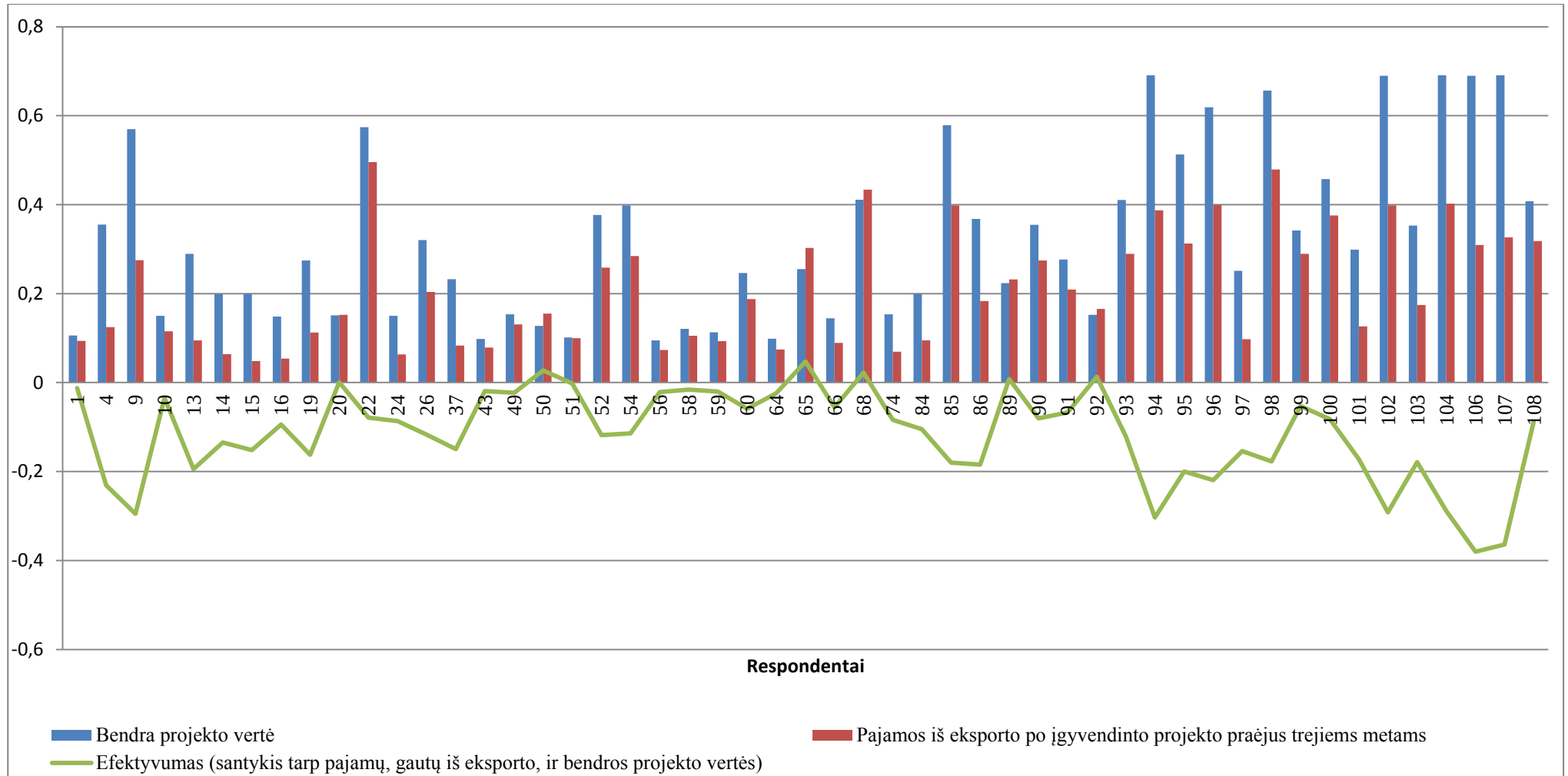
9 pav. Įmonės eksporto padidėjimas, įgyvendinus projektą pagal „Naujos galimybės“ (litas)

Pateiktoje diagramoje matoma, jog vyraujanti pasiekta pajamų iš eksporto suma siekia 50.001 – 100.000 litų (31,48 proc. respondentų). Taip pat dominuoja iki 50.000 litų (15,74 proc. respondentų) bei 100.000 – 150.000 litų (14,81 proc. respondentų) intervalai. Mažiausių pajamų, pasiektų įgyvendinus projektą pagal „Naujos galimybės“, intervalas 400.001 – 450.000 litų (1,85 proc. respondentų), o didžiausių – 450.001 – 500.000 litų intervalas (vos 2,78 proc. respondentų). Kaip matoma, eksporto pajamos nėra itin didelės, didžiausią eksporto pajamų augimą respondentų tarpe

pasiekė tik 3 respondentai (450.001 – 500.000 litų intervalas). Nedidelį eksporto pajamų augimą galėjo įtakoti netikslingai projektui paskirstytas finansavimas, įmonės vadovo bei darbuotojų įgūdžių, žinių stoka, nesugebėjimas išnaudoti visas suteiktas priemonės galimybes, netikslinga įmonės eksporto plėtros strategija, numatyti tikslai bei netinkamas jų įgyvendinimas, spraga įmonės valdymo politikoje, išorės veiksniai ir pan.

Išanalizavus gautus projektų vertės duomenis litais bei po šių projektų įgyvendinimo eksporto pajamas (litais), vertinamas ES finansuojamos eksporto skatinimo priemonės „Naujos galimybės“ efektyvumas (žr. 10 pav.).

Kaip jau buvo minėta, eksporto pajamų duomenys pateikti nuo mažiau nei 1 iki 4 metų po projekto įgyvendinimo, todėl, siekiant tikslesnio efektyvumo įvertinimo, pasirinkta viena imtis – 3 metai. Ankstesniame skyriuje buvo minima, jog siekiant įvertinti efektyvumą, pajamas iš eksporto po projekto įgyvendinimo tikslinga analizuoti ilguoju laikotarpiu, t.y. praėjus ilgesniam laikui nei vieneri metai, nes rezultatai yra pastebimi ne iš karto. Išlaidos atsiperka lėtai, priešingu atveju iš vis neatsiperka ir patiriamas nuostolis. Be to, VŠĮ „Lietuvos verslo paramos agentūros“ duomenimis, priemonės „Naujos galimybės“ efektyvumas – tai santykis tarp pareiškėjo eksporto pajamų augimo litais po trijų metų pabaigus projektą ir projekto vertės. Taigi, eksporto skatinimo priemonės „Naujos galimybės“ efektyvumo vertinimo imtis – 51 įmonės, respondentų tarpe, anketoje pateikti duomenys. Eksporto skatinimo priemonės „Naujos galimybės“ efektyvumo dydis grindžiamas projekto metu pasinaudotomis priemonėmis (žr. 3 priedas).



Šaltinis: sudaryta darbo autorės, remiantis apklausos duomenimis

10 pav. Priemonės „Naujos galimybės“ efektyvumo vertinimas (mln. litų)

Praėjus trejiems metams po ES teikiamo finansavimo priemonei „Naujos galimybės“ įgyvendinti, pajamos, gautos iš eksporto, padidėjo tik šešioms įmonėms (20, 50, 65, 68, 89 ir 92 respondentų atstovaujamos įmonėms). Respondentų tarpe, dauguma įmonių (net 88 proc.) patyrė nuostolį, t.y. investicija nepasiteisino, o tai rodo, kad ES finansuojama eksporto skatinimo priemonė „Naujos galimybės“ nėra efektyvi, kaip tikėjosi įmonės.

Remiantis pateiktais duomenimis, vos viena įmonė (65 respondento duomenys) pasiekė didžiausią priemonės „Naujos galimybės“ efektyvumą – bendra projekto vertė atsipirko 47.348 litais. Taip pat, keturios įmonės (50, 68, 89 ir 92 respondentų duomenys), kurių investicija į eksporto plėtrą atsipirko atitinkamai 27.197, 22.467, 8.046 ir 1.311 litų. Mažiausią priemonės „Naujos galimybės“ efektyvumą pasiekė 20 respondento atstovaujama įmonė. Pastarosios pajamų ir išlaidų santykis siekia 1.070 litų.

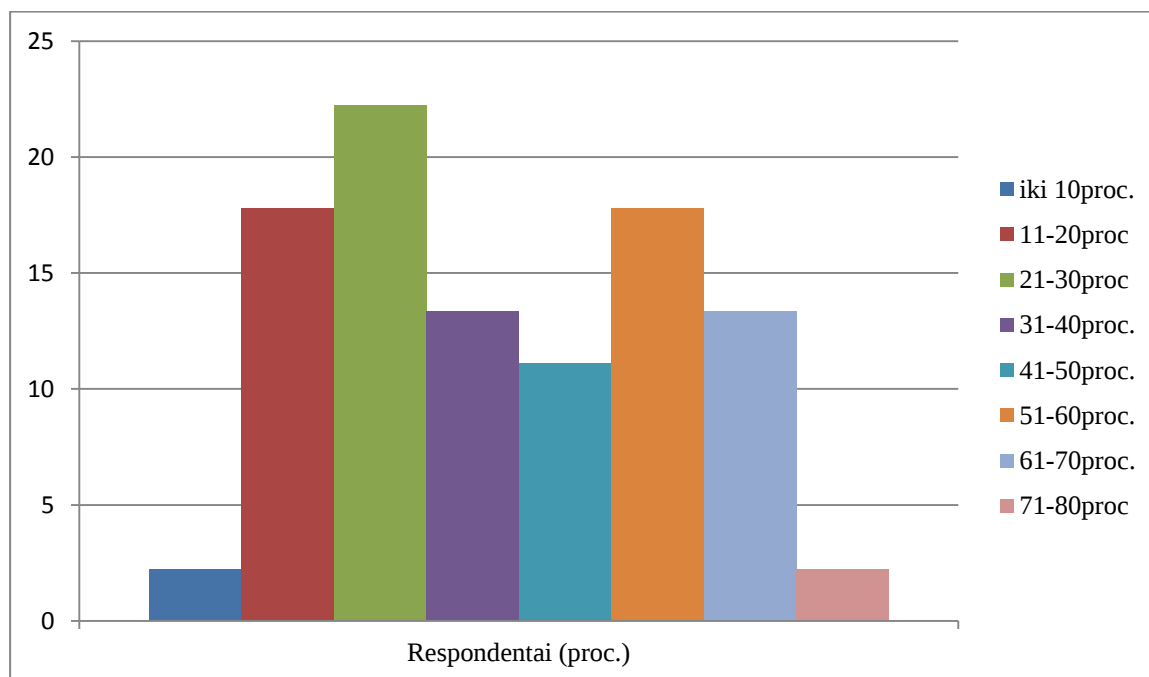
Efektyvumo vertinimo diagramoje matoma, jog 65 respondento atstovaujama gamybinė įmonė, projekto įgyvendinimo metu, dalyvavo tarptautinėse parodose, mugėse, užmezgė naujus bendradarbiavimo ryšius, pradėjo derybas su naujais potencialiais klientais, praplėtė eksporto galimybes, įsigijo dominančių užsienio rinkų tyrimus, sukūrė naują internetinę svetainę ir tai atnešė pakankamai didelį pasisekimą respondentų tarpe. Žinoma, rezultatai priklauso ir nuo pačios įmonės įdirbio, gebėjimo pasiekti numatytus tikslus įgyvendinamo projekto metu, vadovo kompetencijos – įmonė nepamiršo, jog vien dalyvavimas projekte laukiamų rezultatų neatneša. 65 respondento atstovaujama įmonė savo lėšomis finansavo 61-70 proc. projekto vertės. Lyginant su bendra projekto verte 255.211 litų, įmonė investavo iki 178.648 litų. Tai pakankamai didelė suma, todėl galima teigti, jog ši įmonė nėra įsikūrusi neseniai ir veiklą vykdo pakankamai sėkmingai.

Taip pat keturių įmonių (50, 68, 89 ir 92 respondentų duomenys) investicija pasiteisino. 50 respondento atstovaujama paslaugų įmonė dalyvavo tarptautinėse parodose, mugėse, užmezgė naujus bendradarbiavimo ryšius, pradėjo derybas su potencialiais eksporto partneriais, kurie praplėtė įmonės eksporto galimybes. Pastaroji įmonė investavo 51-60 proc. nuosavų lėšų, t.y. iki 76.555,8 litų (bendra projekto vertė 127.593 litai).

Kitų trijų įmonių - 68, 89 ir 92 respondentų atstovaujamos – tai gamyba užsiimančios įmonės. Pastarosios įmonės taip pat dalyvavo tarptautinėse parodose, užmezgė naujus bendradarbiavimo ryšius, pradėjo derybas, tačiau 68 respondento atstovaujama įmonė papildomai gavo sertifikatą savo gaminamai produkcijai, o tai yra svarbu, norint užsiimti eksportu. 92 respondento įmonė lėšas skyrė ir savo įmonės naujos internetinės svetainės sukūrimui. Analizuojant investuotas 68, 89 ir 92 respondentų atstovaujamos įmonės lėšas pastebima, jog priešingai nei 68 gamybos įmonė, 89 ir 92 respondentų duomenimis, pastarosios įmonės investavo tik iki 50 proc. savo lėšų, t.y. 41-50 proc. intervale. 68 gamybos įmonė investavo 61-70 proc. projekto vertės, t.y. skyrė iki 287.688,8 litų

(bendra projekto vertė be PVM – 410.984). 89 respondento atstovaujama įmonė investavo iki 112 tūkst. litų, o 92 respondento duomenimis buvo investuota iki 77 tūkst. litų.

Minėtoms šešioms įmonėms ES parama eksporto plėtrai leido pasiekti ne tik projekto tikslus ir rezultatus, bet ir užtikrinti tolimesnį įmonės vystymąsi ir konkurencingumo augimą, priešingai nei respondentų tarpe likusioms 45 įmonėms (žr. 11 pav.).



Šaltinis: sudaryta darbo autorės, remiantis apklausos duomenimis

11 pav. Išlaidų pasiskirstymas respondentų tarpe

Pateiktoje diagramoje matomas išlaidų, patirtų įgyvendinus priemonę „Naujos galimybės“ pasiskirstymas respondentų tarpe. Patirtos išlaidos siekia nuo kelių iki 80 procentų. Dauguma įmonių (apie 22 proc.) nuostolis siekia 21-30 proc., apie 17 proc. įmonių investicijos nuostolis lygus 11-20 proc. ir 51-60 proc. Didžiausią nuostolį – 71-80 proc. - patyrė vieno respondento atstovaujama įmonė.

Kadangi analizuojamos įmonės, kurios priemonę „Naujos galimybės“ įgyvendino prieš tris metus, galima daryti išvadą, jog paraiškas pateikė 2009 metais I-uoju kvietimu. Šio kvietimo metu ES rėmė įmonės eksporto strategijos parengimą, pasirinktų šalių užsienio rinkų tyrimus, užsienyje vykstančias parodas, mugės, verslo misijas, rinkodaros medžiagos paruošimą, įmonės išduodamas gaminių sertifikatus bei, esant reikalui, įdarbinamas rinkodaros specialistas įmonėje. Remiantis apklausos duomenimis pastebima, jog dauguma įmonių, respondentų tarpe, dalyvavo tik tarptautinėse parodose, jų metu organizuojamose mugėse. Dėl minėtos priežasties įmonės nepasiekė žymaus priemonės „Naujos galimybės“ efektyvumo nei prieš tai nagrinėtos šešios įmonės, nes neišnaudojo

visų suteiktų priemonės galimybių, skatinančių eksporto plėtrą. Galima daryti prielaidą, jog net tarptautinių parodų, mugių metu ne visoms įmonėms pavyko sklandžiai užmegzti bendradarbiavimo ryšius, rasti potencialių klientų. Remiantis apklausos duomenimis, dauguma įmonių nepraplėtė eksporto galimybių, o šios pasekmės priežastimi galima traktuoti pavėluotai pateiktus pasiūlymus potencialiems klientams arba netinkamai paruoštus pasiūlymus, kurie nesudomino užsienio klientų. Nekorektiškai paruošti lankstinukai ir kita rinkodarai skirta medžiaga arba visai neparuošta medžiaga apie įmonę bei jos gaminamus produktus ar teikiamas paslaugas, neleido įmonei labiau susipažinti su užsienio šalių rinkomis.

Taip pat viena iš priežasčių, dėl ko įmonės patyrė nuostolį, – netinkamas lėšų panaudojimas dėl žinių stokos. Ne kiekvienai įmonei, ypač naujai įsikūrusiai, pakanka įgūdžių bei žinių apie veiksmingą eksporto plėtrą. Žinios sukaupiamos laikui bėgant arba kreipiamasi į atsakingas institucijas dėl išsamios informacijos apie teikiamas eksporto skatinimo galimybes. Nepakankama informacijos sklaida verslo sektoriui apie galimybes gauti paramą (ketvirtoji ES SF veiksmų programoje numatyta finansuoti ES teikiamos paramos viešinimą visuomenei, bet šiai programai buvo skiriama vos 1,4 proc. ES lėšų, todėl akivaizdu, jog nepasiteisino) bei santykinai didelės laiko sąnaudos administruojant paramą, trikdo tarptautinę prekybą bei įmonių veiklą. Remiantis apklausos duomenimis, Lietuvos konsultantų įmonės nepakankamai gerai atlieka savo darbą, t.y. neveiksmingai organizuojamos konsultacijos, seminarai, kurių metu nepateikiama išsami informacija apie visas eksporto skatinimo galimybes. Pasitaiko atvejų, kaip įmonės vadovas yra nepakankamai kompetentingas eksporto plėtros klausimais ar netinkamai vykdo tarptautinius įsipareigojimus. Vadovo žinių lygis, asmeninės savybės lemia įmonėje vykdomą eksporto politiką.

Ne tik pačios įmonės suvokimas bei gebėjimai lemia, ar efektyvi ES priemonė „Naujos galimybės“, ar ne. Ankstesniame skyriuje buvo minėta, jog yra pakankamai daug institucijų Lietuvoje, veikiančių eksporto skatinimo srityje, kurių veiklos aprašymas yra perdėtas ir neatitinka tikrovės. Taigi, dar viena priežastis, kodėl dauguma įmonių, respondentų tarpe, patyrė nuostolį – konsultantų bei institucijų pažadai. Įmonės, norėdamos plėsti savo įmonės veiklą, kreipiasi į konsultantus. Dažnai pasitaiko atvejų, kai konsultantų raginamos įmonės, kurios nori gauti ES paramą, užsibrėžia neįgyvendinamus planus. Nors didelė eksporto plėtros plano apimtis, tačiau įmonės, pretenduojančios į ES paramą, prisiima įsipareigojimus dėl apyvartos, darbo našumo, darbuotojų skaičiaus ir pan. Numatytus tikslus privalo pasiekti paėjus trims metams nuo projekto įgyvendinimo. Priešingu atveju, įmonėms paramą gali tekti grąžinti proporcingai pagal nepasiektus procentus. Taip pat svarbu paminėti, jog ES SF parama dažnai finansuoja ne ekonomiškai efektyvius projektus. Pasak Dumčiuvienės D., Stravinsko T. (2012), tai įtakoja politiniai motyvai.

Efektyvi ar neefektyvi priemonė „Naujos galimybės“ taip pat lemia ir rinkos iššūkiai, t.y. užsienio šalies importo apribojimai, paklausa ir t.t. Lietuvoje svarbiausios eksporto prekybos partnerės

yra Rusija ir Baltarusija, kurios pastaruoju metu absorbuoja vis mažiau lietuviškų prekių. Dabartiniai prekybos santykiai su šiomis šalimis Lietuvai nežada teigiamų eksporto lūkesčių, todėl būtina domėtis naujų rinkų plėtros perspektyvomis, pvz., už Atlanto.

Apibendrinant, priemonės „Naujos galimybės“ neefektyvumą gali lemti nepakankamas įmonės įdirbis, netikslingas numatytų uždavinių vykdymas ir nekryptingas tikslų įgyvendinimas. Pastebima, jog eksporto skatinimo priemonės „Naujos galimybės“ efektyvumas priklauso nuo skiriamų lėšų įmonės projektui įgyvendinti – kuo didesne suma įvertinamas projektas, tuo įmonei suteikiama didesnė galimybė daugiau lėšų skirti eksporto plėtrai. Netikslingai panaudojus lėšas, įmonė gali patirti nuostolį. Ar priemonė „Naujos galimybės“ efektyvi, ar ne, priklauso nuo įmonės, kuri įgyvendina projektą, gyvavimo laikotarpio – naujai įsikūrusi įmonė neturi pakankamai žinių bei įgūdžių, vykdydama projektą, priešingai nei stambus ūkio subjektas, kuris siekia kiek įmanoma daugiau eksportuoti, gauti didesnes pajamas iš eksporto ir užimti kuo daugiau potencialių rinkų. ES iš dalies finansuojamos priemonės „Naujos galimybės“ efektyvumas taip pat priklauso nuo įmonėms pateiktos informacijos apie ES paramos priemonės „Naujos galimybės“ remiamas veiklas (Lietuvos Respublikos vyriausybės vykdoma eksporto plėtros politika nepasižymi sklandžia ir tikslinga veikla, todėl informacijos sklaidos stoka – vienas iš tikėtinų Lietuvos Respublikos Vyriausybės veiklos trūkumų) bei nuo Lietuvos Respublikos lėšų administravimo, kai paskirstomos neadekvačiai didelės ES paramos lėšos įmonėms, kurios nesugeba įsisavinti lėšų ir pasiekti norimo priemonės „Naujos galimybės“ efektyvumo.

IŠVADOS IR REKOMENDACIJOS

1. Eksportas – tai vienas iš veiksmingiausių ekonomikos augimo veiksnių bei rodiklis, parodantis šalies tarptautinį konkurencingumą, nuo kurio priklauso šalies įmonių bei viso ūkio plėtra. Žinant, jog spartų ekonomikos augimą lemia užsienio prekyba, šiuolaikinėmis globalizacijos sąlygomis, didėjant konkurencijai, efektyvus eksporto skatinimas šaliai yra gyvybiškai svarbus, todėl būtinas tinkamas eksporto skatinimo priemonių pasirinkimas. Remiantis lietuvių bei užsienio mokslininkų straipsniais, seminarai, konsultacijos eksportuotojams, organizuojamos tarptautinės parodos, mugės, atliekami užsienio rinkų tyrimai, skiriamos subsidijos – tai pagrindinės eksporto skatinimo priemonės. Minėtos eksporto skatinimo priemonės naudojamos ir Lietuvoje. Pažymėtina, jog subsidijos yra draudžiamos PPO ir ES teisės aktuose, išskyrus tas subsidijas, kurios laikomos minimalia valstybės pagalba (de minimis) ir nedaro įtakos valstybių narių tarpusavio prekybai. Minimali pagalba gali būti teikiama dalyvavimui prekybos mugėse, mokymams arba konsultacijoms dėl naujo ar esamo produkto pristatymo naujoje rinkoje.
2. Lietuvos eksporto skatinimo politika priklauso nuo institucijų, atsakingų už eksporto skatinimo veiklą, informacijos pateikimo apie galimas eksporto skatinimo priemones, tinkamo lėšų paskirstymo, racionaliai paruoštos eksporto plėtros strategijos bei į eksportą orientuotų įmonių patirties bei žinių. Eksporto skatinimo srityje veikiančių organizacijų Lietuvoje yra ištis nemažai, o tai apsunkina eksporto skatinimą Lietuvoje. Vieningo centro nebuvimas įtakoja nesklandžią eksporto veiklą. Lietuvos Respublikos vykdoma 2009-2013 metų eksporto plėtros strategija nėra pritaikyta prie nuolat besikeičiančios aplinkos, numatyta vizija bei parengti finansiniai planai atitinkamoms priemonėms vykdyti neatitinka užsibrėžto tikslo. Taip pat eksporto strategijos uždaviniuose trūksta konkretumo, išsamumo. Nepagrįsta, kodėl pasirenkama vienokia ar kitokia priemonė eksportui skatinti ar net kokiais kriterijais remiantis, paskirstomos LR biudžeto bei ES paramos lėšos, pagal „Ekonomikos augimo“ veiksmų programą. Norint, kad institucijų veikla eksporto skatinimo srityje būtų efektyvesnė, pirmiausia reikia įvertinti vykdomas funkcijas, peržiūrėti, ar jos nesidubliuoja. Priešingu atveju, vyriausybei reikėtų atskirti veiklas ir apsispręsti, kur tos funkcijos turėtų būti sutelktos arba nutraukti itin neefektyvių institucijų veiklą. Be to, Lietuvos Respublikos vyriausybė turėtų padidinti paramą eksportui tiek finansinio stimuliavimo, tiek ir atstovavimo pagalba, ypač išskirti prioritetines eksporto skatinimo sritis, numatant ženkliai didesnę finansavimą. Nors vyriausybės finansai riboti, tačiau adekvatesnis ir tikslingesnis jų paskirstymas atneštų efektyvesnius rezultatus. Taip pat vyriausybė turėtų suformuluoti naujus eksporto skatinimo uždavinius, teikti išsamią informaciją apie eksporto skatinimo priemonių pasinaudojimo galimybę, ypač išskiriant mažas bei vidutines įmones. Svarbu stengtis išlaikyti esamas eksporto rinkas ir tuo pačiu agresyviau

skverbtis į naujas rinkas, o tai padėtų tik tinkami sprendimai ir informatyvi eksporto plėtros strategija.

3. Lietuvoje taikomų eksporto skatinimo priemonių intensyvumas ganėtinai sparčiai auga. Viešosios įstaigos vis aktyviau organizuoja renginius eksportuojančioms įmonėms, teikia konsultacijas, veda seminarus, konferencijas ir kt., tačiau apklausos duomenys parodė, jog Lietuvos verslininkai bendrą Lietuvos eksporto skatinimo politiką vertina neigiamai. Dalyvavimas tarptautinėse parodose bei mugėse išskiriamas kaip svarbiausios eksporto skatinimo priemonės, o prie neefektyvių priskiriamos rengiamos konsultacijos bei organizuojami seminarai. Dėl lėšų trūkumo Europos Sąjungos struktūrinė parama eksporto plėtrai yra strategiškai svarbi tiek įvairių ūkio šakų pažangai, tiek bendrai visuomenės gerovei. Minėta priežastis įtakoja įmones rinktis ES siūlomą eksporto skatinimo priemonę „Naujos galimybės“.

Atlikus eksporto skatinimo priemonės „Naujos galimybės“ efektyvumo vertinimą, respondentų tarpe dauguma įmonių, gavusios ES paramą eksporto plėtrai, patyrė nuostolį. Priemonės neefektyvumą įtakoja įvairūs veiksniai: projektui skiriamų lėšų dydis, kuris riboja įmonės galimybes pasinaudoti visomis įmanomomis priemonėmis, įmonės gyvavimo laikotarpis (naujai įsikūrusi įmonė neturi pakankamai žinių bei įgūdžių, patirties eksporto skatinimo klausimais), įmonės nesugebėjimas tinkamai panaudoti lėšas, Lietuvos Respublikos vyriausybės teikiamos informacijos apie ES paramą eksporto plėtrai stoka, Lietuvos Respublikos lėšų administravimas (paskirstomos neadekvačiai didelės ES paramos lėšos įmonėms, kurios nesugeba įsisavinti lėšų ir pasiekti norimo priemonės „Naujos galimybės“ efektyvumo), daug žadantys konsultantų patarimai, įmonių prisiimamos rizikos neadekvatumas ir pan. Priemonės „Naujos galimybės“ efektyvumas labai priklauso nuo strateginių ES paramos teikimo prioritetų nustatymo, teikiamo finansavimo paskirstymo iki objektyvios įmonių pateiktų paraiškų finansavimui gauti atrankos ir visuomenės informavimo. Priemonės „Naujos galimybės“ neefektyvumo problemą netiesiogiai atskleidžia ir sulauktų paraiškų skaičius – kiekvienu kvietimu teikiamų paraiškų vis mažėja, o tai liudija įmonių suinteresuotumo mažėjimą ES priemone „Naujos galimybės“.

Vos keletas įmonių, respondentų tarpe, gavusių ES paramą eksporto plėtrai, sugebėjo pasiekti projekto tikslus ir rezultatus, padedančius užtikrinti tolimesnį įmonės vystymąsi ir konkurencingumo augimą. Siekiant, kad ES paramos priemonė „Naujos galimybės“ ateityje teiktų tik teigiamus rezultatus, visų pirma, reikia pradėti nuo institucijų, užsiimančių eksporto plėtra, veiklos sutelkimo. Viešųjų įstaigų veiklos funkcijų peržiūrėjimas ir koregavimas skatintų įstaigų sumažėjimą, o toks pasikeitimas įtakotų efektyvesnę veiklą eksporto plėtros srityje. Taip pat tinkamai paruošta Lietuvos eksporto plėtros strategija, nemokamos konsultacijos bei seminarai prisidėtų prie efektyvaus eksporto skatinimo. Taip pat organizacijos, administruojančios ES paramą pagal priemonę „Naujos galimybės“, turėtų viešai paskelbti,

kodėl atmetama ar nutraukiama įmonės paraiška, kodėl įmonė atsisako finansavimo, jeigu taip atsitinka. Tokiu atveju būtų galima išvengti netinkamo lėšų paskirstymo. Daugiau pastangų turėtų įdėti ir pačios įmonės, norinčios teikti savo gaminamą produkciją ar teikiamas paslaugas užsienio rinkoms - ištirti tikslinės rinkos poreikius, plėtros perspektyvas, atlikti eksporto rinkos analizę, investuoti į partnerių paiešką, įmonės darbuotojus bei paruošti įmonės eksporto plėtros strategiją, nuolat stebėti ir gebėti kontroliuoti esamus pasikeitimus rinkose, prisitaikyti prie aplinkos. ES parama eksporto plėtrai bei viešųjų įstaigų pagalba savaime negarantuoja puikių rezultatų, reikia ir įmonių pastangų.

LITERATŪRA

1. Ahmed Z. U. et al. Export promotion programs of Malaysian firms: an international marketing perspective // Journal of business research, 2002, vol. 55, no. 10, p. 831-843. <http://www.sciencedirect.com/skaitykla.mruni.eu/science/article/pii/S014829630000223X> [žiūrėta 2013 02 25]
2. Ahmed Z. U. Et al. Firms internationalisation and export incentives from a Middle Eastern perspective // Journal of small business and enterprise development, 2006, vol. 13, no. 4, p.660-669. <http://www.emeraldinsight.com/skaitykla.mruni.eu/journals.htm?issn=1462-6004&volume=13&issue=4&articleid=1581931&show=html> [žiūrėta 2013 06 11]
3. Alvazer R. Sources of export success in small- and medium-sized enterprises: the impact of public programs // International Business Review, 2004, vol. 13, no. 3, p. 383-400. <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0969593104000186> [žiūrėta 2013 07 03]
4. Ambrazaitytė G. Eksporto poveikio Lietuvos ūkio sektorių produktyvumui tyrimas: magistro baigiamasis darbas. Kaunas: Vytauto Didžiojo universitetas, 2010. – 66 p. – URL: https://www.google.lt/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=2&cad=rja&ved=0CDgQFjAB&url=http%3A%2F%2Fvddb.laba.lt%2Fobj%2FLT-eLABa-0001%3AE.02~2010~D20100621114747-17489&ei=BE1uUvPIMIGn4gT1_YAg&usg=AFQjCNHACTVamg0Og37HponthGFM6RrUyQ&sig2=VQsfI-LgJf8tG-_8_9JobA
5. Анатольевна Д. М., Эффективность управления экспортным потенциалом предприятия: диссертации на соискание ученой степени кандидата экономических наук: Экономика и управление народным хозяйством, 2008. <http://lib.usue.ru/resource/free/avtoref/08/druzhkina.pdf> [žiūrėta 2013 10 27]
6. Andrew B. B., Jensen J. B. Why some firms export // Nber working paper, 2004, no. 8349. <http://www.nber.org/papers/w8349> [žiūrėta 2013 08 14]
7. Aukštesnės pridėtinės vertės link. Lietuvos verslo tarptautinės plėtros galimybių studija. http://www.investorsforum.lt/files/BIF_studija_pilna_final_2013_01_22.pdf [žiūrėta 2013 10 16]
8. Bartkus V. E. Smulkaus ir vidutinio verslo plėtros prognozės Lietuvoje ekonominės krizės pradžioje // Ekonomika ir vadyba, 2010, Nr. 15, ISSN 1822-6515. <http://www.ktu.lt/lt/mokslas/zurnalai/ekovad/15/1822-6515-2010-390.pdf> [žiūrėta 2013 07 10]
9. Bendrijos laikinoji valstybės pagalbos priemonių sistema siekiant padidinti galimybes gauti finansavimą dabartinės finansų ir ekonomikos krizės sąlygomis // Komisijos komunikatas. <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:C:2009:083:0001:0015:LT:PDF> [žiūrėta 2013 08 25]

10. Beržinskienė D. ir kt. ES struktūrinių fondų paramos įsisavinimo intensyvumas Lietuvos smulkaus ir vidutinio verslo sektoriuje // *Ekonomika ir vadyba: aktualijos ir perspektyvos: mokslo darbai*, 2012, Nr. 4 (28), p. 53-64. – ISSN 1648-9098. http://vddb.laba.lt/fedora/get/LT-eLABa-0001:J.04~2012~ISSN_1648-9098.N_4_28.PG_53-64/DS.002.0.01.ARTIC [žiūrėta 2013 09 16]
11. Blesa A., Ripolles M. The influence of marketing capabilities on economic international performance // *International marketing review*, 2008, vol. 25, no. 6, p. 651-673. – ISSN 0265-1335. <http://www.emeraldinsight.com/skaitykla.mruni.eu/journals.htm?issn=0265-1335&volume=25&issue=6&articleid=1752516&show=html> [žiūrėta 2013 08 16]
12. Bulkevičiūtė V., Girdzijauskas S. Lisabonos strategija: inovacijos, tiesioginės investicijos ir rinkos plėtra // *Mokslas ir praktika: aktualijos ir perspektyvos: mokslo darbai*, 2010, p. 21-25. – ISSN 2029-4824. http://vddb.library.lt/fedora/get/LT-eLABa-0001:B.03~2011~ISSN_2029-4824.V_15/DS.001.0.01.BOOK#page=21 [žiūrėta 2013 10 27]
13. Calof L. J. The relationship between firm size and export behavior revisited // *Journal of international business studies*, 1994, vol. 25, no. 2. <http://www.jstor.org/discover/10.2307/155394?uid=3738480&uid=2&uid=4&sid=21102903527421> [žiūrėta 2013 09 15]
14. Chien-Hui L., Bwo-Nung H. The relationship between exports and economic growth in east asian countries: a multivariate threshold autoregressive approach // *Journal of economic development*, 2002, vol. 27, no. 2, p. 45-68. <http://www.jed.or.kr/full-text/27-2/lee.PDF> [žiūrėta 2013 08 14]
15. Czinkota M. Export Promotion: A Framework for Finding Opportunity in Change // *Thunderbird international business review*, 2002, Vol. 44, no. 3, p. 315-324. <http://web.ebscohost.com/ehost/detail?vid=4&hid=108&sid=147ca3c8-efda-4741-85d5e2e999809072%40sessionmgr14&bdata=JnNpdGU9ZWWhvc3QtbGl2ZQ%3d%3d#db=bth&AN=6816168> [žiūrėta 2013 07 04]
16. David B. S., Mcauley A. The effects of export stimulation: implications for export performance // *Journal of marketing management*, 1999, vol. 15, no. 6. <http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1362/026725799785045860#.Un5BBPIYMTA> [žiūrėta 2013 09 21]
17. Djellal F., Gallouj F. Measuring and improving productivity in services: issues, strategies and challenges // *Services, economy and innovation*, 2009. http://www.google.lt/books?hl=lt&lr=&id=y2DMrucQpwYC&oi=fnd&pg=PR1&dq=concept+of+productivity+in+service+sector&ots=hA9_tT3eOm&sig=GQ6jtDlsh6aHcFkHFqZAmKZpxQA&redir_esc=y#v=onepage&q=efficiency&f=false [žiūrėta 2013 11 03]

18. Dritsakis N. Exports and economic growth: an empirical investigation of e.u, u.s.a and japan using causality tests // Economics and social sciences, 2005. http://users.uom.gr/~drits/publications/Exports_and_Economic_Growth.pdf [žiūrėta 2013 10 04]
19. Dumčiuvienė D., Stravinskas T. Struktūrinės paramos įtaka šalies ekonominiam augimui // Economics and management: mokslo darbai, 2012, vol. 17, no.4. - ISSN 2029-9338. <http://www.ecoman.ktu.lt/index.php/Ekv/article/view/2999> [žiūrėta 2012 10 12]
20. Dzemydaitė G. ir kt. Nacionalinės eksporto plėtros strategijos įgyvendinimo vertinimas: Lietuvos Respublikos atvejis // Intelektinė ekonomika: mokslo darbai. – Vilnius, 2012, Nr. 1(13), p. 776-767. – ISSN 1822-8038. – URL: http://www.mruni.eu/lt/mokslo_darbai/ie/archyvas/?l=120013 [žiūrėta 2012 11 24]
21. Ekonomikos augimo veiksmų programa 2007-2013 m. http://www.esparama.lt/es_parama_pletra/failai/fm/failai/Visos_patvirtintos_priemones/VP2_2011_07_08.pdf [žiūrėta 2013 07 21]
22. Ekonominių terminų žodynas. <http://zodynas.vz.lt/terminaiRaidee.php> [žiūrėta 2013 07 14]
23. Europos parlamento ir tarybos direktyva 2006/123/EB, 2006 m. gruodžio 12 d., dėl paslaugų vidaus rinkoje. <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2006:376:0036:0068:lt:PDF> [žiūrėta 2013 07 14]
24. Europos Sąjungos Techninė paramos veiksmų programa. http://www.esparama.lt/es_parama_pletra/failai/teises_aktu_priedai/FM_teises_aktu_priedai/2012_12_06_TPVP.PDF [žiūrėta 2013 08 18]
25. ES teisės aktų santraukos. http://europa.eu/legislation_summaries/external_trade/r11010_lt.htm [žiūrėta 2013 09 21]
26. Europos Sąjungos žmogiškųjų išteklių plėtros veiksmų programa. http://www.esparama.lt/es_parama_pletra/failai/teises_aktai/VRM_teises_aktai/VRM4_1rodikliau_skaiciavimo_metodika.pdf [žiūrėta 2013 08 18]
27. Export promotion policies in CARICOM Caribbean Economies // Economic commiccion for Latin America and the Caribbean, 2003, No. LC/CAR/G.757, p. 78. http://www.eclac.org/cgi-bin/getProd.asp?xml=/publicaciones/xml/3/14493/P14493.xml&xsl=/publicaciones/ficha-i.xsl&base=/publicaciones/top_publicaciones-i.xsl [žiūrėta 2012 11 05]
28. Fouad A.- S. Are Exports the Engine of Economic Growth? An Application of Cointegration and Causality Analysis for Egypt, 1977-2003 // Economic Research Working Paper Series, 2005, no. 76. <http://www.afdb.org/fileadmin/uploads/afdb/Documents/Publications/00363566-EN-ERWP-76.PDF> [žiūrėta 2012 09 20]

29. Francis J., Collins-Dodd C. Impact of Export Promotion Programs on Firm Competencies, Strategies and Performance, The case of Canadian high-technology SMEs // *International Marketing Review*, 2004, Vol. 21, no. 4/5, p. 474-495. – ISSN 0265-1335. <http://www.emeraldinsight.com/journals.htm?articleid=855579> [žiūrėta 2013 07 26]
30. Grigoryan K. The key issues of the improvement of export promotion policy at the macro- and micro levels // *Conference paper*, 2011. https://www.google.lt/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=3&cad=rja&ved=0CEgQFjAC&url=http%3A%2F%2Fwww.erasmusmundus5.gr%2Fscientific%2FConference_paper_2_Karen_Grigoryan.docx&ei=uS1sUrapPOja4QSA4GoAQ&usg=AFQjCNFAM659VIM-kFGpaab093wL1052ZQ&sig2=Ilh1EgkrYA8a0UFcm2L3sQ [žiūrėta 2013 01 25]
31. Grigoryan K. Export involvement and performance of the firms as characteristic features of export assistance // *Conference paper*, 2011. https://www.google.lt/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&ved=0CDUQFjAA&url=http%3A%2F%2Fwww.erasmusmundus5.gr%2Fscientific%2FConference_paper_1_Karen_Grigoryan.doc&ei=YNh8UpDWMeWO4ASgkIGwDg&usg=AFQjCNGOPea6Dx0iXOhkHG X47tLDG609PQ&sig2=hjqcVxkUz4pde_DJaLhuGQ [žiūrėta 2013 10 15]
32. Gupta R. et. al. The causal relationship between exports and economic growth in the nine provinces of south africa: evidence from panel-granger causality test // *Department of economics working paper series*, 2013. http://web.up.ac.za/sitefiles/file/40/677/WP_2013_19.pdf [žiūrėta 2013 07 20]
33. Hibbert P. E. Trade promotion – the uses of trade policy to develop exports // *Working paper*, 2007. <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.194.9086&rep=rep1&type=pdf> [žiūrėta 2012 12 03]
34. Hibbert P. E. Evaluating government export promotion: some conceptual and empirical approaches // *The international trade journal*, 2007, vol. 12, no. 4, p. 465-483. <http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/08853909808523916#.Unzv8PIYMTA> [žiūrėta 2013 09 04]
35. Investuotojų žodynas. http://www.investorwords.com/17576/export_promotion.html [žiūrėta 2013 06 14]
36. Yin X. ir Yin X. Can developing countries benefit from export promotion? // *Journal of economic studies*, 2005, vol 32, no. 1, p. 60-80. <http://www.emeraldinsight.com/journals.htm?articleid=846288> [žiūrėta 2013 09 20]
37. Jayanthakumaran K. Industrialisation: import substitution to export promotion // *Faculty of business-economics Working papers*, 2000.

- <http://ro.uow.edu.au/cgi/viewcontent.cgi?article=1029&context=commwkpapers> [žiūrėta 2013 08 15]
38. Jakutis A. Lietuvos ir užsienio šalių eksportas // Tiltai: socialiniai mokslai, 2006, Nr. 3 (36). http://vddb.library.lt/fedora/get/LT-eLABa-0001:J.04~2006~ISSN_1392-3137.N_3_36.PG_41-56/DS.002.0.02.ARTIC [žiūrėta 2013 08 09]
 39. Jakutis A. ir kt. Lietuvos eksporto plėtros veiksnių tyrimai // Ūkio technologinis ir ekonominis vystymas, 2007, Nr. 13 (4), p. 272-279. – ISSN 1822-3613 <http://www.tandfonline.com/skaitykla.mruni.eu/doi/pdf/10.1080/13928619.2007.9637812> [žiūrėta 2013 07 10]
 40. Jatuliavičienė G. Integruota eksporto plėtra globalizacijos sąlygomis: daktaro disertacija: Socialiniai mokslai, vadyba ir administravimas (03 S). – Vilnius: Vilniaus universitetas, 2009. – 213 p. http://vddb.library.lt/fedora/get/LT-eLABa-0001:E.02~2009~D_20100204_101037-10038/DS.005.0.02.ETD [žiūrėta 2013 09 17]
 41. Johanson J. ir Vahlne J. – E. Business relationship learning and commitment in the international process // Journal of international entrepreneurship, 2003, vol. 1, no.1, p. 83-101. – ISSN 1573-7349. <http://link.springer.com/article/10.1023%2FA%3A1023219207042> [žiūrėta 2012 12 07]
 42. Jones M. P. Trade credit insurance // Primer series on insurance, 2010, No. 15. http://siteresources.worldbank.org/FINANCIALSECTOR/Resources/Primer15_TradeCreditInsurance_Final.pdf [žiūrėta 2012 10 04]
 43. Julian C. C. ir Yunus M. A. Incentives to export for Australia export market ventures // Journal of small business and enterprise development, 2009, vol. 16, no. 3, p. 418-431. – ISSN 1462-6004. <http://www.emeraldinsight.com/skaitykla.mruni.eu/journals.htm?issn=1462-6004&volume=16&issue=3&articleid=1805549&show=html> [žiūrėta 2013 09 12]
 44. Jungtinių Amerikos Valstijų eksporto skatinimo agentūrų tyrimo ataskaita, Best practices in export promotion // Technical report, 2004. http://pdf.usaid.gov/pdf_docs/PNADF539.pdf [žiūrėta 2013 06 26]
 45. Keliuotytė R. Tarptautinių parodų marketingo komunikacija: magistro baigiamasis darbas. – Vilniaus universitetas, 2008. – p. 82. – URL: http://vddb.library.lt/fedora/get/LT-eLABa-0001:E.02~2008~D_20110709_152243-41867/DS.005.1.01.ETD [žiūrėta 2013 08 18]
 46. Klaipėdos ekonominės plėtros agentūros vykdomi projektai. <http://www.kepa.lt/vykdomi-projektai> [žiūrėta 2013 09 04]
 47. Komisijos komunikatas valstybėms narėms pagal Europos Bendrijos sutarties 93 straipsnio 1 dalį dėl Sutarties 92 ir 93 straipsnių taikymo trumpalaikiam eksporto kredito draudimui.

- <http://eur-lex.europa.eu/Notice.do?mode=dbl&lang=lt&ihmlang=lt&lng1=lt,lt&lng2=bg,cs,da,de,el,en,es,et,fi,fr,hu,it,lt,lv,mt,nl,pl,pt,ro,sk,sl,sv,&val=545136:cs> [žiūrėta 2013 09 11]
48. Komisijos reglamentas (EB) Nr. 800/2008, 2008 m. rugpjūčio 6 d., skelbiantis tam tikrų rūšių pagalbą suderinama su bendrąja rinka taikant Sutarties 87 ir 88 straipsnius. <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2008:214:0003:0047:lt:PDF> [žiūrėta 2013 09 10]
 49. Komisijos reglamentas (EB) Nr. 1998/2006, 2006 m. gruodžio 15 d., dėl Sutarties 87 ir 88 straipsnių taikymo de minimis pagalbai. <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2006:379:0005:0010:lt:PDF> [žiūrėta 2013 07 23]
 50. Kuppusamy J., Anantharaman R.N. The link between export performance and export development: does managements' motivation play a role? // Journal of organizational management studines, 2012. <http://www.ibimapublishing.com/journals/JOMS/2012/645053/645053.pdf> [žiūrėta 2013 08 19]
 51. Kvietimų pagal priemonę „Naujos galimybės“ sąrašas. <http://www.lvpa.lt/Puslapiai/Priemone.aspx?prid=19> [žiūrėta 2013 06 19]
 52. Langvinienė N. ir kt. Tarptautinis verslas, I knyga: mokomoji knyga. – Kaunas: Technologija, 2010. - 215 p. - ISBN 978-9955-25-795-0
 53. Langvinienė N., Žitkienė R. Lietuvos galimybės tapti visateisiu tarptautinės prekybos paslaugų rinkos dalyviu // Socialinių mokslų studijos, 2011, vol. 3, no. 3, p. 929-944. <http://www.ceeol.com/aspx/getdocument.aspx?logid=5&id=3dc2a45a6c0d48f4a8867085664457b8> [žiūrėta 2012 10 09]
 54. Le Heron R. B. Exports and linkage development in manufacturing firms: the example of export promotion in New Zealand // Economic geography, 1980, vol. 56, no. 4. <http://www.jstor.org/discover/10.2307/143326?uid=3738480&uid=2&uid=4&sid=21102903527421> [žiūrėta 2013 09 17]
 55. Leonidou L. C. et. al. An analytical review of the factors stimulating smaller firms to export: implication for policy-makers, 2007, vol 24, no. 6, p. 735-770. <http://www.emeraldinsight.com/skaiykla.mruni.eu/journals.htm?issn=0265-1335&volume=24&issue=6&articleid=1636276&show=html> [žiūrėta 2013 09 22]
 56. Lietuvos Respublikos 2007–2013 metų ES struktūrinės paramos panaudojimo strategijos konvergencijos tikslui įgyvendinti įgyvendinimo nuostatos. http://www.euro.lt/documents/es_paramos_panaudojimo_dokumentai/Strategija_2007-03-30.doc [žiūrėta 2013 07 16]
 57. Lietuvos Respublikos 2009-2013 metų eksporto plėtros strategijos įgyvendinimo priemonių planas.

- <http://www.ukmin.lt/uploads/documents/Eksportas/12.1.%20Lietuvos%20Respublikos%202009%E2%80%932013%20met%C5%B3%20eksporto%20pl%C4%97tros%20strategijos%20%C4%AFgyvendinimo%20priemoni%C5%B3%20planas.pdf> [žiūrėta 2013 09 03]
58. Lietuvos Respublikos 2009–2013 m eksporto plėtros strategija. <http://www.ukmin.lt/uploads/documents/Eksportas/12.1.%20Lietuvos%20Respublikos%202009%E2%80%932013%20met%C5%B3%20eksporto%20pl%C4%97tros%20strategija.pdf> [žiūrėta 2013 09 03]
59. Lietuvos Respublikos Ūkio ministerijos 2009 metų veiklos ataskaita. http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:VEuh7SP_7owJ:www.ukmin.lt/uploads/documents/imported/lt/veikla/ataskaita/doc2008/veiklos_ataskaita_2009.pdf+&cd=1&hl=lt&ct=clnk&gl=lt [žiūrėta 2013 09 15]
60. Lietuvos Respublikos Ūkio ministerijos 2010 metų veiklos ataskaita. http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:0VJQ9tpRnGAJ:www.ukmin.lt/uploads/documents/imported/lt/veikla/ataskaita/doc2008/veiklos_ataskaita_2010.pdf+&cd=3&hl=lt&ct=clnk&gl=lt [žiūrėta 2013 19 15]
61. Lietuvos Respublikos Ūkio ministerijos 2011 metų veiklos ataskaita. <http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:k4MifN6mHZIJ:www.ukmin.lt/uploads/documents/imported/lt/veikla/ataskaita/doc2008/SVP%2520ataskaita%2520uz%25202011%2520galutinis.doc+&cd=1&hl=lt&ct=clnk&gl=lt> [žiūrėta 2013 09 15]
62. Lietuvos Respublikos Ūkio ministerijos 2012 metų veiklos ataskaita. https://www.google.lt/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&ved=0CDAQFjAA&url=http%3A%2F%2Fwww.ukmin.lt%2Fuploads%2Fdocuments%2Fimported%2Flt%2Fveikla%2Fataskaita%2Fdoc2008%2FUM%2520ataskaita%2520uz%25202012%2520metus.docx&ei=ChhoUu_GFsq4AT3kYHADg&usg=AFQjCNE9AqRQE3yvJVRvpR7CQLXsaVY9g&sig2=MCTceU2Ov2RrP2Y-kRZEvQ [žiūrėta 2013 09 15]
63. Lietuvos Respublikos statistikos departamentas. Požymiai: lietuviškos kilmės prekių eksportas <http://osp.stat.gov.lt/statistiniu-rodikliu-analize?id=2122&status=A> [žiūrėta 2013 08 07]
64. Lietuvos Respublikos vyriausybės 2012 metų veiklos prioritetų įgyvendinimo I–III ketvirčių pažangos ataskaita. <http://www.lrv.lt/bylos/veikla/I-III%20ketvircio%20ataskaita.pdf> [žiūrėta 2013 08 25]
65. Lietuvos Respublikos užsienio reikalų ministerijos Eksporto ir investicijų skatinimo skyriaus veikla. https://www.google.lt/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&ved=0CDAQFjAA&url=http%3A%2F%2Fwww.urm.lt%2Fumr%2Fm%2Fm_files%2Fwfiles%2Ffile3895.doc&ei=l

zZ6UuGJC-OI4AT9hoEI&usg=AFQjCNE2m8Oqfdvp4nd9XPJKPKOvyLCyqg&sig2=2DJEk-FMFXMLXbuN2lPDMQ [žiūrėta 2013 09 06]

66. Lietuvos Respublikos Ūkio ministro įsakymas dėl valstybės dalyvavimo pristatant ūkio subjektų produkciją (paslaugas) parodose ir kituose renginiuose, siekiant plėtoti Lietuvos eksportą, pritraukti investicijas ir skatinti ūkio subjektų ekonominį bendradarbiavimą. <http://tar.tic.lt/Default.aspx?id=2&item=results&aktoid=2FDD0FD3-32E6-4859-A307-8CC1757365D3> [žiūrėta 2013 09 06]
67. Lietuvos Respublikos Ūkio ministro įsakymas Nr. 4-342 „Dėl Ilgalaikių sandorių, susijusių su eksportu, draudimo tvarkos aprašo patvirtinimo“. http://www3.lrs.lt/pls/inter3/dokpaieska.show_doc_l?p_id=283074&p_query=&p_tr2= [žiūrėta 2013 09 07]
68. Lietuvos respublikos valstybės specialiųjų garantijų dėl eksporto kredito draudimo įstatymas. http://www.invega.lt/site/files/failai/Eksportas/LRS_Valstybs_specialij_garantij_dl_eksporto_kredito_draudimo_istatymas_aktuali_rednuo_2011_08_01_iki_2012_12_31.pdf [žiūrėta 2013 09 10]
69. Lietuvos verslo konfederacijos veikla. <http://www.lvk.lt/lt/apie-mus> [žiūrėta 2013 09 06]
70. Mah J. S. Duty drawback and export promotion in China // The journal of developing areas, 2007, vol. 40, no. 2, p. 133-140. http://muse.jhu.edu/login?auth=0&type=summary&url=/journals/journal_of_developing_areas/v040/40.2mah.html [žiūrėta 2013 07 05]
71. Malinowski D. Lietuvos gamintojai tarptautinėse parodose. Būti ar nebūti? <http://www.bznstart.lt/verslas/verslo-gidas/1280/Lietuvos-gamintojai-tarptautinese-parodose-Buti-ar-nebuti> [žiūrėta 2013 09 20]
72. Martišius M. Lietuva ir Estija – skirtingi įvaizdžiai: drąsi šalis ir Šiaurė su polėkiu // Informacijos mokslai: mokslo darbai, 2009, Nr. 49. – ISSN 1392-0561. http://www.leidykla.eu/fileadmin/Informacijos_mokslai/49/118-139.pdf [žiūrėta 2013 10 21]
73. Meilienė E., Snieška V. Lietuvos ekonominės politikos ir eksporto skatinimo strategijos sąveika // Viešoji politika ir administravimas: mokslo darbai. – 2005, Nr. 11, p. 48-54. – ISSN 1648-2603 https://www.google.lt/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&cad=rja&ved=0CDAQFjAA&url=https%3A%2F%2Fwww.mruni.eu%2Flt%2Fmokslo_darbai%2Fvpa%2Farchyvas%2Fdwn.php%3Fid%3D239822&ei=q918UzSYM8ng4QT2qoGoDg&usg=AFQjCNF-yyIrxY93GPs1LLOaVeBH9DslEg&sig2=GAvf9JhEGyVIOJdnmdgbsA [žiūrėta 2012 09 15]
74. Meilienė E., Snieška V. Lietuvos pramonės konkurencingumo veiksniai eksporto politikos nuostatose // Viešoji politika ir administravimas: mokslo darbai. - 2010, Nr. 31, p. 119-132. - ISSN 2029-2872 http://www.mruni.eu/lt/mokslo_darbai/vpa/paskutinis_numeris/dwn.php?id=241520#page=120 [žiūrėta 2013 09 06]

75. Morgan E . R. Export stimuli and export barriers: evidence from empirical research studies // European business review, 1997, vol. 97, no. 2, p. 68-79. – ISSN 0955-534X. <http://www.emeraldinsight.com/journals.htm?articleid=869100> [žiūrėta 2012 10 17]
76. Moravcsik A. Europe after the crisis // Foreign affairs, 2012 <http://saintjoehigh.enschool.org/ourpages/auto/2012/11/30/67250725/12-0506%20Europe%20After%20the%20Crisis.pdf> [žiūrėta 2012 11 04]
77. Nacionalinė bendroji strategija: Lietuvos 2007–2013 metų Europos Sąjungos struktūrinės paramos panaudojimo strategija konvergencijos tikslui įgyvendinti. http://www.esparama.lt/ES_Paramas/strukturines_paramos_2007_1013m._medis/titulinis/files/Sstrategija_2007-03-30.pdf [žiūrėta 2013 09 04]
78. Pasaulio prekybos organizacijos steigimo sutartis. <http://www.infolex.lt/lite/ta/76524> [žiūrėta 2013 07 18]
79. Paul S. Devaluation, innovations and prices // The international trade journal, 2006, vol. 20, no. 1, p. 75-83. <http://www.tandfonline.com/skaidykla.mruni.eu/doi/full/10.1080/08853900500467990#.Unz6YPIYMTA> [žiūrėta 2013 09 04]
80. Приходько С. В. Стимулирование экспортной деятельности в зарубежных странах и практика поддержки экспорта в России // Институт Экономики Переходного Периода, 2007. <http://www.iep.ru/files/text/usaidd/Eksp-dejat.pdf> [žiūrėta 2013 10 21]
81. Priemonės „Naujos galimybės“ pirmojo kvietimo duomenys. <http://www.lvpa.lt/Puslapiai/Kvietimas.aspx?kvid=27> [žiūrėta 2013 06 19]
82. Priemonės „Naujos galimybės“ antrojo kvietimo duomenys. <http://www.lvpa.lt/Puslapiai/Kvietimas.aspx?kvid=28> [žiūrėta 2013 06 19]
83. Priemonės „Naujos galimybės“ trečiojo kvietimo duomenys. <http://www.lvpa.lt/Puslapiai/Kvietimas.aspx?kvid=5> [žiūrėta 2013 06 19]
84. Priemonės „Naujos galimybės“ ketvirtojo kvietimo duomenys. <http://www.lvpa.lt/Puslapiai/Kvietimas.aspx?kvid=82> [žiūrėta 2013 06 19]
85. Pupeikienė I. Politiniai veiksniai, įtakojantys Lietuvos eksporto plėtrą // Lietuvos žemės ūkio universitetas, 2010. http://www.lzuu.lt/jaunasis_mokslininkas/smk_2006/ekonomika/Pupeikiene%20Irena.pdf [žiūrėta 2013 07 23]
86. Pushpender K. Impact of FDI on export and growth: an indian perspective // Research scholar, 2012, vol. 8, no. 1, p. 87-92. <http://210.212.129.138/ojs/index.php/MI/article/viewFile/1399/1313> [žiūrėta 2013 09 12]
87. Ramanathan, U., Muyltermans, L. Identifying demand factors for promotional planning and forecasting: A case of a soft drink company in the UK // International journal of production

- economics, 2010, vol. 128, no. 2, p. 538-545. <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S092552731000232X>
88. Roth K. P., Diamantopoulos A. Advancing the country image construct // Journal of business research, 2009, vol. 62, no. 7, p. 726-740. <http://www.sciencedirect.com.skaitykla.mruni.eu/science/article/pii/S0148296308001586> [žiūrėta 2013 03 16]
89. Sabonienė A., Zykienė I. Verslo plėtros pasienio regionuose patrauklumo vertinimas infrastruktūros aspektu, 2012, vol. 17, no. 4. – ISSN 2029-9338. <http://www.ecoman.ktu.lt/index.php/Ekv/article/view/3007> [žiūrėta 2013 09 04]
90. Seringhaus F. H. R. ir Botschen G. Export development and promotion: the role of public organizations // International economics, 1991, vol. 19, p. 364. <http://www.springer.com/economics/international+economics/book/978-0-7923-9090-9> [žiūrėta 2013 08 18]
91. Seringhaus F. H. R., Botschen G. Cross-National Comparison of Export Promotion Services: The Views of Canadian and Austrian Companies // Journal of international business studies, 1991, vol. 22, no. 1, p. 115-133. <http://www.jstor.org.skaitykla.mruni.eu/stable/155243?seq=7&Search=yes&searchText=servic&searchText=export&searchText=Cross-national&searchText=Canadian&searchText=view&searchText=promotion&searchText=companies&searchText=Austrian&searchText=compar&searchText=comparison&list=hide&searchUri=%2Faction%2FdoBasicSearch%3FQuery%3DCross-national%2Bc&searchText=comparison%2Bof%2Bexport%2Bpromotion%2Bservices%253A%2Bthe%2Bviews%2Bof%2BCanadian%2Band%2BAustrian%2Bcompanies%26acc%3Don%26wc%3Don%26fc%3Doff&prevSearch=&item=1&ttl=56&returnArticleService=showFullText&resultsServiceName=null&> [žiūrėta 2013 08 26]
92. Shamsuddoha A. K. , Yunus A. M. Mediated effects of export promotion programs on firms export performance // Journal of marketing and logistics, 2006, vol. 18, no. 2. <http://www.emeraldinsight.com/journals.htm?articleid=1549864&show=abstract> [žiūrėta 2013 07 12]
93. Simanauskas L., Šidlauskas S. Efficiency of the EU structural support and its effect on the country's progress // Journal of business economics and management, 2007, vol. 8, no. 3. – ISSN 1392-1258. <http://www.leidykla.eu/fileadmin/Ekonomika/77/str4.pdf> [žiūrėta 2012 10 11]
94. Soloveičikas D. Europos teisingumo teismas šalina kliūtis. http://www.tp.cargo.lt/content.php?art_id=817 [žiūrėta: 2013 10 04]

95. Spence M. M. Evaluating export promotion programmes: UK overseas trade missions and export performance // Business and management, 2003. <https://eprints.mdx.ac.uk/6566/> [žiūrėta 2013 09 08]
96. Smulkaus ir vidutinio verslo fondų sąrašas. http://www.verslilietuva.lt/uploads/file/SVV_fondu_sarasas.pdf [žiūrėta 2013 10 13]
97. Startienė G. Tarptautinės prekybos finansavimas: rizika, mokėjimai, kreditavimas: vadovėlis. - Kaunas: Technologija, 2002, p. 9-20. – ISBN 9955-09-165-7
98. Staskevičiūtė G., Tamošiūnienė R. The evaluation of the NATIONAL competitiveness: analysis of existing means // Business and management: konferencijų straipsniai, 2010. - ISSN 2029-4441. http://dspace.vgtu.lt/bitstream/1/595/1/495-503_Staskeviciute_Tamosiuniene.pdf [žiūrėta 2013 07 17]
99. Sutartis dėl ES veikimo. <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2013:245:0025:0026:LT:PDF> [žiūrėta 2013 08 15]
100. Tarybos Reglamentas (EEB) Nr. 1061/2009. <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2009:291:0001:0007:EN:PDF> [žiūrėta 2013 08 15]
101. Tarybos Reglamentas (EEB) Nr. 2603/69. <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CONSLEG:1969R2603:19920103:LT:PDF> [žiūrėta 2013 07 24]
102. Tarybos direktyva 98/29/EB. <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CONSLEG:1998L0029:20030605:LT:PDF> [žiūrėta 2013 08 15]
103. Verslo konsultavimo paslaugų paketas „eksporto vystymas ir mokesčiai“ http://www.alytus-suwalki.eu/uploads/docs/Eksporto_vystymas_ir_mokesciai_Lietuvoje.pdf [žiūrėta 2013 08 30]
104. Verslo terminų žodynas. <http://www.businessdictionary.com/definition/export-promotion.html> [žiūrėta 2013 09 04]
105. Vijeikis J. ir Mačys G. Trade policy in Lithuania: past experience and benchmarks for the future // Journal of intellectual economics: mokslo darbai, 2010, no. 1(7), p. 76-86. – ISSN 1822-8038. http://www.mruni.eu/lt/mokslo_darbai/ie/archyvas/dwn.php?id=243935 [žiūrėta 2012 12 05]
106. Vilkė R., Bernatonytė D. Lietuvos smulkaus ir vidutinio verslo užsienio prekybos sąlygų pokyčiai Europos ekonominės integracijos kontekste // Ekonomika ir vadyba = Economics and management: mokslo darbai, 2009, Nr. 14. - ISSN 1822-6515. <http://www.ktu.lt/lt/mokslas/zurnalai/ekovad/14/1822-6515-2009-1037.pdf> [žiūrėta 2013 09 07]
107. Vilpišauskas R. Tarptautinis konkurencingumas ir Lietuvos eksporto politika // Pinigų studijos, 2004. http://www.lb.lt/vilpisauskas_2 [žiūrėta 2012 09 30]

108. Wilkinson T., Brouthers L.E. Trade promotion and SME export performance // International business review, 2006, vol. 15, no. 3, p. 233-252 - <http://www.sciencedirect.com.skaitykla.mruni.eu/science/article/pii/S0969593106000394> [žiūrėta 2013 06 30]
109. VšĮ „Lietuvos inovacijų centro“ veikla. <http://www.lic.lt/index.php?1056471840> [žiūrėta 2013 08 30]
110. VšĮ „Versli Lietuva“ 2012 metų ataskaita. http://www.verslilietuva.lt/uploads/file/VL_2013%20rugpj%C5%AB%C4%8Dio%20men%20ataskaita.pdf [žiūrėta 2012 09 03]
111. Zhou T., Lin G.-J. Determinants of interest in the acquisition of export skills for Chinese exporters // Journal of technology management in China, 2010, vol. 5, no. 3, p. 196-212. <http://www.emeraldinsight.com.skaitykla.mruni.eu/journals.htm?issn=1746-8779&volume=5&issue=3&articleid=1886716&show=html> [žiūrėta 2013 09 22]

Vaišvilaitė G. Eksporto skatinimo priemonių efektyvumo vertinimas / Tarptautinės prekybos magistro baigiamasis darbas. Vadovas doc. dr. V. Rimkus. – Vilnius: Mykolo Romerio universitetas, Ekonomikos ir finansų valdymo fakultetas, Ekonomikos ir verslo institutas, 2013. – 73 p.

ANOTACIJA

Magistro baigiamajame darbe pateikiami eksporto plėtros bei eksporto skatinimo priemonių ir jų efektyvumo vertinimo teoriniai aspektai, išanalizuota Lietuvos eksporto skatinimo politika, jos formavimo niuansai, vertinamas ES eksporto skatinimo priemonės „Naujos galimybės“ efektyvumas bei pateiktos išvados ir pasiūlymai. Darbe didžiausias dėmesys skiriamas Lietuvoje taikomų eksporto skatinimo priemonių neefektyvumo problemai. Smulkaus bei vidutinio verslo subjektams trūksta finansinių išteklių, skirtų eksporto skatinimo priemonėmis pasinaudoti, todėl teikiamos paraiškos ES paramai gauti. Pirmojoje darbo dalyje teoriniu aspektu tiriama eksporto įtaka ekonomikai, eksporto skatinimo svarba, išskiriamos galimos eksporto skatinimo priemonės bei pateikiamas eksporto skatinimo priemonių teisinis reglamentavimas. Antrojoje magistro baigiamojo darbo dalyje pateiktos Europos Sąjungos struktūrinės paramos veiksmų programos, Lietuvos valstybinės institucijos, organizacijos ir aptariamas jų vaidmuo, skatinant eksportą bei vertinama Lietuvos Respublikos 2009-2013 metų eksporto plėtros strategija. Trečiojoje darbo dalyje analizuojamas bei vertinamas Lietuvoje taikomų eksporto skatinimo priemonių intensyvumas bei atliktas eksporto skatinimo priemonės „Naujos galimybės“ efektyvumo vertinimas.

Pagrindiniai žodžiai: eksporto skatinimas, eksporto skatinimo priemonės, eksporto skatinimo priemonių efektyvumas, ES parama.

Vaišvilaitė G. Export promotion measures evaluation of efficiency/ Master's graduation Thesis in International Trade. Research adviser prof. dr. V. Rimkus.- Vilnius: Mykolas Romeris University, Faculty of Economics and finance management, Economics and business Institute, 2013.- 73 p.

ANNOTATION

In this master's graduation work are presented export development and export promotion measures, its efficiency evaluations theoretical aspects. Analyzed Lithuanias export promotion politics, its forming nuances; evaluated EU export promotion measures „New opportunities“ efficiency and presented conclusions and recommendations. Biggest attention is given to Lithuanias export promotion measures unefficiency problem. There is lack of financial recourses for small and medium business that to use export promotion measures. Because of this they apply for EU support. In the first part of the work by theoretical aspect is explored export influence to the economics, export promotion importance; distinguished possible export promotion measures and is given export promotion measures legal regulation. In the second part of the work are presented programmes of the European Union's structural assistance actions, explored the role of the Lithuanias state institutions promoting export and estimated export development strategies of Lithuania in 2009-2013. In the third part is analyzed and evaluated intensity of the the export promotion measures in Lithuania. Also is given export promotion measures „New opportunities“ efficiency evaluation.

Keywords: export promotion, export promotion measures, export promotion measures efficiency, EU support.

Vaišvilaitė G. Eksporto skatinimo priemonių efektyvumo vertinimas / Tarptautinės prekybos magistro baigiamasis darbas. Vadovas doc. dr. V. Rimkus. – Vilnius: Mykolo Romerio universitetas, Ekonomikos ir finansų valdymo fakultetas, Ekonomikos ir verslo institutas, 2013. – 73 p.

SANTRAUKA

Tarptautinės prekybos magistro baigiamojo darbo tema yra aktuali, nes eksportas yra pagrindinis valstybės ekonomikos augimą įtakojantis veiksnys, skatinantis šalies įmonių bei viso ūkio plėtrą. Prekių bei paslaugų eksporto skatinimas yra itin svarbus socialinei bei ekonominei valstybės padėčiai, taip pat ir Lietuvos ekonomikai. Lietuva yra atviros ekonomikos šalis, tačiau vidaus rinka yra maža, todėl šalies ūkio plėtra yra priklausoma nuo Lietuvoje taikomų eksporto skatinimo priemonių. Įmonės, norėdamos pasiekti teigiamų eksporto plėtros rezultatų, naudoja eksporto skatinimo priemones, tačiau susiduriama su eksporto skatinimo priemonių neefektyvumo problema. Magistro baigiamojo darbo tyrimo objektas - eksporto skatinimo priemonės, o iškeltas tikslas - įvertinti Lietuvoje taikomų eksporto skatinimo priemonių efektyvumą, kurio įgyvendinimo siekiama išnagrinėjus eksporto skatinimo teorinius aspektus, ištyrus Lietuvos eksporto skatinimo politikos formavimo ypatumus bei atlikus eksporto skatinimo priemonių vertinimą. Darbo tyrimas atliktas, remiantis mokslinės literatūros sinteze bei analize, teisinių dokumentų analize, statistinių duomenų sisteminimu ir jų analize, anketine apklausa, lyginamąja analize.

Atlikus apklausą ir įvertinus gautus duomenis pastebima, jog respondentų tarpe iš 108 įmonių, kurios įgyvendino projektą pagal ES finansuojamą priemonę „Naujos galimybės“, investicijos atsipirko vos kelioms įmonėms, t.y. pajamos iš eksporto nežymiai viršijo bendrą projekto vertę. Tikslus priemonės „Naujos galimybės“ efektyvumas vertinamas ilguoju laikotarpiu, todėl respondentų tarpe buvo išrinktos tos įmonės, kurios ES projektą įgyvendino prieš tris metus. Rezultatai parodė, jog net ilguoju laikotarpiu priemonė „Naujos galimybės“ efektyvi tik kelioms įmonėms. Dauguma respondentų, atstovaujančių įmonę, nurodė, jog gautos pajamos iš eksporto, lyginant su investuotomis į šį projektą lėšomis, neatsipirko, todėl ES priemonę „Naujos galimybės“ galima traktuoti kaip neefektyvią priemonę eksporto plėtrai. Siekiant, kad ES paramos priemonė „Naujos galimybės“ ateityje teiktų tik teigiamus rezultatus, visų pirma, reikia peržiūrėti institucijų, užsiimančių eksporto plėtra, veiklą, atliekamas funkcijas, taip pat dabartinę situaciją atitinkančios Lietuvos eksporto plėtros strategijos, nemokamų konsultacijų bei seminarų, kuriais galėtų pasinaudoti smulkaus bei vidutinio verslo įmonės. Įmonės, norinčios teikti savo gaminamą produkciją ar teikiamas paslaugas užsienio rinkoms, privalo iširti tikslinės rinkos poreikius, investuoti į eksporto rinkos analizę, partnerių paiešką, įmonės darbuotojus bei paruošti įmonės eksporto plėtros strategiją. Tikslingas turimų lėšų paskirstymas eksporto plėtrai teigiamai įtakotų įmonės sėkmę eksporte.

Vaišvilaitė G. Export promotion measures evaluation of efficiency/ Master's graduation Thesis in International Trade. Research adviser prof. dr. V. Rimkus.- Vilnius: Mykolas Romeris University, Faculty of Economics and finance management, Economics and business Institute, 2013.- 73 p.

SUMMARY

Theme of Master's graduation Thesis in International Trade is actual because exports are the main state's economics' growth factor, which influences country's businesses and the entire economy. Export promotion of goods and services is important for social and economic situation of the state. Lithuania is an open economy, but the domestic market is small, so the country's economic development depends on the Lithuania's export promotion measures. Companies, in order to achieve positive results in the development of export, use export promotion measures, but faces with the export promotion measures inefficiency problem. Master's graduation Thesis Research object - export promotion measures and the purpose – to evaluate efficiency of export promotion measures in Lithuania. To realise this purpose, in the Thesis is analyzed the export promotion at the theoretical aspects, researched the Lithuanian export promotion policy forming process and export promotion measures evaluation. Master's graduation Thesis based on a synthesis of the scientific literature and analysis, documents of law analysis, statistical data systematization and analysis, survey and comparative analysis.

Evaluation data of the questionnaire noted that among the respondents, the 108 companies that have implemented the EU-funded project "New Opportunities", investment paid off in just a few enterprises, i.e. income from exports exceeded the total value of the project slightly. Accurate export promotion measure's "New Opportunities" efficiency considered in the long term, therefore, among the respondents were selected the companies that have implemented the EU project three years ago. The results of survey showed that even in the long term EU export promotion measure "New opportunities" is effective for only a few companies. Most of the respondents, representing the company, indicated that revenues from exports, compared to invested in this project, have not paid back, so the EU export promotion measure "New opportunities" can be approached as inefficiency measure of export promotion. In order to provide only positive results of the EU's support in the future, in particular need to review the institutions, which prosecuted in export development, activities and functions, the Lithuania's export development strategy of current situation, organize free consultations and seminars, which take advantages to small and medium-sized enterprises. Companies, wishing to provide their own produced products or services in foreign markets, must investigate into the needs of the target market, in the analysis of export market, in search for partners, into employees of the company and prepare the company's export development strategy. Purposeful distribution of available resources positively influences the development of the export success of the company exports.

PRIEDAI

1 PRIEDAS

Gerb. respondentai, esu Mykolo Romerio universiteto Tarptautinės prekybos magistro studijų absolventė. Rašau magistrinį baigiamąjį darbą tema “Eksporto skatinimo priemonės, efektyvumo vertinimas”, todėl maloniai prašome skirti keletą minučių pateiktos anketos pildymui. Gautas atsakymų rezultatas padės įvertinti ES finansuojamos eksporto skatinimo priemonės “Naujos galimybės” efektyvumą. Atsakymai į anketos klausimus – anonimiški.

1. Ar teko girdėti apie ES paramą pagal Ekonomikos augimo veiksmų programos priemonę „Naujos galimybės“ ?

- ☐ Ne (parodyti klausimą, kurio numeris: 9)
- ☐ Taip

2. Ar naudojotės ES struktūrinių fondų Ekonomikos augimo veiksmų programos priemone “Naujos galimybės”?

- ☐ Taip, naudojomės
- ☐ Taip, šiuo metu įgyvendinamas projektas (parodyti klausimą, kurio numeris: 8)
- ☐ Pateikėme paraišką (parodyti klausimą, kurio numeris: 8)
- ☐ Planuojame pasinaudoti (parodyti klausimą, kurio numeris: 8)
- ☐ Ne (parodyti klausimą, kurio numeris: 8)

3. Kiek metų praėjo nuo įgyvendinto Jūsų paskutinio projekto pagal ES struktūrinių fondų iš dalies finansuojamą priemonę “Naujos galimybės” pradžios ?

- ☐ mažiau nei 1
- ☐ 1
- ☐ 2
- ☐ 3
- ☐ 4
- ☐ Kita

4. Kokia Jūsų įgyvendinto projekto “Naujos galimybės” vertė litais be PVM ?

5. Kiek procentų projekto Naujos galimybės vertės finansavote savo lėšomis?

- ☐ iki 30
- ☐ 31-40

- ☐ 41-50
- ☐ 51-60
- ☐ 61-70
- ☐ 71 ir daugiau

6. Kiek litų padidėjo Jūsų gaunamos pajamos iš eksporto, įgyvendinus ES paramos priemonę „Naujos galimybės“?

7. Pasinaudoję ES struktūrinės paramos Ekonomikos augimo veiksmų programos 2 prioriteto „Verslo produktyvumo didinimas ir aplinkos verslui gerinimas“ priemone Naujos galimybės, įgyvendinote šias priemones: (daug galimų atsakymų)

- ☐ Įsigijote rinkų tyrimus
- ☐ Parengėte įmonės eksporto plėtros strategiją
- ☐ Dalyvavote tarptautinėse parodose
- ☐ Užmezgėte naujus bendradarbiavimo ryšius
- ☐ Pradėjote derybas su naujais potencialiais eksporto užsakovais
- ☐ Praplėtėte eksporto galimybes
- ☐ Kita

8. Įvertinkite Lietuvoje taikomas eksporto skatinimo priemones nuo 1 (labai blogai) iki 5 (labai gerai):

	1	2	3	4	5
Konsultacijos	☐	☐	☐	☐	☐
Seminarai	☐	☐	☐	☐	☐
Verslo misijos	☐	☐	☐	☐	☐
Tarptautinės parodos, mugės	☐	☐	☐	☐	☐
Užsienio rinkų tyrimai	☐	☐	☐	☐	☐
LIETUVOS EKSPORTO SKATINIMO POLITIKOS VISUMA	☐	☐	☐	☐	☐

9. Kokia pagrindinė Jūsų ekonominės veiklos rūšis?

- ☐ Gamyba

- ☐ Paslaugos
- ☐ Gamyba ir paslaugos

Ačiū už Jūsų sugaištą laiką.

2 PRIEDAS

Lietuvos Respublikos 2009–2013 metų eksporto plėtros strategijos įgyvendinimo priemonių planas

Uždaviniai	Priemonės pavadinimas	Atsakingi vykdytojai	Įvykdymo terminas	Orientacinis lėšų poreikis ir finansavimo šaltiniai, tūkst. litų				
				2009 metai	2010 metai	2011 metai	2012 metai	2013 metai
1. Sušvelninti ekonomikos nuosmukio poveikį eksportuojančioms įmonėms	1.1. Iš dalies kompensuoti eksporto kreditų draudimo įmokas	Ūkio ministerija	2009-2013 metai	500, Lietuvos Respublikos valstybės biudžeto lėšų (toliau – valstybės biudžeto lėšos)	100, valstybės biudžeto lėšos	550, valstybės biudžeto lėšos	700, valstybės biudžeto lėšos	700, valstybės biudžeto lėšos
	1.2. Pasinaudoti Komisijos komunikatu – Bendrijos laikinąja valstybės pagalbos priemonių sistema, siekiant padidinti galimybes gauti finansavimą dabartinės finansų ir ekonomikos krizės sąlygomis (OL 2009 C 16, p. 1) ir sudaryti galimybę didelėms prekės ir paslaugas eksportuojančioms įmonėms gauti paskolas su uždarnosios akcinės bendrovės „Investicijų ir verslo garantijos“ garantija kredito įstaigoms (kredito limitas – iki 100 mln. litų)	Ūkio ministerija	2009–2010 metai	–	–	–	–	–
	1.3. Siekiant išsaugoti eksporto rinkas ekonomikos nuosmukio laikotarpiu įsigaliojus Lietuvos Respublikos valstybės specialiųjų garantijų dėl eksporto kredito draudimo įstatymui, įgyvendinti jo nuostatas	Ūkio ministerija	2009–2010 metai	–	–	–	–	–

Uždaviniai	Priemonės pavadinimas	Atsakingi vykdytojai	Įvykdymo terminas	Orientacinis lėšų poreikis ir finansavimo šaltiniai, tūkst. litų				
				2009 metai	2010 metai	2011 metai	2012 metai	2013 metai
	1.4. valstybės ir Europos Sąjungos (toliau – ES) struktūrinių fondų lėšomis skatinti eksportuojančių įmonių konkurencingumo didinimą ir įmonių pasirengimą eksportuoti	Ūkio ministerija	2009–2013 metai	40 000, ES lėšos	30 000, ES lėšos	20 000, ES lėšos	10 000, ES lėšos	–
	1.5. Įgyvendinti ES taikomas pardavimų skatinimo ir vartotojų informavimo priemones, pagal kurias Lietuvos ūkio subjektams būtų teikiama ES parama	Žemės ūkio ministerija	2009–2013 metai	1 104, ES lėšos - 50 proc., valstybės biudžeto lėšos – 20 proc., privačios lėšos – 30 proc.	2 200, ES lėšos – 50 proc., valstybės biudžeto lėšos – 20 proc., privačios lėšos – 30 proc.	2 700, ES lėšos – 50 proc., valstybės biudžeto lėšos – 20 proc., privačios lėšos – 30 proc.	3 300, ES lėšos – 50 proc., valstybės biudžeto lėšos – 20 proc., privačios lėšos – 30 proc.	3 000, ES lėšos – 50 proc., valstybės biudžeto lėšos – 20 proc., privačios lėšos – 30 proc.
2. Plėsti galimybes rasti naujų prekybos partnerių, aktyviau skverbtis į naujas rinkas	2.1. Vykdančią aktyvesnę ekonominę diplomatiją ir siekiant padėti Lietuvos verslui konkuruoti pasaulio ekonomikoje, bendradarbiaujant su asocijuotomis verslo struktūromis, skatinti ekonominius ryšius ne tik su tradicinėmis partnerėmis, bet ir su Artimųjų Rytų, Užkaukazės valstybėmis, kitomis kylančios ekonomikos šalimis. Prisidedant prie ES bendrosios politikos formavimo, skatinti dvišalių laisvosios prekybos sutarčių sudarymą, prioritetą teikiant šalims, su kuriomis Lietuva turi intensyvių ekonominių santykius. Pasaulinės prekybos organizacijos aspektu remti pasaulinės prekybos liberalizavimą ir prekybos taisyklių kūrimą bei tobulinimą	Užsienio reikalų ministerija	2009–2013 metai	–	–	–	–	–

Uždaviniai	Priemonės pavadinimas	Atsakingi vykdytojai	Įvykdymo terminas	Orientacinis lėšų poreikis ir finansavimo šaltiniai, tūkst. litų				
				2009 metai	2010 metai	2011 metai	2012 metai	2013 metai
	2.2. Tobulinant atstovavimo ekonominiams interesams koordinavimą, reguliariai rengti pasitarimus su kitomis suinteresuotomis valstybės institucijomis ir asocijuotomis verslo struktūromis, teikti pasiūlymus Lietuvos Respublikos Vyriausybei dėl atstovavimo Lietuvos ekonominiams interesams užsienyje politikos strateginių krypčių	Užsienio reikalų ministerija, Ūkio ministerija	2009–2013 metai	–	–	–	–	–
	2.3. Siekiant, kad Lietuva būtų veikli, solidari ir atsakinga NATO narė, rengti valstybės institucijoms ir verslo bendruomenei kasmečius seminarus eksporto kontrolės ir tarptautinių sankcijų klausimais	Užsienio reikalų ministerija, Ūkio ministerija	2009–2013 metai	–	–	–	–	–
	2.4. Kartu su asocijuotomis verslo struktūromis organizuoti Lietuvos verslo forumus su kylančios ekonomikos šalimis	Užsienio reikalų ministerija, Ūkio ministerija	2009–2013 metai	–	60, valstybės biudžeto lėšos	60, valstybės biudžeto lėšos	60, valstybės biudžeto lėšos	60, valstybės biudžeto lėšos
	2.5. Teikti ūkio subjektams tarptautinio verslo plėtrai svarbią informaciją, šiuo tikslu organizuoti informacinius konsultacinius seminarus, konferencijas, leisti specializuotus leidinius, didžiausią dėmesį skirti informacijos apie potencialias užsienio rinkas pateikimui. Organizuoti katalogo „Lithuanian food exporters“ leidybą	Ūkio ministerija, Žemės ūkio ministerija	2009–2013 metai	50, valstybės biudžeto lėšos 30, valstybės biudžeto lėšos	100, valstybės biudžeto lėšos 50, valstybės biudžeto lėšos	100, valstybės biudžeto lėšos 50, valstybės biudžeto lėšos	120, valstybės biudžeto lėšos 50, valstybės biudžeto lėšos	120, valstybės biudžeto lėšos 50, valstybės biudžeto lėšos

Uždaviniai	Priemonės pavadinimas	Atsakingi vykdytojai	Įvykdymo terminas	Orientacinis lėšų poreikis ir finansavimo šaltiniai, tūkst. litų				
				2009 metai	2010 metai	2011 metai	2012 metai	2013 metai
	2.6. Teisės aktų nustatyta tvarka remti viešosios įstaigos Lietuvos ekonominės plėtros agentūros, verslo asocijuotų struktūrų bei įmonių užsienio rinkos tyrimų, metodinės medžiagos (eksporto vadyba, skverbimasis į kitas rinkas), duomenų bazių įsigijimą	Ūkio ministerija	2009–2013 metai	30, ES lėšos	120, ES lėšos	60, ES lėšos	60, ES lėšos	70, ES lėšos
	2.7. Iš dalies padengti ūkio subjektų dalyvavimo užsienio valstybėse organizuojamose parodose ir mugėse išlaidas ir verslo misijų organizavimo išlaidas. Organizuoti ūkio subjektų dalyvavimą šiuose su eksporto skatinimu susijusiuose renginiuose	Ūkio ministerija, Žemės ūkio ministerija	2009–2013 metai	1 175, valstybės biudžeto lėšos 800, ES lėšos 230, valstybės biudžeto lėšos	100, valstybės biudžeto lėšos 800, ES lėšos 300, valstybės biudžeto lėšos	500, valstybės biudžeto lėšos 800, ES lėšos 300, valstybės biudžeto lėšos	1 500, valstybės biudžeto lėšos 800, ES lėšos 300, valstybės biudžeto lėšos	2 500, valstybės biudžeto lėšos 800, ES lėšos 300, valstybės biudžeto lėšos
	2.8. Iš dalies padengti leidinių, teikiančių informaciją ir pristatančių Lietuvoje pagamintas prekes, teikiamas paslaugas, verslo galimybes ir sąlygas, leidybos išlaidas	Ūkio ministerija	2009–2013 metai	81, valstybės biudžeto lėšos	–	300, valstybės biudžeto lėšos	650, valstybės biudžeto lėšos	650, valstybės biudžeto lėšos
	2.9. Tobulinti ekonominį atstovavimą užsienyje, persvarstyti atstovavimo struktūrą ir tinkamą geografinį išsidėstymą	Užsienio reikalų ministerija, Ūkio ministerija	2009–2013 metai	–	–	–	–	–
	2.10. Kurti Lietuvos išeivių tinklą, padėsiantį sustiprinti atstovavimo Lietuvai užsienyje pozicijas			–	120, valstybės biudžeto lėšos	200, valstybės biudžeto lėšos	200, valstybės biudžeto lėšos	200, valstybės biudžeto lėšos

Uždaviniai	Priemonės pavadinimas	Atsakingi vykdytojai	Įvykdymo terminas	Orientacinis lėšų poreikis ir finansavimo šaltiniai, tūkst. litų				
				2009 metai	2010 metai	2011 metai	2012 metai	2013 metai
	2.11. Pertvarkyti Lietuvos Respublikos komercijos atašė, Lietuvos ekonominės plėtros agentūros ir turizmo informacinių centrų atstovavimo užsienyje sistemą, sukuriant naują ekonominio atstovavimo užsienyje modelį	Ūkio ministerija	2010 metų I ketvirtis	–	30, valstybės biudžeto lėšos	–	–	–
	2.12. Išplėsti ekonominį atstovavimą užsienyje pritraukiant privataus sektoriaus partnerius	Ūkio ministerija	2010–2013 metai	–	390, valstybės biudžeto lėšos	390, valstybės biudžeto lėšos	390, valstybės biudžeto lėšos	390, valstybės biudžeto lėšos
	2.13. Rengti kasmečius ekonomikos srityje dirbančių diplomatų, Lietuvos Respublikos komercijos atašė ir viešosios įstaigos Lietuvos ekonominės plėtros agentūros atstovų užsienyje susitikimus su Lietuvos verslo organizacijų ir įmonių atstovais. Atsižvelgiant į poreikius, Ūkio ministerijos ir Užsienio reikalų ministerijos sutarimu rengti bendrus ar kitokio formato susitikimus	Užsienio reikalų ministerija, Ūkio ministerija	2009–2013 metai	20, valstybės biudžeto lėšos –	80, valstybės biudžeto lėšos 35, valstybės biudžeto lėšos	80, valstybės biudžeto lėšos 35, valstybės biudžeto lėšos	75, valstybės biudžeto lėšos 30, valstybės biudžeto lėšos	75, valstybės biudžeto lėšos 30, valstybės biudžeto lėšos
	2.14. Siekiant tinkamai pristatyti šalies ekonomikos galimybes, veiksmingiau naudotis aukštų valstybės pareigūnų vizitais užsienyje, derinti ir koordinuoti oficialių ir lydinčiųjų verslo delegacijų darbotvarkes	Užsienio reikalų ministerija, Ūkio ministerija, Žemės ūkio ministerija	2009–2013 metai	–	–	–	–	–

Uždaviniai	Priemonės pavadinimas	Atsakingi vykdytojai	Įvykdymo terminas	Orientacinis lėšų poreikis ir finansavimo šaltiniai, tūkst. litų				
				2009 metai	2010 metai	2011 metai	2012 metai	2013 metai
	2.15. Rinkti informaciją apie užsienio šalių perkančiųjų organizacijų ir tarptautinių organizacijų skelbiamus viešuosius pirkimus, kuriuose galėtų dalyvauti Lietuvos suinteresuoti tiekėjai, ir apie šių viešųjų pirkimų vykdymo reglamentavimą; šią informaciją pateikti Ūkio ministerijos, Viešųjų pirkimų tarnybos prie Lietuvos Respublikos Vyriausybės ir viešosios įstaigos Lietuvos ekonominės plėtros agentūros interneto svetainėse	Ūkio ministerija, Viešųjų pirkimų tarnyba prie Lietuvos Respublikos Vyriausybės	2009–2013 metai	–	–	120, valstybės biudžeto lėšos	120, valstybės biudžeto lėšos	120, valstybės biudžeto lėšos
	2.16. Skelbti informaciją ir sudaryti palankias sąlygas įmonėms dalyvauti skelbiamuose NATO prekių ir paslaugų teikimo viešuosiuose konkursuose	Ūkio ministerija, Krašto apsaugos ministerija	2009 metai	–	–	–	–	–
3. Sukurti lietuviškos kilmės prekių ir paslaugų eksportui palankią aplinką	3.1. Parengti teisės aktų, reikalingų viešajai įsteigai „Eksportuojančioji Lietuva“ įsteigti, projektus ir skirti dalinį finansavimą	Ūkio ministerija, Užsienio reikalų ministerija	2009 metų III ketvirtis–2013 metai	50, valstybės biudžeto lėšos	1 000, valstybės biudžeto lėšos	1 700, valstybės biudžeto lėšos	3 500, valstybės biudžeto lėšos	3 500, valstybės biudžeto lėšos
	3.2. Parengti ir įgyvendinti pasirengimo stoti į Ekonominio bendradarbiavimo ir plėtros organizaciją deryboms veiksmų planą	Užsienio reikalų ministerija	2010 metų IV ketvirtis–2012 metai	–	–	–	–	–
	3.3. Tapti tarptautinio transporto koridoriaus TRACECA komisijos stebėtojais, aktyviai dalyvauti jos veikloje, susijusioje su alternatyviu transporto maršrutu Europa–Kaukazas–Azija kroviniams iš Azijos į Europą gabenti; pratęsti konteinerinio traukinio „Vikingas“ maršrutą iki Turkijos	Susisiekimo ministerija, Užsienio reikalų ministerija	2009–2013 metai	–	–	–	–	–

Uždaviniai	Priemonės pavadinimas	Atsakingi vykdytojai	Įvykdymo terminas	Orientacinis lėšų poreikis ir finansavimo šaltiniai, tūkst. litų				
				2009 metai	2010 metai	2011 metai	2012 metai	2013 metai
	3.4. Rengti Rytų–Vakarų transporto koridoriaus (EWTC) projekto partnerių aukšto lygio konsultacijas, kaip toliau plėtoti projektą, ir siekti, kad jį įgyvendinant dalyvautų Danijos, Švedijos ir Vokietijos partneriai, taip pat į jį būtų įtrauktos Rytų kaimyninės šalys (Baltarusija, Rusija, Kazachstanas ir kt.)	Susisiekimo ministerija, Užsienio reikalų ministerija	2009–2013 metai	–	–	–	–	–
	3.5. Panaudojant Europos Žuvininkystės fondo lėšas, skatinti puvų ir jų produktų rinkų plėtrą ir vartojimą	Žemės ūkio ministerija	2009–2013 metai	800, ES lėšos – 75 proc., valstybės biudžeto lėšos – 25 proc.	900, ES lėšos – 75 proc., valstybės biudžeto lėšos – 25 proc.	1 100, ES lėšos – 75 proc., valstybės biudžeto lėšos – 25 proc.	1 150, ES lėšos – 75 proc., valstybės biudžeto lėšos – 25 proc.	1 050, ES lėšos – 75 proc., valstybės biudžeto lėšos – 25 proc.
	3.6. Organizuoti išskirtinės kokybės ir tautinio paveldo produktų gamintojų dalyvavimą, jų gaminių populiarinimą bei pristatymą nacionalinėse ir tarptautinėse parodose ir mugėse, prekybos misijose, konferencijose, konkursuose. Finansuoti šias priemones	Žemės ūkio ministerija	2009–2013 metai	300, valstybės biudžeto lėšos 6, ES lėšos – 75 proc., valstybės biudžeto lėšos – 25 proc.	160, valstybės biudžeto lėšos 70, ES lėšos – 75 proc., valstybės biudžeto lėšos – 25 proc.	200, valstybės biudžeto lėšos 50, ES lėšos – 75 proc., valstybės biudžeto lėšos – 25 proc.	250, valstybės biudžeto lėšos 50, ES lėšos – 75 proc., valstybės biudžeto lėšos – 25 proc.	300, valstybės biudžeto lėšos 30, ES lėšos – 75 proc., valstybės biudžeto lėšos – 25 proc.
	3.7. Parengti Lietuvos kultūros ir meno sklaidos užsienio valstybėse koncepcijos projektą, numatant plėsti kultūros eksportą naudojant tiek Lietuvos Respublikos kultūros atašė, tiek kultūros ir meno projektų bendro prodiusavimo galimybes	Kultūros ministerija, Užsienio reikalų ministerija	2010 metų II ketvirtis	–	–	–	–	–

Uždaviniai	Priemonės pavadinimas	Atsakingi vykdytojai	Įvykdymo terminas	Orientacinis lėšų poreikis ir finansavimo šaltiniai, tūkst. litų				
				2009 metai	2010 metai	2011 metai	2012 metai	2013 metai
	3.8. Plėsti kultūros eksportą iš dalies finansuojant Lietuvos kultūros ir meno kūrinių bei produkcijos pristatymo specializuotuose renginiuose užsienyje projektus	Kultūros ministerija, Ūkio ministerija, Užsienio reikalų ministerija	2010–2013 metai	–	–	60, valstybės biudžeto lėšos	60, valstybės biudžeto lėšos	65, valstybės biudžeto lėšos
				–	–	20, valstybės biudžeto lėšos	20, valstybės biudžeto lėšos	20, valstybės biudžeto lėšos
				–	8, valstybės biudžeto lėšos	9, valstybės biudžeto lėšos	9, valstybės biudžeto lėšos	9, valstybės biudžeto lėšos
	3.9. Interneto svetainėje www.litfood.lt teikti naujausią informaciją apie užsienio valstybių žemės ūkio ir maisto produktų prekybos sąlygas, prekybos srautus, mugės ir parodas, kitas galimybes pasaulio rinkose. Atnaujinti Lietuvos žemės ūkio ir maisto produktų elektroninį eksporto katalogą „Virtualioji mugė“. Administruoti išskirtinės kokybės žemės ūkio ir maisto produktų interneto svetainę www.maistokokybe.lt	Žemės ūkio ministerija	2009–2013 metai	–	–	–	–	–
	3.10. Nuolat analizuoti žemės ūkio ir maisto produktų eksporto į trečiąsias šalis ir į ES bei produktų įvežimo iš ES ir importo iš trečiųjų šalių tendencijas	Žemės ūkio ministerija, Lietuvos agrarinės ekonomikos institutas	2009–2013 metai	70, valstybės biudžeto lėšos	60, valstybės biudžeto lėšos	60, valstybės biudžeto lėšos	60, valstybės biudžeto lėšos	60, valstybės biudžeto lėšos

Uždaviniai	Priemonės pavadinimas	Atsakingi vykdytojai	Įvykdymo terminas	Orientacinis lėšų poreikis ir finansavimo šaltiniai, tūkst. litų				
				2009 metai	2010 metai	2011 metai	2012 metai	2013 metai
	3.11. Plėtoti eksportuojančių įmonių, ypač mažų ir vidutinių, mokymo ir konsultavimo paslaugas, numatyti sistemingo įmonių konsultavimo prioritetinių ir potencialių rinkų sąlygų, teisiniais, logistikos ir kitais klausimais priemonių finansavimą, šiam tikslui sukurti atskirą priemonę, kuri būtų finansuojama ES struktūrinių fondų lėšomis (skiriant ne mažiau kaip 6 mln. litų)	Ūkio ministerija	2009–2013 metai	–	100, valstybės biudžeto lėšos 1 200, ES lėšos	75, valstybės biudžeto lėšos 1 500, ES lėšos	75, valstybės biudžeto lėšos 1 650, ES lėšos	50, valstybės biudžeto lėšos 1 650, ES lėšos
	3.12. Skatinti Lietuvos įmones aktyviau dalyvauti Lietuvoje ir užsienyje rengiamuose tarptautiniuose specializuotuose seminaruose, konferencijose ir kituose renginiuose eksporto į trečiąsias šalis ir į ES plėtos, verslo internacionalizavimo ir skverbimosi į kitas rinkas klausimais, iš dalies padengti dalyvavimo šiuose renginiuose išlaidas	Ūkio ministerija, Užsienio reikalų ministerija, Žemės ūkio ministerija,	2009–2013 metai	40, valstybės biudžeto lėšos	–	500, valstybės biudžeto lėšos	600, valstybės biudžeto lėšos	600, valstybės biudžeto lėšos
	3.13. Stiprinti eksporto prekių kokybės atitikties įvertinimo sistemos dalyvių – sertifikavimo įstaigų, bandymų ir kalibravimo laboratorijų, kontrolės įstaigų – techninę bazę, kelti jų darbuotojų kvalifikaciją	Ūkio ministerija, Aplinkos ministerija	2009–2013 metai	1 160, valstybės biudžeto lėšos	600, valstybės biudžeto lėšos	850, valstybės biudžeto lėšos	1 000, valstybės biudžeto lėšos	1 500, valstybės biudžeto lėšos
	3.14. Iš dalies padengti eksportuojamų į trečiąsias šalis ir išvežamų į ES prekių atitikties nustatytoms reikalavimams įvertinimo užsienyje išlaidas	Ūkio ministerija	2009–2013 metai	54, valstybės biudžeto lėšos	100, valstybės biudžeto lėšos	250, valstybės biudžeto lėšos	350, valstybės biudžeto lėšos	350, valstybės biudžeto lėšos

Uždaviniai	Priemonės pavadinimas	Atsakingi vykdytojai	Įvykdymo terminas	Orientacinis lėšų poreikis ir finansavimo šaltiniai, tūkst. litų				
				2009 metai	2010 metai	2011 metai	2012 metai	2013 metai
	3.15. Organizuoti geriausių metų eksportuotojų konkursus, iš dalies padengti konkursų rengimo išlaidas	Ūkio ministerija	2010–2013 metai	–	–	50, valstybės biudžeto lėšos	90, valstybės biudžeto lėšos	90, valstybės biudžeto lėšos
	3.16. Analizuoti galimą prekybos režimo su trečiosiomis šalimis pasikeitimo poveikį Lietuvos pramonei, žemės ūkiui ir verslui dėl naujų ES su trečiosiomis šalimis ar jų grupėmis sudaromų ekonominio bendradarbiavimo partnerystės ar laisvosios prekybos susitarimų. Teikti siūlymus Europos Komisijai derantis dėl naujų ES su trečiosiomis šalimis ar jų grupėmis ekonominio bendradarbiavimo, partnerystės ar laisvosios prekybos susitarimų sudarymo, siekiant palankesnių sąlygų Lietuvos įmonių eksportuojamiems produktams	Ūkio ministerija, Žemės ūkio ministerija, Užsienio reikalų ministerija	2009–2013 metai	–	–	–	–	–
	3.17. Teikti informaciją asocijuotoms pramonės ir verslo organizacijoms apie ES ir trečiųjų šalių priimtus sprendimus dėl prekybos apsaugos (antidempingo, kompensacinių, protekcinų) priemonių taikymo	Ūkio ministerija, Žemės ūkio ministerija, Užsienio reikalų ministerija	2009–2013 metai	–	–	–	–	–
	3.18. Sukurti specializuotą tarptautinės prekybos elektroninio mokymo programą	Ūkio ministerija	2009–2013 metai	150, valstybės biudžeto lėšos	35, valstybės biudžeto lėšos	35, valstybės biudžeto lėšos	35, valstybės biudžeto lėšos	35, valstybės biudžeto lėšos

Uždaviniai	Priemonės pavadinimas	Atsakingi vykdytojai	Įvykdymo terminas	Orientacinis lėšų poreikis ir finansavimo šaltiniai, tūkst. litų				
				2009 metai	2010 metai	2011 metai	2012 metai	2013 metai
	3.19. Organizuoti praktinius mokymus pradedantiems turizmo paslaugų eksportuotojams	Ūkio ministerija	2010–2013 metai	–	45, valstybės biudžeto lėšos	65, valstybės biudžeto lėšos 25, ES lėšos	65, valstybės biudžeto lėšos 25, ES lėšos	65, valstybės biudžeto lėšos 25, ES lėšos
	3.20. Parengti ir įgyvendinti eksportuotojų mokymo programą numatant aktyviuosius mokymus Lietuvoje ir užsienyje	Ūkio ministerija		500, ES lėšos	500, ES lėšos	500, ES lėšos	500, ES lėšos	500, ES lėšos
	3.21. Organizuoti mokymus, kaip Lietuvos eksportuotojams dalyvauti ES šalių skelbiamuose viešuosiuose pirkimuose	Ūkio ministerija	2009–2013 metai	–	75, valstybės biudžeto lėšos 350, ES lėšos	75, valstybės biudžeto lėšos 350, ES lėšos	60, valstybės biudžeto lėšos 350, ES lėšos	60, valstybės biudžeto lėšos 350, ES lėšos
	3.22. Skatinti Lietuvos įmonių ir jų prekės ženklų pristatymo užsienio rinkose iniciatyvas	Ūkio ministerija	2009–2013 metai	–	–	50, valstybės biudžeto lėšos	50, valstybės biudžeto lėšos	50, valstybės biudžeto lėšos

3 PRIEDAS

Respondentas	1) Ar teko girdėti apie ES paramą pagal Ekonomikos augimo veiksmų programos priemonę „Naujos galimybės“ ?	2) Ar naudojotės ES struktūrinių fondų Ekonomikos augimo veiksmų programos priemone „Naujos galimybės“?	3) Kiek metų praėjo nuo įgyvendinto Jūsų paskutinio projekto pagal ES struktūrinių fondų iš dalies finansuojamą priemonę „Naujos galimybės“ pradžios ?	4) Kokia Jūsų įgyvendinto projekto „Naujos galimybės“ vertė litais be PVM ?	5) Kiek procentų projekto Naujos galimybės vertės finansavote savo lėšomis?	6) Kiek litų padidėjo Jūsų gaunamos pajamos iš eksporto, įgyvendinus ES paramos priemonę „Naujos galimybės“?
1	Taip	Taip, naudojomės	3	105 934	61-70	93 475
2	Taip	Taip, ne vieną kartą	baigiamas įgyvendinti	145 673	31-40	75 891
3	Taip	Taip, naudojomės	mažiau nei 1	265 789	61-70	103 478
4	Taip	Taip, naudojomės	3	355 221	51-60	124 592
5	Taip	Taip, naudojomės	mažiau nei 1	234 782	61-70	98 465
6	Taip	Taip, ne vieną kartą	1	334 582	61-70	265 489
7	Taip	Taip, naudojomės	mažiau nei 1	298 875	51-60	65 896
8	Taip	Taip, naudojomės	1	351 287	41-50	109 293
9	Taip	Taip, naudojomės	3	570 000	31-40	274 936
10	Taip	Taip, naudojomės	3	150 023	41-50	115 498
11	Taip	Taip, naudojomės	2	195 789	41-50	105 498
12	Taip	Taip, naudojomės	2	376 449	41-50	94 598
13	Taip	Taip, naudojomės	3	289 668	41-50	95 045
14	Taip	Taip, naudojomės	3	198 654	41-50	63 989
15	Taip	Taip, naudojomės	3	200 000	41-50	48 394
16	Taip	Taip, naudojomės	3	148 234	41-50	53 958
17	Taip	Taip, naudojomės	1	638 000	41-50	148 398
18	Taip	Taip, naudojomės	1	87 487	41-50	79 471
19	Taip	Taip, naudojomės	3	274 583	41-50	112 382
20	Taip	Taip, naudojomės	3	151 267	41-50	152 337
21	Taip	Taip, naudojomės	mažiau nei 1	205 754	41-50	45 233
22	Taip	Taip, naudojomės	3	574 196,00	31-40	495 488
23	Taip	Taip, naudojomės	2,5 metų	175 697	41-50	123 384
24	Taip	Taip, naudojomės	3	150 000	41-50	63 498
25	Taip	Taip, naudojomės	2	309 582	41-50	209 826
26	Taip	Taip, naudojomės	3	320 652	31-40	203 771
27	Taip	Taip, naudojomės	4	375 845	41-50	332 495
28	Taip	Taip, naudojomės	1	76 599	31-40	19 043
29	Taip	Taip, naudojomės	2	265 287	41-50	83 049
30	Taip	Taip, naudojomės	2	98 556	31-40	58 394

Respondentas	1) Ar teko girdėti apie ES paramą pagal Ekonomikos augimo veiksmų programos priemonę „Naujos galimybės“ ?	2) Ar naudojotės ES struktūrinių fondų Ekonomikos augimo veiksmų programos priemone „Naujos galimybės“?	3) Kiek metų praėjo nuo įgyvendinto Jūsų paskutinio projekto pagal ES struktūrinių fondų iš dalies finansuojamą priemonę „Naujos galimybės“ pradžios ?	4) Kokia Jūsų įgyvendinto projekto „Naujos galimybės“ vertė litais be PVM ?	5) Kiek procentų projekto Naujos galimybės vertės finansavote savo lėšomis?	6) Kiek litų padidėjo Jūsų gaunamos pajamos iš eksporto, įgyvendinus ES paramos priemonę „Naujos galimybės“?
31	Taip	Taip, naudojomės	2	243 557	31-40	109 498
32	Taip	Taip, naudojomės	4	297 452	iki 30	194 387
33	Taip	Taip, naudojomės	4	243 765	iki 30	245 003
34	Taip	Taip, naudojomės	1	72 384	iki 30	24 387
35	Taip	Taip, naudojomės	1	226 495	61-70	187 392
36	Taip	Taip, naudojomės	2	175 473	41-50	73 922
37	Taip	Taip, naudojomės	3	232 591	51-60	83 124
38	Taip	Taip, naudojomės	2	377 421	31-40	129 302
39	Taip	Taip, naudojomės	1	251 392	41-50	39 436
40	Taip	Taip, naudojomės	4	357 698	31-40	492 301
41	Taip	Taip, naudojomės	2	1 056 347	61-70	59 976
42	Taip	Taip, naudojomės	1	53 451	51-60	47 539
43	Taip	Taip, naudojomės	3	98 271	51-60	79 034
44	Taip	Taip, naudojomės	2	234 491	51-60	173 998
45	Taip	Taip, naudojomės	2	263 845	61-70	173 822
46	Taip	Taip, naudojomės	1	77 493	51-60	36 287
47	Taip	Taip, naudojomės	mažiau nei 1	95 743	31-40	23 475
48	Taip	Taip, naudojomės	2	276 223	iki 30	164 002
49	Taip	Taip, naudojomės	3	153 622	51-60	130 474
50	Taip	Taip, ne vieną kartą	3	127 593	51-60	154 790
51	Taip	Taip, ne vieną kartą	3	101 593	61-70	99 756
52	Taip	Taip, naudojomės	3	376 594	51-60	258 375
53	Taip	Taip, naudojomės	1	57 384	51-60	38 532
54	Taip	Taip, naudojomės	3	398 547	51-60	284 375
55	Taip	Taip, naudojomės	4	196 499	iki 30	227 421
56	Taip	Taip, naudojomės	3	94 578	51-60	73 473
57	Taip	Taip, naudojomės	1	223 475	61-70	94 586
58	Taip	Taip, naudojomės	3	121 637	51-60	105 487
59	Taip	Taip, naudojomės	3	113 209	41-50	93 029
60	Taip	Taip, naudojomės	3	246 529	51-60	187 485

Respondentas	1) Ar teko girdėti apie ES paramą pagal Ekonomikos augimo veiksmų programos priemonę „Naujos galimybės“ ?	2) Ar naudojotės ES struktūrinių fondų Ekonomikos augimo veiksmų programos priemone “Naujos galimybės”?	3) Kiek metų praėjo nuo įgyvendinto Jūsų paskutinio projekto pagal ES struktūrinių fondų iš dalies finansuojamą priemonę “Naujos galimybės” pradžios ?	4) Kokia Jūsų įgyvendinto projekto “Naujos galimybės” vertė litais be PVM ?	5) Kiek procentų projekto Naujos galimybės vertės finansavote savo lėšomis?	6) Kiek litų padidėjo Jūsų gaunamos pajamos iš eksporto, įgyvendinus ES paramos priemonę “Naujos galimybės“?
61	Taip	Taip, naudojomės	4	237 384	61-70	309 487
62	Taip	Taip, naudojomės	1	152 382	51-60	60 495
63	Taip	Taip, naudojomės	1	147 439	41-50	94 857
64	Taip	Taip, naudojomės	3	98 765	51-60	74 582
65	Taip	Taip, naudojomės	3	255 211	61-70	302 559
66	Taip	Taip, naudojomės	3	144 778	61-70	89 374
67	Taip	Taip, naudojomės	1	73 498	61-70	43 487
68	Taip	Taip, naudojomės	3	410 984	61-70	433 451
69	Taip	Taip, naudojomės	1	75 495	61-70	58 399
70	Taip	Taip, naudojomės	1	137 392	51-60	94 588
71	Taip	Taip, naudojomės	1	103 482	51-60	50 394
72	Taip	Taip, naudojomės	1	74 387	41-50	47 392
73	Taip	Taip, naudojomės	1	84 598	51-60	48 377
74	Taip	Taip, naudojomės	3	153 349	41-50	69 388
75	Taip	Taip, naudojomės	1	73 498	31-40	42 938
76	Taip	Taip, naudojomės	1	93 488	41-50	47 399
77	Taip	Taip, naudojomės	1,5	345 768	61-70	102 379
78	Taip	Taip, naudojomės	mažiau nei 1	89 588	61-70	17 483
79	Taip	Taip, naudojomės	1	27 498	iki 30	27 231
80	Taip	Taip, naudojomės	1	59 493	41-50	39 499
81	Taip	Taip, naudojomės	1	101 398	61-70	64 598
82	Taip	Taip, naudojomės	2	147 587	51-60	123 265
83	Taip	Taip, naudojomės	2	152 389	iki 30	105 498
84	Taip	Taip, naudojomės	3	199 391	iki 30	94 582
85	Taip	Taip, naudojomės	3	578 327,61	61-70	398 286
86	Taip	Taip, naudojomės	3	367 815	71 ir daugiau	183 499
87	Taip	Taip, naudojomės	2	174 398	iki 30	75 498
88	Taip	Taip, naudojomės	2	108 390	iki 30	83 723
89	Taip	Taip, naudojomės	3	223 687	41-50	231 733
90	Taip	Taip, naudojomės	3	354 722	61-70	274 398

Respondentas	1) Ar teko girdėti apie ES paramą pagal Ekonomikos augimo veiksmų programos priemonę „Naujos galimybės“ ?	2) Ar naudojotės ES struktūrinių fondų Ekonomikos augimo veiksmų programos priemone “Naujos galimybės”?	3) Kiek metų praėjo nuo įgyvendinto Jūsų paskutinio projekto pagal ES struktūrinių fondų iš dalies finansuojamą priemonę “Naujos galimybės” pradžios ?	4) Kokia Jūsų įgyvendinto projekto “Naujos galimybės” vertė litais be PVM ?	5) Kiek procentų projekto Naujos galimybės vertės finansavote savo lėšomis?	6) Kiek litų padidėjo Jūsų gaunamos pajamos iš eksporto, įgyvendinus ES paramos priemonę “Naujos galimybės“?
91	Taip	Taip, naudojomės	3	276 499	iki 30	209 476
92	Taip	Taip, naudojomės	3	152 388	41-50	165 498
93	Taip	Taip, naudojomės	3	410 354	61-70	289 470
94	Taip	Taip, naudojomės	3	690 550	61-70	387 298
95	Taip	Taip, naudojomės	3	512 676,5	71 ir daugiau	312 762
96	Taip	Taip, naudojomės	3	618 986,2	41-50	399 481
97	Taip	Taip, naudojomės	3	251 334	71 ir daugiau	97 387
98	Taip	Taip, naudojomės	3	656 724	71 ir daugiau	479 298
99	Taip	Taip, naudojomės	3	342 184	iki 30	289 394
100	Taip	Taip, naudojomės	3	457 592,58	61-70	375 487
101	Taip	Taip, naudojomės	3	298 756	51-60	126 339
102	Taip	Taip, naudojomės	3	689 874	71 ir daugiau	398 476
103	Taip	Taip, naudojomės	3	353 177	71 ir daugiau	174 387
104	Taip	Taip, naudojomės	3	690 560	71 ir daugiau	402 214
105	Taip	Taip, naudojomės	1	479 304	71 ir daugiau	99 581
106	Taip	Taip, naudojomės	3	689 497,52	61-70	309 457
107	Taip	Taip, naudojomės	3	690 560	71 ir daugiau	326 374
108	Taip	Taip, naudojomės	3	407 602	31-40	318 255

Respondentas	7) Įsigijote rinkų tyrimus (Pasinaudoję ES struktūrinės paramos Ekonomikos augimo veiksmų programos 2 prioriteto „Verslo produktyvumo didinimas ir aplinkos verslui gerinimas“ priemone Naujos galimybės , įgyvendinote šias priemones:)	7) Parengėte įmonės eksporto plėtros strategiją (Pasinaudoję ES struktūrinės paramos Ekonomikos augimo veiksmų programos 2 prioriteto „Verslo produktyvumo didinimas ir aplinkos verslui gerinimas“ priemone Naujos galimybės , įgyvendinote šias priemones:)	7) Dalyvavote tarptautinėse parodose (Pasinaudoję ES struktūrinės paramos Ekonomikos augimo veiksmų programos 2 prioriteto „Verslo produktyvumo didinimas ir aplinkos verslui gerinimas“ priemone Naujos galimybės , įgyvendinote šias priemones:)	7) Užmezgėte naujus bendradarbiavimo ryšius (Pasinaudoję ES struktūrinės paramos Ekonomikos augimo veiksmų programos 2 prioriteto „Verslo produktyvumo didinimas ir aplinkos verslui gerinimas“ priemone Naujos galimybės , įgyvendinote šias priemones:)
1			Dalyvavote tarptautinėse parodose	
2			Dalyvavote tarptautinėse parodose	
3			Dalyvavote tarptautinėse parodose	
4			Dalyvavote tarptautinėse parodose	Užmezgėte naujus bendradarbiavimo ryšius
5			Dalyvavote tarptautinėse parodose	
6			Dalyvavote tarptautinėse parodose	
7			Dalyvavote tarptautinėse parodose	Užmezgėte naujus bendradarbiavimo ryšius
8			Dalyvavote tarptautinėse parodose	Užmezgėte naujus bendradarbiavimo ryšius
9		Parengėte įmonės eksporto plėtros strategiją	Dalyvavote tarptautinėse parodose	
10			Dalyvavote tarptautinėse parodose	
11	Įsigijote rinkų tyrimus		Dalyvavote tarptautinėse parodose	
12	Įsigijote rinkų tyrimus	Parengėte įmonės eksporto plėtros strategiją	Dalyvavote tarptautinėse parodose	Užmezgėte naujus bendradarbiavimo ryšius
13	Įsigijote rinkų tyrimus	Parengėte įmonės eksporto plėtros strategiją	Dalyvavote tarptautinėse parodose	
14			Dalyvavote tarptautinėse parodose	Užmezgėte naujus bendradarbiavimo ryšius
15	Įsigijote rinkų tyrimus	Parengėte įmonės eksporto plėtros strategiją	Dalyvavote tarptautinėse parodose	
16	Įsigijote rinkų tyrimus	Parengėte įmonės eksporto plėtros strategiją	Dalyvavote tarptautinėse parodose	Užmezgėte naujus bendradarbiavimo ryšius
17	Įsigijote rinkų tyrimus	Parengėte įmonės eksporto plėtros strategiją	Dalyvavote tarptautinėse parodose	Užmezgėte naujus bendradarbiavimo ryšius
18			Dalyvavote tarptautinėse parodose	
19			Dalyvavote tarptautinėse parodose	Užmezgėte naujus bendradarbiavimo ryšius
20	Įsigijote rinkų tyrimus	Parengėte įmonės eksporto plėtros strategiją	Dalyvavote tarptautinėse parodose	Užmezgėte naujus bendradarbiavimo ryšius
21			Dalyvavote tarptautinėse parodose	Užmezgėte naujus bendradarbiavimo ryšius
22	Įsigijote rinkų tyrimus	Parengėte įmonės eksporto plėtros strategiją	Dalyvavote tarptautinėse parodose	Užmezgėte naujus bendradarbiavimo ryšius
23	Įsigijote rinkų tyrimus	Parengėte įmonės eksporto plėtros strategiją	Dalyvavote tarptautinėse parodose	
24	Įsigijote rinkų tyrimus		Dalyvavote tarptautinėse parodose	
25	Įsigijote rinkų tyrimus		Dalyvavote tarptautinėse parodose	
26	Įsigijote rinkų tyrimus	Parengėte įmonės eksporto plėtros strategiją	Dalyvavote tarptautinėse parodose	
27	Įsigijote rinkų tyrimus		Dalyvavote tarptautinėse parodose	
28			Dalyvavote tarptautinėse parodose	
29	Įsigijote rinkų tyrimus	Parengėte įmonės eksporto plėtros strategiją	Dalyvavote tarptautinėse parodose	Užmezgėte naujus bendradarbiavimo ryšius
30	Įsigijote rinkų tyrimus	Parengėte įmonės eksporto plėtros strategiją	Dalyvavote tarptautinėse parodose	Užmezgėte naujus bendradarbiavimo ryšius
31	Įsigijote rinkų tyrimus		Dalyvavote tarptautinėse parodose	Užmezgėte naujus bendradarbiavimo ryšius
32	Įsigijote rinkų tyrimus	Parengėte įmonės eksporto plėtros strategiją	Dalyvavote tarptautinėse parodose	Užmezgėte naujus bendradarbiavimo ryšius

Respondentas	7) Įsigijote rinkų tyrimus (Pasinaudoję ES struktūrinės paramos Ekonomikos augimo veiksmų programos 2 prioriteto „Verslo produktyvumo didinimas ir aplinkos verslui gerinimas“ priemone Naujos galimybės , įgyvendinote šias priemones:)	7) Parengėte įmonės eksporto plėtros strategiją (Pasinaudoję ES struktūrinės paramos Ekonomikos augimo veiksmų programos 2 prioriteto „Verslo produktyvumo didinimas ir aplinkos verslui gerinimas“ priemone Naujos galimybės , įgyvendinote šias priemones:)	7) Dalyvavote tarptautinėse parodose (Pasinaudoję ES struktūrinės paramos Ekonomikos augimo veiksmų programos 2 prioriteto „Verslo produktyvumo didinimas ir aplinkos verslui gerinimas“ priemone Naujos galimybės , įgyvendinote šias priemones:)	7) Užmezgėte naujus bendradarbiavimo ryšius (Pasinaudoję ES struktūrinės paramos Ekonomikos augimo veiksmų programos 2 prioriteto „Verslo produktyvumo didinimas ir aplinkos verslui gerinimas“ priemone Naujos galimybės , įgyvendinote šias priemones:)
33			Dalyvavote tarptautinėse parodose	Užmezgėte naujus bendradarbiavimo ryšius
34			Dalyvavote tarptautinėse parodose	Užmezgėte naujus bendradarbiavimo ryšius
35			Dalyvavote tarptautinėse parodose	Užmezgėte naujus bendradarbiavimo ryšius
36	Įsigijote rinkų tyrimus	Parengėte įmonės eksporto plėtros strategiją	Dalyvavote tarptautinėse parodose	
37			Dalyvavote tarptautinėse parodose	Užmezgėte naujus bendradarbiavimo ryšius
38			Dalyvavote tarptautinėse parodose	Užmezgėte naujus bendradarbiavimo ryšius
39			Dalyvavote tarptautinėse parodose	
40	Įsigijote rinkų tyrimus	Parengėte įmonės eksporto plėtros strategiją	Dalyvavote tarptautinėse parodose	Užmezgėte naujus bendradarbiavimo ryšius
41	Įsigijote rinkų tyrimus	Parengėte įmonės eksporto plėtros strategiją	Dalyvavote tarptautinėse parodose	Užmezgėte naujus bendradarbiavimo ryšius
42	Įsigijote rinkų tyrimus		Dalyvavote tarptautinėse parodose	Užmezgėte naujus bendradarbiavimo ryšius
43			Dalyvavote tarptautinėse parodose	
44		Parengėte įmonės eksporto plėtros strategiją	Dalyvavote tarptautinėse parodose	Užmezgėte naujus bendradarbiavimo ryšius
45			Dalyvavote tarptautinėse parodose	Užmezgėte naujus bendradarbiavimo ryšius
46			Dalyvavote tarptautinėse parodose	Užmezgėte naujus bendradarbiavimo ryšius
47			Dalyvavote tarptautinėse parodose	
48		Parengėte įmonės eksporto plėtros strategiją	Dalyvavote tarptautinėse parodose	
49			Dalyvavote tarptautinėse parodose	Užmezgėte naujus bendradarbiavimo ryšius
50	Įsigijote rinkų tyrimus	Parengėte įmonės eksporto plėtros strategiją	Dalyvavote tarptautinėse parodose	Užmezgėte naujus bendradarbiavimo ryšius
51			Dalyvavote tarptautinėse parodose	Užmezgėte naujus bendradarbiavimo ryšius
52	Įsigijote rinkų tyrimus	Parengėte įmonės eksporto plėtros strategiją	Dalyvavote tarptautinėse parodose	Užmezgėte naujus bendradarbiavimo ryšius
53			Dalyvavote tarptautinėse parodose	Užmezgėte naujus bendradarbiavimo ryšius
54			Dalyvavote tarptautinėse parodose	Užmezgėte naujus bendradarbiavimo ryšius
55	Įsigijote rinkų tyrimus	Parengėte įmonės eksporto plėtros strategiją	Dalyvavote tarptautinėse parodose	Užmezgėte naujus bendradarbiavimo ryšius
56	Įsigijote rinkų tyrimus	Parengėte įmonės eksporto plėtros strategiją	Dalyvavote tarptautinėse parodose	Užmezgėte naujus bendradarbiavimo ryšius
57			Dalyvavote tarptautinėse parodose	Užmezgėte naujus bendradarbiavimo ryšius
58			Dalyvavote tarptautinėse parodose	Užmezgėte naujus bendradarbiavimo ryšius
59	Įsigijote rinkų tyrimus		Dalyvavote tarptautinėse parodose	Užmezgėte naujus bendradarbiavimo ryšius
60			Dalyvavote tarptautinėse parodose	Užmezgėte naujus bendradarbiavimo ryšius
61			Dalyvavote tarptautinėse parodose	Užmezgėte naujus bendradarbiavimo ryšius
62			Dalyvavote tarptautinėse parodose	Užmezgėte naujus bendradarbiavimo ryšius
63			Dalyvavote tarptautinėse parodose	
64			Dalyvavote tarptautinėse parodose	Užmezgėte naujus bendradarbiavimo ryšius
65	Įsigijote rinkų tyrimus	Parengėte įmonės eksporto plėtros strategiją	Dalyvavote tarptautinėse parodose	Užmezgėte naujus bendradarbiavimo ryšius
66			Dalyvavote tarptautinėse parodose	Užmezgėte naujus bendradarbiavimo ryšius

Respondentas	7) Įsigijote rinkų tyrimus (Pasinaudoję ES struktūrinės paramos Ekonomikos augimo veiksmų programos 2 prioriteto „Verslo produktyvumo didinimas ir aplinkos verslui gerinimas“ priemone Naujos galimybės , įgyvendinote šias priemones:)	7) Parengėte įmonės eksporto plėtros strategiją (Pasinaudoję ES struktūrinės paramos Ekonomikos augimo veiksmų programos 2 prioriteto „Verslo produktyvumo didinimas ir aplinkos verslui gerinimas“ priemone Naujos galimybės , įgyvendinote šias priemones:)	7) Dalyvavote tarptautinėse parodose (Pasinaudoję ES struktūrinės paramos Ekonomikos augimo veiksmų programos 2 prioriteto „Verslo produktyvumo didinimas ir aplinkos verslui gerinimas“ priemone Naujos galimybės , įgyvendinote šias priemones:)	7) Užmezgėte naujus bendradarbiavimo ryšius (Pasinaudoję ES struktūrinės paramos Ekonomikos augimo veiksmų programos 2 prioriteto „Verslo produktyvumo didinimas ir aplinkos verslui gerinimas“ priemone Naujos galimybės , įgyvendinote šias priemones:)
67			Dalyvavote tarptautinėse parodose	Užmezgėte naujus bendradarbiavimo ryšius
68			Dalyvavote tarptautinėse parodose	Užmezgėte naujus bendradarbiavimo ryšius
69			Dalyvavote tarptautinėse parodose	Užmezgėte naujus bendradarbiavimo ryšius
70			Dalyvavote tarptautinėse parodose	Užmezgėte naujus bendradarbiavimo ryšius
71			Dalyvavote tarptautinėse parodose	Užmezgėte naujus bendradarbiavimo ryšius
72			Dalyvavote tarptautinėse parodose	
73			Dalyvavote tarptautinėse parodose	
74			Dalyvavote tarptautinėse parodose	Užmezgėte naujus bendradarbiavimo ryšius
75			Dalyvavote tarptautinėse parodose	
76			Dalyvavote tarptautinėse parodose	Užmezgėte naujus bendradarbiavimo ryšius
77			Dalyvavote tarptautinėse parodose	Užmezgėte naujus bendradarbiavimo ryšius
78			Dalyvavote tarptautinėse parodose	
79			Dalyvavote tarptautinėse parodose	Užmezgėte naujus bendradarbiavimo ryšius
80			Dalyvavote tarptautinėse parodose	Užmezgėte naujus bendradarbiavimo ryšius
81			Dalyvavote tarptautinėse parodose	Užmezgėte naujus bendradarbiavimo ryšius
82	Įsigijote rinkų tyrimus	Parengėte įmonės eksporto plėtros strategiją	Dalyvavote tarptautinėse parodose	Užmezgėte naujus bendradarbiavimo ryšius
83	Įsigijote rinkų tyrimus	Parengėte įmonės eksporto plėtros strategiją	Dalyvavote tarptautinėse parodose	Užmezgėte naujus bendradarbiavimo ryšius
84	Įsigijote rinkų tyrimus	Parengėte įmonės eksporto plėtros strategiją	Dalyvavote tarptautinėse parodose	Užmezgėte naujus bendradarbiavimo ryšius
85	Įsigijote rinkų tyrimus	Parengėte įmonės eksporto plėtros strategiją	Dalyvavote tarptautinėse parodose	Užmezgėte naujus bendradarbiavimo ryšius
86	Įsigijote rinkų tyrimus		Dalyvavote tarptautinėse parodose	Užmezgėte naujus bendradarbiavimo ryšius
87	Įsigijote rinkų tyrimus	Parengėte įmonės eksporto plėtros strategiją	Dalyvavote tarptautinėse parodose	Užmezgėte naujus bendradarbiavimo ryšius
88	Įsigijote rinkų tyrimus	Parengėte įmonės eksporto plėtros strategiją	Dalyvavote tarptautinėse parodose	Užmezgėte naujus bendradarbiavimo ryšius
89	Įsigijote rinkų tyrimus		Dalyvavote tarptautinėse parodose	Užmezgėte naujus bendradarbiavimo ryšius
90	Įsigijote rinkų tyrimus	Parengėte įmonės eksporto plėtros strategiją	Dalyvavote tarptautinėse parodose	Užmezgėte naujus bendradarbiavimo ryšius
91	Įsigijote rinkų tyrimus		Dalyvavote tarptautinėse parodose	Užmezgėte naujus bendradarbiavimo ryšius
92	Įsigijote rinkų tyrimus		Dalyvavote tarptautinėse parodose	Užmezgėte naujus bendradarbiavimo ryšius
93	Įsigijote rinkų tyrimus	Parengėte įmonės eksporto plėtros strategiją	Dalyvavote tarptautinėse parodose	Užmezgėte naujus bendradarbiavimo ryšius
94	Įsigijote rinkų tyrimus	Parengėte įmonės eksporto plėtros strategiją	Dalyvavote tarptautinėse parodose	Užmezgėte naujus bendradarbiavimo ryšius
95		Parengėte įmonės eksporto plėtros strategiją	Dalyvavote tarptautinėse parodose	Užmezgėte naujus bendradarbiavimo ryšius
96	Įsigijote rinkų tyrimus	Parengėte įmonės eksporto plėtros strategiją	Dalyvavote tarptautinėse parodose	Užmezgėte naujus bendradarbiavimo ryšius
97	Įsigijote rinkų tyrimus	Parengėte įmonės eksporto plėtros strategiją	Dalyvavote tarptautinėse parodose	Užmezgėte naujus bendradarbiavimo ryšius
98	Įsigijote rinkų tyrimus	Parengėte įmonės eksporto plėtros strategiją	Dalyvavote tarptautinėse parodose	Užmezgėte naujus bendradarbiavimo ryšius
99			Dalyvavote tarptautinėse parodose	Užmezgėte naujus bendradarbiavimo ryšius
100	Įsigijote rinkų tyrimus		Dalyvavote tarptautinėse parodose	

Respondentas	7) Įsigijote rinkų tyrimus (Pasinaudoję ES struktūrinės paramos Ekonomikos augimo veiksmų programos 2 prioriteto „Verslo produktyvumo didinimas ir aplinkos verslui gerinimas“ priemone Naujos galimybės , įgyvendinote šias priemones:)	7) Parengėte įmonės eksporto plėtros strategiją (Pasinaudoję ES struktūrinės paramos Ekonomikos augimo veiksmų programos 2 prioriteto „Verslo produktyvumo didinimas ir aplinkos verslui gerinimas“ priemone Naujos galimybės , įgyvendinote šias priemones:)	7) Dalyvavote tarptautinėse parodose (Pasinaudoję ES struktūrinės paramos Ekonomikos augimo veiksmų programos 2 prioriteto „Verslo produktyvumo didinimas ir aplinkos verslui gerinimas“ priemone Naujos galimybės , įgyvendinote šias priemones:)	7) Užmezgėte naujus bendradarbiavimo ryšius (Pasinaudoję ES struktūrinės paramos Ekonomikos augimo veiksmų programos 2 prioriteto „Verslo produktyvumo didinimas ir aplinkos verslui gerinimas“ priemone Naujos galimybės , įgyvendinote šias priemones:)
101			Dalyvavote tarptautinėse parodose	Užmezgėte naujus bendradarbiavimo ryšius
102	Įsigijote rinkų tyrimus		Dalyvavote tarptautinėse parodose	Užmezgėte naujus bendradarbiavimo ryšius
103		Parengėte įmonės eksporto plėtros strategiją		
104	Įsigijote rinkų tyrimus		Dalyvavote tarptautinėse parodose	
105	Įsigijote rinkų tyrimus		Dalyvavote tarptautinėse parodose	
106	Įsigijote rinkų tyrimus		Dalyvavote tarptautinėse parodose	Užmezgėte naujus bendradarbiavimo ryšius
107	Įsigijote rinkų tyrimus	Parengėte įmonės eksporto plėtros strategiją	Dalyvavote tarptautinėse parodose	Užmezgėte naujus bendradarbiavimo ryšius
108	Įsigijote rinkų tyrimus		Dalyvavote tarptautinėse parodose	Užmezgėte naujus bendradarbiavimo ryšius
Respondentas	7) Užmezgėte naujus bendradarbiavimo ryšius (Pasinaudoję ES struktūrinės paramos Ekonomikos augimo veiksmų programos 2 prioriteto „Verslo produktyvumo didinimas ir aplinkos verslui gerinimas“ priemone Naujos galimybės , įgyvendinote šias priemones:)	7) Pradėjote derybas su naujais potencialiais eksporto užsakovais (Pasinaudoję ES struktūrinės paramos Ekonomikos augimo veiksmų programos 2 prioriteto „Verslo produktyvumo didinimas ir aplinkos verslui gerinimas“ priemone Naujos galimybės , įgyvendinote šias priemones:)	7) Praplėtėte eksporto galimybes (Pasinaudoję ES struktūrinės paramos Ekonomikos augimo veiksmų programos 2 prioriteto „Verslo produktyvumo didinimas ir aplinkos verslui gerinimas“ priemone Naujos galimybės , įgyvendinote šias priemones:)	7) Kita (Pasinaudoję ES struktūrinės paramos Ekonomikos augimo veiksmų programos 2 prioriteto „Verslo produktyvumo didinimas ir aplinkos verslui gerinimas“ priemone Naujos galimybės , įgyvendinote šias priemones:)
1				
2				
3		Pradėjote derybas su naujais potencialiais eksporto užsakovais		
4	Užmezgėte naujus bendradarbiavimo ryšius			
5				
6				
7	Užmezgėte naujus bendradarbiavimo ryšius			
8	Užmezgėte naujus bendradarbiavimo ryšius			
9			Praplėtėte eksporto galimybes	
10		Pradėjote derybas su naujais potencialiais eksporto užsakovais	Praplėtėte eksporto galimybes	
11				Lėšas skyrėme rinkodarai

Respondentas	7) Užmezgėte naujus bendradarbiavimo ryšius (Pasinaudoję ES struktūrinės paramos Ekonomikos augimo veiksmų programos 2 prioriteto „Verslo produktyvumo didinimas ir aplinkos verslui gerinimas“ priemone Naujos galimybės , įgyvendinote šias priemones:)	7) Pradėjote derybas su naujais potencialiais eksporto užsakovais (Pasinaudoję ES struktūrinės paramos Ekonomikos augimo veiksmų programos 2 prioriteto „Verslo produktyvumo didinimas ir aplinkos verslui gerinimas“ priemone Naujos galimybės , įgyvendinote šias priemones:)	7) Praplėtėte eksporto galimybes (Pasinaudoję ES struktūrinės paramos Ekonomikos augimo veiksmų programos 2 prioriteto „Verslo produktyvumo didinimas ir aplinkos verslui gerinimas“ priemone Naujos galimybės , įgyvendinote šias priemones:)	7) Kita (Pasinaudoję ES struktūrinės paramos Ekonomikos augimo veiksmų programos 2 prioriteto „Verslo produktyvumo didinimas ir aplinkos verslui gerinimas“ priemone Naujos galimybės , įgyvendinote šias priemones:)
12	Užmezgėte naujus bendradarbiavimo ryšius			Atlikome vartotojų elgsenos tyrimus bei konkurentų analizę
13				Pagaminome ir išdalinome parodose ir potencialiems partneriams 25000 vnt. bukletų ir 10000 vnt. katalogų, suvenyrų su įmonės atributika, sukūrėme 4 videoklipus
14	Užmezgėte naujus bendradarbiavimo ryšius	Pradėjote derybas su naujais potencialiais eksporto užsakovais	Praplėtėte eksporto galimybes	
15				
16	Užmezgėte naujus bendradarbiavimo ryšius			
17	Užmezgėte naujus bendradarbiavimo ryšius			buvo parengtos atitinkamos rinkodaros priemonės, kurios leido padidinti prekės ženklo žinomumą
18				Išdalinome lankstinukus apie įmonę
19	Užmezgėte naujus bendradarbiavimo ryšius	Pradėjote derybas su naujais potencialiais eksporto užsakovais	Praplėtėte eksporto galimybes	
20	Užmezgėte naujus bendradarbiavimo ryšius			Sukūrėme užsienio rinkoms pritaikytą internetinę svetainę
21	Užmezgėte naujus bendradarbiavimo ryšius		Praplėtėte eksporto galimybes	
22	Užmezgėte naujus bendradarbiavimo ryšius	Pradėjote derybas su naujais potencialiais eksporto užsakovais	Praplėtėte eksporto galimybes	
23			Praplėtėte eksporto galimybes	Buvo sukurta į eksporto rinkas orientuota įmonės interneto svetainė
24				
25				Sukurtas interneto puslapis
26				
27			Praplėtėte eksporto galimybes	
28			Praplėtėte eksporto galimybes	
29	Užmezgėte naujus bendradarbiavimo ryšius		Praplėtėte eksporto galimybes	
30	Užmezgėte naujus bendradarbiavimo ryšius			
31	Užmezgėte naujus bendradarbiavimo ryšius			

Respondentas	7) Užmezgėte naujus bendradarbiavimo ryšius (Pasinaudoję ES struktūrinės paramos Ekonomikos augimo veiksmų programos 2 prioriteto „Verslo produktyvumo didinimas ir aplinkos verslui gerinimas“ priemone Naujos galimybės , įgyvendinote šias priemones:)	7) Pradėjote derybas su naujais potencialiais eksporto užsakovais (Pasinaudoję ES struktūrinės paramos Ekonomikos augimo veiksmų programos 2 prioriteto „Verslo produktyvumo didinimas ir aplinkos verslui gerinimas“ priemone Naujos galimybės , įgyvendinote šias priemones:)	7) Praplėtėte eksporto galimybes (Pasinaudoję ES struktūrinės paramos Ekonomikos augimo veiksmų programos 2 prioriteto „Verslo produktyvumo didinimas ir aplinkos verslui gerinimas“ priemone Naujos galimybės , įgyvendinote šias priemones:)	7) Kita (Pasinaudoję ES struktūrinės paramos Ekonomikos augimo veiksmų programos 2 prioriteto „Verslo produktyvumo didinimas ir aplinkos verslui gerinimas“ priemone Naujos galimybės , įgyvendinote šias priemones:)
32	Užmezgėte naujus bendradarbiavimo ryšius			buvo sukurta nauja interneto svetainė
33	Užmezgėte naujus bendradarbiavimo ryšius	Pradėjote derybas su naujais potencialiais eksporto užsakovais		
34	Užmezgėte naujus bendradarbiavimo ryšius			
35	Užmezgėte naujus bendradarbiavimo ryšius	Pradėjote derybas su naujais potencialiais eksporto užsakovais	Praplėtėte eksporto galimybes	
36				
37	Užmezgėte naujus bendradarbiavimo ryšius	Pradėjote derybas su naujais potencialiais eksporto užsakovais		Dalyvavome verslo misijoje
38	Užmezgėte naujus bendradarbiavimo ryšius	Pradėjote derybas su naujais potencialiais eksporto užsakovais	Praplėtėte eksporto galimybes	
39		Pradėjote derybas su naujais potencialiais eksporto užsakovais		
40	Užmezgėte naujus bendradarbiavimo ryšius	Pradėjote derybas su naujais potencialiais eksporto užsakovais	Praplėtėte eksporto galimybes	
41	Užmezgėte naujus bendradarbiavimo ryšius	Pradėjote derybas su naujais potencialiais eksporto užsakovais	Praplėtėte eksporto galimybes	
42	Užmezgėte naujus bendradarbiavimo ryšius	Pradėjote derybas su naujais potencialiais eksporto užsakovais		Paruošėme katalogų, bukletų apie įmonę bei gaminamą produkciją
43			Praplėtėte eksporto galimybes	
44	Užmezgėte naujus bendradarbiavimo ryšius	Pradėjote derybas su naujais potencialiais eksporto užsakovais	Praplėtėte eksporto galimybes	
45	Užmezgėte naujus bendradarbiavimo ryšius	Pradėjote derybas su naujais potencialiais eksporto užsakovais	Praplėtėte eksporto galimybes	
46	Užmezgėte naujus bendradarbiavimo ryšius	Pradėjote derybas su naujais potencialiais eksporto užsakovais		
47				
48		Pradėjote derybas su naujais potencialiais eksporto užsakovais	Praplėtėte eksporto galimybes	
49	Užmezgėte naujus bendradarbiavimo ryšius	Pradėjote derybas su naujais potencialiais eksporto užsakovais	Praplėtėte eksporto galimybes	
50	Užmezgėte naujus bendradarbiavimo ryšius	Pradėjote derybas su naujais potencialiais eksporto užsakovais		
51	Užmezgėte naujus bendradarbiavimo ryšius	Pradėjote derybas su naujais potencialiais eksporto užsakovais	Praplėtėte eksporto galimybes	

Respondentas	7) Užmezgėte naujus bendradarbiavimo ryšius (Pasinaudoję ES struktūrinės paramos Ekonomikos augimo veiksmų programos 2 prioriteto „Verslo produktyvumo didinimas ir aplinkos verslui gerinimas“ priemone Naujos galimybės , įgyvendinote šias priemones:)	7) Pradėjote derybas su naujais potencialiais eksporto užsakovais (Pasinaudoję ES struktūrinės paramos Ekonomikos augimo veiksmų programos 2 prioriteto „Verslo produktyvumo didinimas ir aplinkos verslui gerinimas“ priemone Naujos galimybės , įgyvendinote šias priemones:)	7) Praplėtėte eksporto galimybes (Pasinaudoję ES struktūrinės paramos Ekonomikos augimo veiksmų programos 2 prioriteto „Verslo produktyvumo didinimas ir aplinkos verslui gerinimas“ priemone Naujos galimybės , įgyvendinote šias priemones:)	7) Kita (Pasinaudoję ES struktūrinės paramos Ekonomikos augimo veiksmų programos 2 prioriteto „Verslo produktyvumo didinimas ir aplinkos verslui gerinimas“ priemone Naujos galimybės , įgyvendinote šias priemones:)
52	Užmezgėte naujus bendradarbiavimo ryšius	Pradėjote derybas su naujais potencialiais eksporto užsakovais	Praplėtėte eksporto galimybes	
53	Užmezgėte naujus bendradarbiavimo ryšius	Pradėjote derybas su naujais potencialiais eksporto užsakovais	Praplėtėte eksporto galimybes	reklamavome savo produkciją
54	Užmezgėte naujus bendradarbiavimo ryšius	Pradėjote derybas su naujais potencialiais eksporto užsakovais	Praplėtėte eksporto galimybes	
55	Užmezgėte naujus bendradarbiavimo ryšius			
56	Užmezgėte naujus bendradarbiavimo ryšius	Pradėjote derybas su naujais potencialiais eksporto užsakovais	Praplėtėte eksporto galimybes	
57	Užmezgėte naujus bendradarbiavimo ryšius		Praplėtėte eksporto galimybes	
58	Užmezgėte naujus bendradarbiavimo ryšius	Pradėjote derybas su naujais potencialiais eksporto užsakovais	Praplėtėte eksporto galimybes	
59	Užmezgėte naujus bendradarbiavimo ryšius	Pradėjote derybas su naujais potencialiais eksporto užsakovais	Praplėtėte eksporto galimybes	sertifikavome gaminamus produktus
60	Užmezgėte naujus bendradarbiavimo ryšius	Pradėjote derybas su naujais potencialiais eksporto užsakovais	Praplėtėte eksporto galimybes	
61	Užmezgėte naujus bendradarbiavimo ryšius			Parengėme rinkodaros medžiagą
62	Užmezgėte naujus bendradarbiavimo ryšius	Pradėjote derybas su naujais potencialiais eksporto užsakovais	Praplėtėte eksporto galimybes	
63		Pradėjote derybas su naujais potencialiais eksporto užsakovais		
64	Užmezgėte naujus bendradarbiavimo ryšius	Pradėjote derybas su naujais potencialiais eksporto užsakovais	Praplėtėte eksporto galimybes	
65	Užmezgėte naujus bendradarbiavimo ryšius		Praplėtėte eksporto galimybes	Sukūrėme naują internetinę svetainę
66	Užmezgėte naujus bendradarbiavimo ryšius	Pradėjote derybas su naujais potencialiais eksporto užsakovais		
67	Užmezgėte naujus bendradarbiavimo ryšius	Pradėjote derybas su naujais potencialiais eksporto užsakovais	Praplėtėte eksporto galimybes	
68	Užmezgėte naujus bendradarbiavimo ryšius	Pradėjote derybas su naujais potencialiais eksporto užsakovais		Gavome sertifikatą
69	Užmezgėte naujus bendradarbiavimo ryšius	Pradėjote derybas su naujais potencialiais eksporto užsakovais	Praplėtėte eksporto galimybes	
70	Užmezgėte naujus bendradarbiavimo ryšius	Pradėjote derybas su naujais potencialiais eksporto užsakovais	Praplėtėte eksporto galimybes	

Respondentas	7) Užmezgėte naujus bendradarbiavimo ryšius (Pasinaudoję ES struktūrinės paramos Ekonomikos augimo veiksmų programos 2 prioriteto „Verslo produktyvumo didinimas ir aplinkos verslui gerinimas“ priemone Naujos galimybės , įgyvendinote šias priemones:)	7) Pradėjote derybas su naujais potencialiais eksporto užsakovais (Pasinaudoję ES struktūrinės paramos Ekonomikos augimo veiksmų programos 2 prioriteto „Verslo produktyvumo didinimas ir aplinkos verslui gerinimas“ priemone Naujos galimybės , įgyvendinote šias priemones:)	7) Praplėtėte eksporto galimybes (Pasinaudoję ES struktūrinės paramos Ekonomikos augimo veiksmų programos 2 prioriteto „Verslo produktyvumo didinimas ir aplinkos verslui gerinimas“ priemone Naujos galimybės , įgyvendinote šias priemones:)	7) Kita (Pasinaudoję ES struktūrinės paramos Ekonomikos augimo veiksmų programos 2 prioriteto „Verslo produktyvumo didinimas ir aplinkos verslui gerinimas“ priemone Naujos galimybės , įgyvendinote šias priemones:)
71	Užmezgėte naujus bendradarbiavimo ryšius			
72		Pradėjote derybas su naujais potencialiais eksporto užsakovais	Praplėtėte eksporto galimybes	
73		Pradėjote derybas su naujais potencialiais eksporto užsakovais		
74	Užmezgėte naujus bendradarbiavimo ryšius	Pradėjote derybas su naujais potencialiais eksporto užsakovais		
75		Pradėjote derybas su naujais potencialiais eksporto užsakovais		
76	Užmezgėte naujus bendradarbiavimo ryšius	Pradėjote derybas su naujais potencialiais eksporto užsakovais	Praplėtėte eksporto galimybes	Atliktas gaminių sertifikavimas
77	Užmezgėte naujus bendradarbiavimo ryšius	Pradėjote derybas su naujais potencialiais eksporto užsakovais	Praplėtėte eksporto galimybes	
78		Pradėjote derybas su naujais potencialiais eksporto užsakovais		
79	Užmezgėte naujus bendradarbiavimo ryšius	Pradėjote derybas su naujais potencialiais eksporto užsakovais	Praplėtėte eksporto galimybes	Parengėme dalomąją medžiagą apie įmonę ir jos produkciją
80	Užmezgėte naujus bendradarbiavimo ryšius		Praplėtėte eksporto galimybes	
81	Užmezgėte naujus bendradarbiavimo ryšius		Praplėtėte eksporto galimybes	
82	Užmezgėte naujus bendradarbiavimo ryšius		Praplėtėte eksporto galimybes	
83	Užmezgėte naujus bendradarbiavimo ryšius	Pradėjote derybas su naujais potencialiais eksporto užsakovais	Praplėtėte eksporto galimybes	
84	Užmezgėte naujus bendradarbiavimo ryšius			
85	Užmezgėte naujus bendradarbiavimo ryšius	Pradėjote derybas su naujais potencialiais eksporto užsakovais	Praplėtėte eksporto galimybes	Vykdėme aktyvius eksporto rinkodaros veiksmus
86	Užmezgėte naujus bendradarbiavimo ryšius	Pradėjote derybas su naujais potencialiais eksporto užsakovais	Praplėtėte eksporto galimybes	
87	Užmezgėte naujus bendradarbiavimo ryšius	Pradėjote derybas su naujais potencialiais eksporto užsakovais	Praplėtėte eksporto galimybes	Buvo įdarbintas eksporto rinkodaros specialistas
88	Užmezgėte naujus bendradarbiavimo ryšius	Pradėjote derybas su naujais potencialiais eksporto užsakovais	Praplėtėte eksporto galimybes	
89	Užmezgėte naujus bendradarbiavimo ryšius	Pradėjote derybas su naujais potencialiais eksporto užsakovais		
90	Užmezgėte naujus bendradarbiavimo ryšius		Praplėtėte eksporto galimybes	Buvo sukurtas rinkodaros priemonių kompleksas

Respondentas	7) Užmezgėte naujus bendradarbiavimo ryšius (Pasinaudoję ES struktūrinės paramos Ekonomikos augimo veiksmų programos 2 prioriteto „Verslo produktyvumo didinimas ir aplinkos verslui gerinimas“ priemone Naujos galimybės , įgyvendinote šias priemones:)	7) Pradėjote derybas su naujais potencialiais eksporto užsakovais (Pasinaudoję ES struktūrinės paramos Ekonomikos augimo veiksmų programos 2 prioriteto „Verslo produktyvumo didinimas ir aplinkos verslui gerinimas“ priemone Naujos galimybės , įgyvendinote šias priemones:)	7) Praplėtėte eksporto galimybes (Pasinaudoję ES struktūrinės paramos Ekonomikos augimo veiksmų programos 2 prioriteto „Verslo produktyvumo didinimas ir aplinkos verslui gerinimas“ priemone Naujos galimybės , įgyvendinote šias priemones:)	7) Kita (Pasinaudoję ES struktūrinės paramos Ekonomikos augimo veiksmų programos 2 prioriteto „Verslo produktyvumo didinimas ir aplinkos verslui gerinimas“ priemone Naujos galimybės , įgyvendinote šias priemones:)
91	Užmezgėte naujus bendradarbiavimo ryšius			Buvo įdarbintas eksporto rinkodaros specialistas bei papildomai priskirti keli įmonės darbuotojai.
92	Užmezgėte naujus bendradarbiavimo ryšius	Pradėjote derybas su naujais potencialiais eksporto užsakovais	Praplėtėte eksporto galimybes	Sukurėme naują įmonės internetinę svetainę
93	Užmezgėte naujus bendradarbiavimo ryšius	Pradėjote derybas su naujais potencialiais eksporto užsakovais	Praplėtėte eksporto galimybes	Buvo sukurtos ir pagamintos marketingo priemonės, sukurtas į eksportą orientuotas interneto puslapis
94	Užmezgėte naujus bendradarbiavimo ryšius	Pradėjote derybas su naujais potencialiais eksporto užsakovais	Praplėtėte eksporto galimybes	
95	Užmezgėte naujus bendradarbiavimo ryšius		Praplėtėte eksporto galimybes	
96	Užmezgėte naujus bendradarbiavimo ryšius			
97	Užmezgėte naujus bendradarbiavimo ryšius			
98	Užmezgėte naujus bendradarbiavimo ryšius		Praplėtėte eksporto galimybes	
99	Užmezgėte naujus bendradarbiavimo ryšius			
100				Buvo parengta dalomoji informacinė medžiaga bei gaminamų produktų katalogai)
101	Užmezgėte naujus bendradarbiavimo ryšius			Parengta rinkodaros medžiaga
102	Užmezgėte naujus bendradarbiavimo ryšius		Praplėtėte eksporto galimybes	
103				Gautas pagrindinių paslaugų sertifikavimas
104			Praplėtėte eksporto galimybes	
105		Pradėjote derybas su naujais potencialiais eksporto užsakovais		Pagaminta rinkodarai skirta medžiaga
106	Užmezgėte naujus bendradarbiavimo ryšius	Pradėjote derybas su naujais potencialiais eksporto užsakovais	Praplėtėte eksporto galimybes	
107	Užmezgėte naujus bendradarbiavimo ryšius	Pradėjote derybas su naujais potencialiais eksporto užsakovais	Praplėtėte eksporto galimybes	
108	Užmezgėte naujus bendradarbiavimo ryšius	Pradėjote derybas su naujais potencialiais eksporto užsakovais	Praplėtėte eksporto galimybes	

Respondentas	8) Konsultacijos (Įvertinkite Lietuvoje taikomas eksporto skatinimo priemones nuo 1 (labai blogai) iki 5 (labai gerai):)	8) Seminarai (Įvertinkite Lietuvoje taikomas eksporto skatinimo priemones nuo 1 (labai blogai) iki 5 (labai gerai):)	8) Verslo misijos (Įvertinkite Lietuvoje taikomas eksporto skatinimo priemones nuo 1 (labai blogai) iki 5 (labai gerai):)	8) Tarptautinės parodos, mugės (Įvertinkite Lietuvoje taikomas eksporto skatinimo priemones nuo 1 (labai blogai) iki 5 (labai gerai):)	8) Užsienio rinkų tyrimai (Įvertinkite Lietuvoje taikomas eksporto skatinimo priemones nuo 1 (labai blogai) iki 5 (labai gerai):)	8) LIETUVOS EKSPORTO SKATINIMO POLITIKOS VISUMA (Įvertinkite Lietuvoje taikomas eksporto skatinimo priemones nuo 1 (labai blogai) iki 5 (labai gerai):)	9) Kokia pagrindinė Jūsų ekonominės veiklos rūšis?
1	5	5	1	1	2	2	Paslaugos
2	4	3	3	4	3	4	Gamyba
3	4	4	3	4	2	2	Gamyba
4	3	3	3	4	2	2	Paslaugos
5	3	3	3	4	2	2	Gamyba
6	2	3	3	4	3	3	Paslaugos
7	3	3	2	3	2	2	Gamyba
8	2	3	3	3	2	2	Gamyba
9	4	3	3	4	2	3	Gamyba
10	3	2	3	4	3	3	Gamyba
11	3	3	3	4	3	3	Gamyba
12	2	2	3	4	4	3	Gamyba
13	2	2	3	4	3	3	Gamyba
14	2	2	3	4	3	3	Gamyba
15	3	3	3	5	4	3	Gamyba
16	3	3	3	5	4	3	Gamyba
17	2	2	3	5	4	3	Gamyba
18	2	3	2	4	2	2	Gamyba
19	2	2	3	5	3	2	Gamyba
20	2	2	2	4	4	3	Gamyba
21	2	2	3	5	4	2	Gamyba
22	2	2	3	5	4	2	Gamyba
23	2	2	2	5	5	2	Gamyba
24	3	2	2	4	4	2	Gamyba
25	2	2	2	5	4	2	Gamyba
26	2	2	2	5	5	2	Gamyba
27	2	2	2	4	4	2	Paslaugos
28	2	2	2	4	2	2	Gamyba
29	2	2	2	4	4	2	Gamyba
30	1	1	1	5	5	1	Gamyba

Respondentas	8) Konsultacijos (Įvertinkite Lietuvoje taikomas eksporto skatinimo priemones nuo 1 (labai blogai) iki 5 (labai gerai):)	8) Seminarai (Įvertinkite Lietuvoje taikomas eksporto skatinimo priemones nuo 1 (labai blogai) iki 5 (labai gerai):)	8) Verslo misijos (Įvertinkite Lietuvoje taikomas eksporto skatinimo priemones nuo 1 (labai blogai) iki 5 (labai gerai):)	8) Tarptautinės parodos, mugės (Įvertinkite Lietuvoje taikomas eksporto skatinimo priemones nuo 1 (labai blogai) iki 5 (labai gerai):)	8) Užsienio rinkų tyrimai (Įvertinkite Lietuvoje taikomas eksporto skatinimo priemones nuo 1 (labai blogai) iki 5 (labai gerai):)	8) LIETUVOS EKSPORTO SKATINIMO POLITIKOS VISUMA (Įvertinkite Lietuvoje taikomas eksporto skatinimo priemones nuo 1 (labai blogai) iki 5 (labai gerai):)	9) Kokia pagrindinė Jūsų ekonominės veiklos rūšis?
31	1	1	1	4	4	1	Paslaugos
32	1	1	1	4	5	1	Paslaugos
33	1	1	1	5	3	2	Gamyba
34	2	2	2	4	2	2	Gamyba
35	1	1	1	4	1	2	Gamyba
36	1	1	1	4	4	2	Paslaugos
37	1	1	3	4	2	2	Gamyba
38	2	2	2	5	2	2	Gamyba
39	2	2	2	4	2	2	Gamyba
40	1	1	1	4	3	1	Gamyba
41	2	2	2	5	5	2	Gamyba
42	2	2	3	5	4	2	Gamyba
43	2	2	3	5	4	2	Paslaugos
44	2	2	2	4	4	2	Gamyba
45	2	2	2	4	2	2	Paslaugos
46	1	1	1	4	2	2	Gamyba
47	2	2	2	5	2	2	Paslaugos
48	2	2	2	5	2	2	Gamyba
49	2	2	2	5	2	2	Gamyba
50	1	2	2	4	4	3	Paslaugos
51	2	2	1	5	2	2	Paslaugos
52	2	2	2	4	3	2	Gamyba
53	3	3	3	5	3	3	Gamyba
54	2	2	2	4	2	2	Gamyba
55	2	2	2	5	3	2	Gamyba
56	2	2	3	5	4	2	Gamyba
57	2	2	2	4	2	2	Gamyba
58	2	2	2	4	2	2	Gamyba ir paslaugos
59	3	2	3	5	4	2	Gamyba
60	1	1	2	5	3	1	Gamyba
61	2	2	3	4	2	2	Gamyba
62	2	2	2	5	2	2	Gamyba

Respondentas	8) Konsultacijos (Įvertinkite Lietuvoje taikomas eksporto skatinimo priemones nuo 1 (labai blogai) iki 5 (labai gerai):)	8) Seminarai (Įvertinkite Lietuvoje taikomas eksporto skatinimo priemones nuo 1 (labai blogai) iki 5 (labai gerai):)	8) Verslo misijos (Įvertinkite Lietuvoje taikomas eksporto skatinimo priemones nuo 1 (labai blogai) iki 5 (labai gerai):)	8) Tarptautinės parodos, mugės (Įvertinkite Lietuvoje taikomas eksporto skatinimo priemones nuo 1 (labai blogai) iki 5 (labai gerai):)	8) Užsienio rinkų tyrimai (Įvertinkite Lietuvoje taikomas eksporto skatinimo priemones nuo 1 (labai blogai) iki 5 (labai gerai):)	8) LIETUVOS EKSPORTO SKATINIMO POLITIKOS VISUMA (Įvertinkite Lietuvoje taikomas eksporto skatinimo priemones nuo 1 (labai blogai) iki 5 (labai gerai):)	9) Kokia pagrindinė Jūsų ekonominės veiklos rūšis?
63	1	1	2	5	2	1	Gamyba
64	1	1	2	5	2	2	Gamyba
65	1	1	3	5	2	2	Gamyba
66	2	2	2	5	2	2	Gamyba
67	2	2	3	5	3	2	Gamyba
68	1	1	1	5	3	1	Gamyba
69	2	1	1	5	2	2	Gamyba ir paslaugos
70	2	2	2	5	2	2	Paslaugos
71	1	1	1	3	1	1	Gamyba
72	3	2	2	5	2	2	Paslaugos
73	2	2	2	5	3	2	Gamyba
74	2	1	3	5	2	3	Gamyba
75	3	3	3	4	3	3	Gamyba
76	3	3	3	5	3	3	Gamyba
77	3	3	3	5	3	3	Gamyba
78	3	3	3	4	3	3	Gamyba
79	2	3	3	5	3	2	Gamyba
80	3	3	3	4	3	3	Gamyba
81	3	3	3	4	3	3	Gamyba
82	2	2	2	5	4	2	Gamyba
83	2	3	3	5	5	2	Paslaugos
84	2	2	2	5	4	2	Gamyba
85	2	2	3	5	5	2	Gamyba
86	2	2	3	5	5	2	Gamyba ir paslaugos
87	2	2	3	5	5	2	Gamyba
88	1	1	2	5	4	2	Gamyba
89	1	1	2	4	4	2	Gamyba
90	3	3	3	4	3	3	Gamyba
91	3	3	3	4	4	3	Gamyba ir paslaugos
92	3	3	3	5	5	3	Gamyba
93	2	2	3	5	5	2	Gamyba

Respondentas	8) Konsultacijos (Įvertinkite Lietuvoje taikomas eksporto skatinimo priemones nuo 1 (labai blogai) iki 5 (labai gerai):)	8) Seminarai (Įvertinkite Lietuvoje taikomas eksporto skatinimo priemones nuo 1 (labai blogai) iki 5 (labai gerai):)	8) Verslo misijos (Įvertinkite Lietuvoje taikomas eksporto skatinimo priemones nuo 1 (labai blogai) iki 5 (labai gerai):)	8) Tarptautinės parodos, mugės (Įvertinkite Lietuvoje taikomas eksporto skatinimo priemones nuo 1 (labai blogai) iki 5 (labai gerai):)	8) Užsienio rinkų tyrimai (Įvertinkite Lietuvoje taikomas eksporto skatinimo priemones nuo 1 (labai blogai) iki 5 (labai gerai):)	8) LIETUVOS EKSPORTO SKATINIMO POLITIKOS VISUMA (Įvertinkite Lietuvoje taikomas eksporto skatinimo priemones nuo 1 (labai blogai) iki 5 (labai gerai):)	9) Kokia pagrindinė Jūsų ekonominės veiklos rūšis?
94	3	3	3	5	5	3	Gamyba
95	4	3	3	5	3	3	Gamyba
96	2	3	3	4	4	2	Gamyba
97	1	2	3	5	5	2	Gamyba
98	2	2	3	5	5	2	Gamyba
99	3	3	3	4	3	2	Gamyba
100	3	3	3	5	4	2	Paslaugos
101	3	2	3	2	2	1	Paslaugos
102	2	3	3	5	5	2	Gamyba
103	3	3	3	5	5	3	Paslaugos
104	2	3	4	5	4	2	Paslaugos
105	1	1	3	5	5	1	Gamyba
106	2	2	3	5	5	3	Paslaugos
107	2	3	3	5	5	3	Gamyba
108	3	3	3	5	5	3	Gamyba