



Kauno technologijos universitetas

Ekonomikos ir verslo fakultetas

Smulkiojo ir vidutinio verslo eksporto plėtros skatinimo Lietuvoje vertinimas

Baigiamasis magistro projektas

Lina Kavaliauskienė

Projekto autorė

Prof. dr. Valentinas Navickas

Vadovas

Kaunas, 2022



Kauno technologijos universitetas

Ekonomikos ir verslo fakultetas

Smulkiojo ir vidutinio verslo eksporto plėtros skatinimo Lietuvoje vertinimas

Baigiamasis magistro projektas

Verslo ekonomika (6211JX042)

Lina Kavaliauskienė

Projekto autorė

Prof. dr. Valentinas Navickas

Vadovas

Prof. dr. Irena Pekarskienė

Recenzentė

Kaunas, 2022



Kauno technologijos universitetas

Ekonomikos ir verslo fakultetas

Lina Kavaliauskienė

Smulkiojo ir vidutinio verslo eksporto plėtros skatinimo Lietuvoje vertinimas

Akademinio sąžiningumo deklaracija

Patvirtinu, kad mano, Linos Kavaliauskienės, baigiamasis projektas tema „Smulkiojo ir vidutinio verslo eksporto plėtros skatinimo Lietuvoje vertinimas“ yra parašytas visiškai savarankiškai ir visi pateikti duomenys ar tyrimų rezultatai yra teisingi ir gauti sąžiningai. Šiame darbe nei viena dalis nėra plagijuota nuo jokių spausdintinių ar internetinių šaltinių, visos kitų šaltinių tiesioginės ir netiesioginės citatos nurodytos literatūros nuorodose. Įstatymų nenumatytų piniginių sumų už šį darbą niekam nesu mokėjęs.

Aš suprantu, kad išaiškėjus nesąžiningumo faktui, man bus taikomos nuobaudos, remiantis Kauno technologijos universitete galiojančia tvarka.

(vardą ir pavardę įrašyti ranka)

(parašas)

Kavaliauskienė Lina. Smulkiojo ir vidutinio verslo eksporto plėtros skatinimo Lietuvoje vertinimas. Magistro baigiamasis projektas / vadovas prof. dr. Valentinas Navickas; Kauno technologijos universitetas, Ekonomikos ir verslo fakultetas.

Studijų kryptis ir sritis (studijų krypčių grupė): Socialiniai mokslai, Ekonomika.

Reikšminiai žodžiai: *smulkusis ir vidutinis verslas, eksporto skatinimas, eksporto plėtra, plėtros ekonomika.*

Kaunas, 2022. 69 p.

Santrauka

Šiandien pasaulyje neabejojama eksporto bei smulkiojo ir vidutinio verslo svarba. Šis tiriamasis darbas atskleidžia, jog siekiant užtikrinti sėkmingą SVV veiklą tarptautiniu mastu, Lietuvos SVV įmonės visų pirma turi būti efektyviai veikiančios bei gebėti konkuruoti tarptautinėje erdvėje. Nors auganti SVV eksporto dalis atskleidžia didėjančią SVV tarptautinį konkurencingumą, visgi dauguma Lietuvos SVV įmonių realizuodamos savo produkciją apsiriboja vietos rinka, o vertinant pačių SVV įmonių augimą, taip pat stebima tam tikra stagnacija. Nepaisant SVV indėlio į nacionalinę ekonomiką, Lietuvoje taikomos SVV eksporto skatinimo priemonės nėra pakankamai efektyvios ir ne visada spėja tiksliai atliepti verslo poreikius, todėl neretai tuo metu prarandama jų svarba, sutrinka veiksmų, sąlygojančių sėkmingą SVV eksporto plėtrą, poveikis.

Pripažįstant SVV eksportą kaip ekonomikos potencialo plėtros veiksnį ir vertinant jo svarbą ne vien šalies ekonominei gerovei, bet ir pačių SVV įmonių vystymuisi, aktualizuojamos mokslinės žinios, pagrindžiančios konkrečių eksporto veiksmų aktualumą smulkiąjam ir vidutiniam verslui. Išryškinamos kliūtys ir barjerai, trukdantys dinamiško, inovatyvaus ir konkurencingo SVV plėtrai. Empirinio tyrimo duomenų pagrindu išskiriamos svarbiausios eksporto skatinimo priemonės, identifikuojami esminiai eksporto plėtros veiksniai bei pateikiamos rekomendacijos, teikiančios galimybes efektyviau skatinti SVV eksporto plėtrą.

Kavaliauskienė Lina. Evaluation of Small and Medium Business Export Development Promotion in Lithuania. Master's Final Degree Project / supervisor prof. dr. Valentinas Navickas; School of Economics and Business, Kaunas University of Technology.

Study field and area (study field group): Social Science, Economics.

Keywords: *small and medium enterprises, export promotion, export development, development economics.*

Kaunas, 2022. 69 pages.

Summary

Nowadays, the importance of small and medium enterprises and export is unquestionable. This research study reveals that small and medium enterprises in Lithuania should function effectively and manage to concur in an international context to ensure the successful activity of SMEs (small and medium enterprises) in the first place. Even the constantly growing export part of small and medium enterprises discloses international competitiveness, the majority of Lithuanian SMEs sell their goods and services locally, and the growth of these companies may be described as stagnated. Despite the impact SMEs create on the national economy, the stimulation of SMEs export is not efficient enough, and the needs of businesses are not always heard and responded to. Respectively, the importance of SMEs weakens, and the influence of factors leading to the successful development of SMEs becomes way less apparent.

Recognizing SMEs opportunities for export as a component for a successful economic expansion, and evaluating its importance not only for economic welfare but for the growth of SMEs themselves, it is vital to notice the relevancy of scientific facts which can motivate the actualization of specific export's subjects for small and medium enterprises. The study also covers obstacles and barriers that prevent the dynamic, innovative, and competitive development of SMEs. The most important techniques for the promotion of export are explained, and essential components for the growth of export are identified, and some recommendations, giving the chance to promote the export of SMEs even more effective are given based on an empirical study.

Turinys

Lentelių sąrašas.....	7
Paveikslų sąrašas	8
Santrumpų ir terminų sąrašas	9
Įvadas.....	10
1. SVV eksporto plėtros potencialo Lietuvoje problemos analizė	12
1.1. Eksportas kaip Lietuvos ekonomikos augimo veiksnys.....	12
1.2. Lietuvos ekonomikos eksporto strategija	14
1.3. Dabarties smulkiojo ir vidutinio verslo eksporto veiklos problematika.....	16
1.3.1. Eksportas kaip strateginė SVV galimybė	16
1.3.2. Smulkiojo ir vidutinio verslo iššūkiai globalizacijos kontekste	17
1.3.3. SVV konkurencingumo plėtotės prielaidų stiprinimas.....	19
2. SVV eksporto plėtros potencialo Lietuvoje teoriniai sprendimai	22
2.1. Eksporto skatinimo samprata	22
2.2. Eksporto skatinimas Lietuvoje	24
2.3. SVV eksporto skatinimo algoritmai užsienio šalyse	27
2.4. Eksporto skatinimo veiksniai	33
2.5. Ekonominių šokų poveikis SVV ir valstybės paramos svarba	41
3. Lietuvos SVV eksporto plėtros skatinimo poveikio eksporto rezultatams tyrimo metodologija	44
3.1. Tyrimo dizainas	44
3.2. Tyrimo metodai ir instrumentai	44
4. Lietuvos SVV eksporto plėtros skatinimo vertinimo tyrimų rezultatai ir diskusija	46
4.1. Lietuvos smulkiojo ir vidutinio verslo eksporto situacijos analizė	46
4.2. ES paramos lėšų panaudojimas SVV eksportui skatinti.....	50
4.3. Koreliacinė analizė	52
4.4. Ekspertinio vertinimo analizė.....	57
Išvados.....	64
Literatūros sąrašas	66
Informacijos šaltinių sąrašas.....	69

Lentelių sąrašas

1 lentelė. Iššūkiai, su kuriais susiduria SVV įmonės	19
2 lentelė. Stiprybių, silpnybių, galimybių ir grėsmių (SSGG) analizė.....	20
3 lentelė. Eksporto skatinimo samprata	23
4 lentelė. Perspektyvinių sektorių strateginės eksporto kryptys	26
5 lentelė. Eksporto rodiklių palyginimas.....	27
6 lentelė. Pagrindinės eksporto rinkos ir prekės.....	27
7 lentelė. Strateginis ir teminis požiūris į eksporto skatinimą.....	30
8 lentelė. Eksporto skatinimo instrumentų apžvalga.....	32
9 lentelė. Koreliacijos stiprumo interpretacija.....	45
10 lentelė. Pagrindiniai Lietuvos SVV įmonių skaičiaus kitimo rodikliai 2010 – 2020 m.....	46
11 lentelė. SVV tarptautiškumo didinimo priemonių rodikliai.....	51
12 lentelė. Koreliacinėje analizėje naudojami kintamieji ir jų duomenys 2012 – 2019 m.....	53
13 lentelė. Įtakos SVV eksporto vertei prognoziniai veiksniai.....	56

Paveikslų sąrašas

1 pav. 2020 m. prekių ir paslaugų eksportas, išreikštas procentais nuo BVP.....	12
2 pav. Lietuvos užsienio prekyba 2010–2020 m.....	13
3 pav. BVP kaitos veiksniai	14
4 pav. SVV dalis pagal eksporto vertę	16
5 pav. Išlaidos MTEP, lyginant su BVP, proc.	18
6 pav. Eksporto skatinimo priemonių skirstymas	25
7 pav. Eksporto aplinkai poveikį turintys veiksniai	34
8 pav. Technologinių veiksnių poveikis eksportui	35
9 pav. SVV eksporto barjerų klasifikacija pagal Leonidou	38
10 pav. Eksporto barjerų klasifikacija pagal Arteaga – Ortiz ir Fernandez – Ortiz	39
11 pav. Globalizacijos iššūkių SVV sprendimo algoritmas	41
12 pav. SVV įmonės pagal darbuotojų skaičių metų pradžioje.....	47
13 pav. SVV eksportuojančių įmonių skaičiaus pokytis.....	47
14 pav. Grynas pelnas pagal įmonių dydžio grupes, tūkst. EUR.....	48
15 pav. SVV eksporto vertė mln. EUR pagal darbuotojų skaičių įmonėse.....	49
16 pav. SVV ir didelių įmonių sukuriama eksporto vertė palyginimas.....	49
17 pav. Paraiškos ir joms skirtas finansavimas pagal prioritetus.....	50
18 pav. SVV eksporto vertės priklausomybė nuo bendros eksporto vertės.....	52
19 pav. SVV eksporto vertės priklausomybė nuo BVP.....	54
20 pav. SVV eksporto vertės priklausomybė nuo TUI.....	54
21 pav. SVV eksporto vertės priklausomybė nuo užimtumo.....	55
22 pav. SVV eksporto vertės priklausomybė nuo vidutinio DU	56
23 pav. Ekspertų pasiskirstymas pagal atstovaujamus sektorius.....	57
24 pav. Ekspertų pasiskirstymas pagal profesinės veiklos patirtį.....	57
25 pav. Ekonominių reformų poveikio SVV eksportui vertinimas.....	58
26 pav. Teiginių, susijusių su SVV eksporto skatinimu, vertinimas.....	58
27 pav. Eksporto skatinimo priemonių vertinimas.....	59
28 pav. Eksportą skatinančių organizacijų indėlio į SVV eksporto skatinimą vertinimas.....	59
29 pav. Verslą skatinančių institucijų teikiamos pagalbos vertinimas.....	60
30 pav. SVV eksportui būtinų sąlygų vertinimas.....	61
31 pav. SVV eksporto plėtrą ribojančių veiksnių vertinimas.....	61
32 pav. Priemonių ir jų poveikio SVV konkurencingumui eksporto rinkose vertinimas.....	62
33 pav. Pagalbos priemonių nuo Covid-19 pandemijos nukentėjusiam SVV vertinimas.....	63

Santrumpų ir terminų sąrašas

Santrumpos:

SVV – smulkusis ir vidutinis verslas
ES – Europos Sąjunga
EK – Europos Komisija
OECD – Ekonominio bendradarbiavimo ir plėtros organizacijos
Covid-19 – koronaviruso pandemija
Brexit – santrumpa nuo angl. „*Britain exit*“, t. y. Britanijos pasitraukimas
BVP – bendrasis vidaus produktas
DIHK – Vokietijos pramonės ir prekybos rūmų asociacija
MTEP – moksliniai tyrimai ir eksperimentinė plėtra
TVG – tarptautinės vertės grandinės
IRT – informacinės ir telekomunikacijų technologijos
LIC – Lietuvos inovacijų centras
PPO – Pasaulio prekybos organizacija
LEPA – Lietuvos verslo paramos agentūra
AHK – Vokietijos užsienio prekybos rūmai
IHK – Vokietijos regioniniai pramonės ir prekybos rūmai
GATT – Bendrasis susitarimas dėl muitų ir prekybos
GTAI – Vokietijos prekyba ir investicijos
ICT – informacinės ir komunikacinės technologijos
SEF – Slovėnijos verslumo fondas
CCIS – Slovėnijos prekybos rūmai

Terminai:

Force majeure – nenugalima jėga.
Hi-tech – pažangios technologijos.
Know-how – techninės žinios ir praktinė patirtis.

Ivadas

Temos aktualumas

Šiandien pasaulyje neabejojama eksporto bei smulkiojo ir vidutinio verslo (SVV) svarba. Europos Komisijos nuomone, ES tikslas – didinti pramonės ir verslo konkurencingumą, skatinti darbo vietų kūrimą bei ekonomikos augimą, kuriant verslui palankią aplinką. Šiame kontekste SVV yra neatsiejamas siekiant užtikrinti šalių ekonominę gerovę, inovacijas, darbo vietų kūrimą bei socialinę integraciją, o dalyvavimas tarptautiniuose procesuose įgalina įmones išnaudoti turimą potencialą naujoms verslo galimybėms užsienio rinkose (Köksal & Özgül 2010; Matanda, 2012).

Siekiant sukurti prielaidas SVV plėsti esamas bei skverbtis į naujas rinkas, eksporto svarba yra neabejotina. Eksportas yra svarbus verslo elementas tiek šalių ekonomikai, tiek pačių SVV įmonių vystymuisi.

Covid-19 pandemijos sąlygomis sutriko harmoningas SVV verslo eksportas. Tačiau pasitikėjimas SVV, jo eksporto svarba nesumažėjo. Atlikti tyrimai apie SVV poveikį eksporto rezultatams rodo, jog SVV indėlis, siekiant ES išorės prekybos rezultatų, yra netgi svaresnis nei manyta anksčiau (Cernat ir kt., 2020; OECD, 2018). Reaguojant į tai, ES prekybos politikos priemonių rinkinys papildytas tokiomis SVV svarbiomis priemonėmis, kaip SVV įtraukimas į naujausius laisvosios prekybos susitarimus, SVV kontaktinių centrų sukūrimas, SVV intelektinės nuosavybės teisių pagalbos tarnyba ir kitomis politikos priemonėmis, kurias siūlo ES ir nacionalinės valdžios institucijos.

Akivaizdu, kad SVV įmonėms reikia reabilituotis, transformuotis, inovuoti savo verslo modelius, didinti tarptautinį konkurencingumą bei prisitaikyti prie naujų rinkos sąlygų. Sėkmingai veiklai tarptautiniu mastu, SVV įmonės visų pirma turi būti efektyviai veikiančios bei gebėti konkuruoti tarptautinėje erdvėje.

Tačiau esant ekonominių šokų situacijoms, kaip Covid-19 pandemijos atveju, sutrinka veiksmų, sąlygojančių sėkmingą SVV eksporto plėtrą, poveikis: išryškėja kliūtys ir barjerai apsunkinantys, trikdančios dinamišką, inovatyvią ir konkurencingą eksporto proceso plėtrą. Valstybės taikomos paramos priemonės nėra pakankamos ir ne visada spėja atliepti verslo poreikius, todėl neretai tuo metu prarandama jų svarba, o tai sukelia nemažai problemų, susijusių su SVV eksporto plėtra.

Lietuva – nedidelė atviros ekonomikos šalis. Jos ūkio plėtros pagrindas – eksportas. Šiuo atžvilgiu tarptautinės prekybos, kurioje dalyvauja ir SVV vaidmuo yra itin svarbus tvariam šalies gerovės augimui. SVV įmonės yra Lietuvos ekonomikos pagrindas. 99,6 proc. visų Lietuvoje veikiančių įmonių sudaro SVV įmonės, kuriose dirba beveik 72 proc. visų Lietuvos dirbančiųjų. Nors didėjančios SVV eksporto apimtys atskleidžia augantį SVV tarptautinį konkurencingumą, visgi dauguma Lietuvos SVV įmonių realizuodamos savo produkciją apsiriboja vietos rinka, o vertinant pačių SVV įmonių augimą, taip pat stebima tam tikra stagnacija. SVV grandis yra ne tik dinamiška, lanksti ir nuolat besikeičianti, tačiau tuo pačiu labai jautriai reaguojanti į įvairius rizikos faktorius – tokius kaip finansų krizę, geopolitinius pokyčius, „Brexit“ ar Covid-19 pandemijos sukeltą ekonomikos šoką, tapusį išbandymu daugeliui SVV įmonių visame pasaulyje. Visgi, nepaisant indėlio į nacionalinę ekonomiką, SVV įmonės išlieka nepakankamai atstovaujamos pasaulinėje prekyboje ne tik ES, bet ir kitose šalyse (EBPO, 2018).

Tyrimo problema

Mokslinėje literatūroje yra pateikiama nemažai teorinių žinių apie eksporto plėtros veiksnius, tačiau pasigendama teorinių ir empirinių žinių apie SVV eksporto skatinimą, plėtros veiksnius ir ypač jų raišką esant ekonominių šokų aplinkybėmis. Atsižvelgiant į tai, yra tikslinga ir prasminga išryškinti tuos SVV eksporto plėtros veiksnius, kurie teiktų galimybes spręsti problemas konkrečiomis SVV veikimo sąlygomis, įveikti sutrikusią SVV eksporto plėtrą, ją atkurti, gerinti, plėtoti, prisitaikyti prie pasikeitusių aplinkybių, sėkmingai funkcionuoti šalies viduje ir gebėti efektyviai veikti tarptautinėje erdvėje.

Atsižvelgiant į šias aplinkybes, tyrimo problema detalizuojama šiais klausimais:

- 1) Kokios yra mokslinės žinios, grindžiančios sėkmingą SVV eksporto plėtrą?
- 2) Kokia yra geroji užsienio šalių patirtis skatinant SVV eksportą?
- 3) Kokie yra pagrindiniai trukdžiai, ribojantys SVV eksporto plėtrą?
- 4) Kaip skatinamas SVV eksportas Lietuvoje?
- 5) Kokie eksporto plėtros veiksniai yra patys tinkamiausi spręsti SVV eksporto plėtros problemas?

Tyrimo naujumas

Pripažįstant SVV eksportą kaip ekonomikos potencialo plėtros veiksnį ir vertinant jo svarbą ne vien šalies ekonominei gerovei, bet ir pačių SVV įmonių vystymuisi, aktualizuojamos mokslinės žinios, grindžiančios konkrečių eksporto veiksmų aktualumą smulkiąjam ir vidutiniam verslui. Išryškinamos kliūtys ir barjerai, trukdantys dinamiško, inovatyvaus ir konkurencingo SVV plėtrai. Ištiriama SVV eksporto plėtros raiška Covid-19 pandemijos kontekste. Empirinio tyrimo duomenų pagrindu išskiriamos svarbiausios eksporto skatinimo priemonės, identifikuojami esminiai eksporto plėtros veiksniai bei pateikiamos rekomendacijos, teikiančios galimybes efektyviau skatinti SVV eksporto plėtrą.

Tyrimo objektas: smulkiojo ir vidutinio verslo eksporto plėtros skatinimo Lietuvoje vertinimas.

Tyrimo tikslas. Įvertinti smulkiojo ir vidutinio verslo eksporto plėtros Lietuvoje skatinimą.

Tyrimo uždaviniai

- 1) Probleminės analizės pagrindu atskleisti SVV eksporto plėtros svarbą.
- 2) Išanalizuoti teorinius SVV eksporto plėtros skatinimo aspektus.
- 3) Išryškinti ir pateikti esminius eksporto plėtros veiksnius, kliūtis bei skatinimo formas.
- 4) Atlikti Lietuvos SVV eksporto situacijos analizę.
- 5) Atlikti ekspertinę apklausą ir identifikuoti SVV eksporto skatinimo poveikį Lietuvos SVV eksportuojančių įmonių veiklos plėtrai.

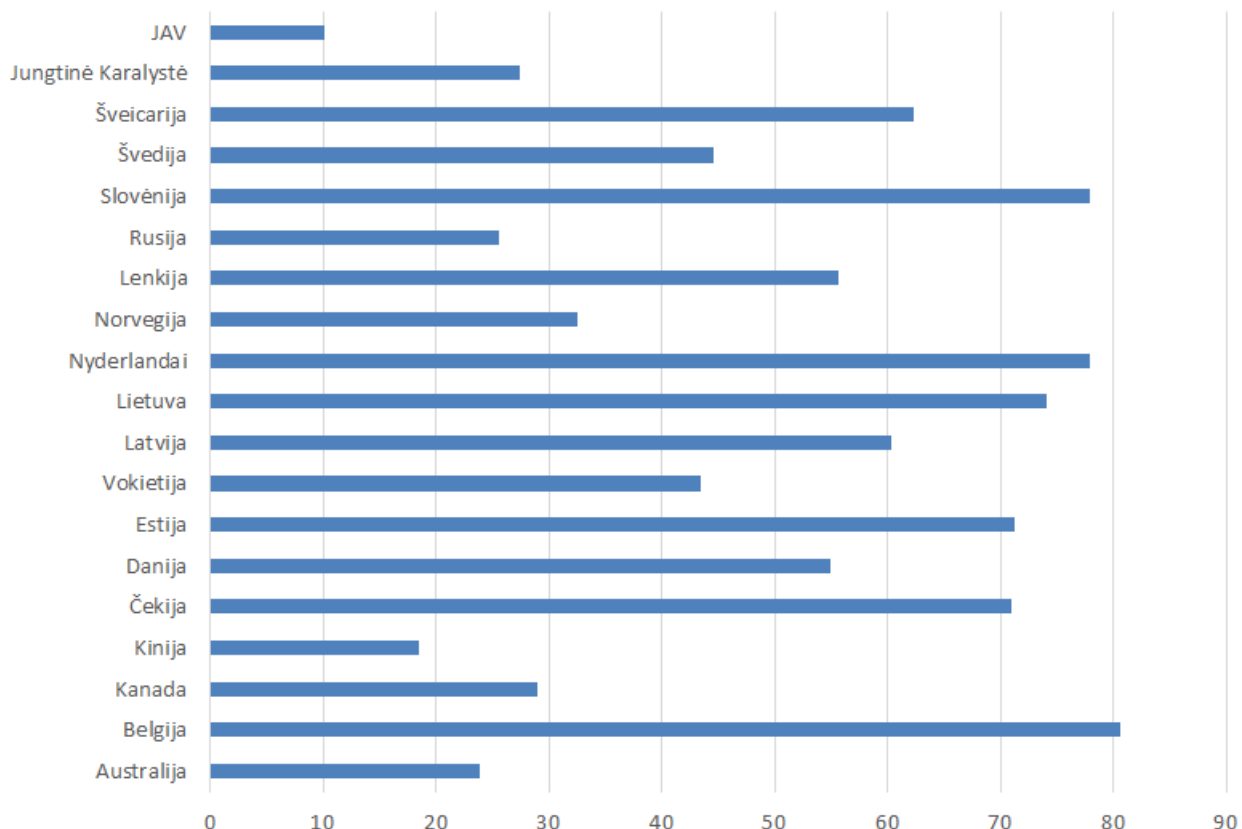
Tyrimo metodai

- Mokslinės literatūros analizė;
- Dokumentų analizė;
- Aprašomoji statistika;
- Ekspertų apklausos duomenų analizė, grafinis vaizdavimas.

1. SVV eksporto plėtros potencialo Lietuvoje problemos analizė

1.1. Eksportas kaip Lietuvos ekonomikos augimo veiksnys

Eksportas yra vienas svarbiausių Lietuvos ekonominę plėtrą skatinančių konkurencinių veiksnių. Tarptautinės prekybos ir ypač eksporto svarbą iliustruoja eksportas, išreikštas procentais nuo BVP. Tokiai nedidelei šaliai kaip Lietuva šis rodiklis yra itin reikšmingas. Pasak Kostino (2021), kuo didesnis šalies eksporto ir BVP santykis, tuo šalies augimui svarbesnis eksporto konkurencingumas. Lietuvos eksporto ir BVP santykis 2015 m. buvo 68,8 proc., 2019 m. – 78 proc., 2020 m. – 74 proc. (1 pav.).



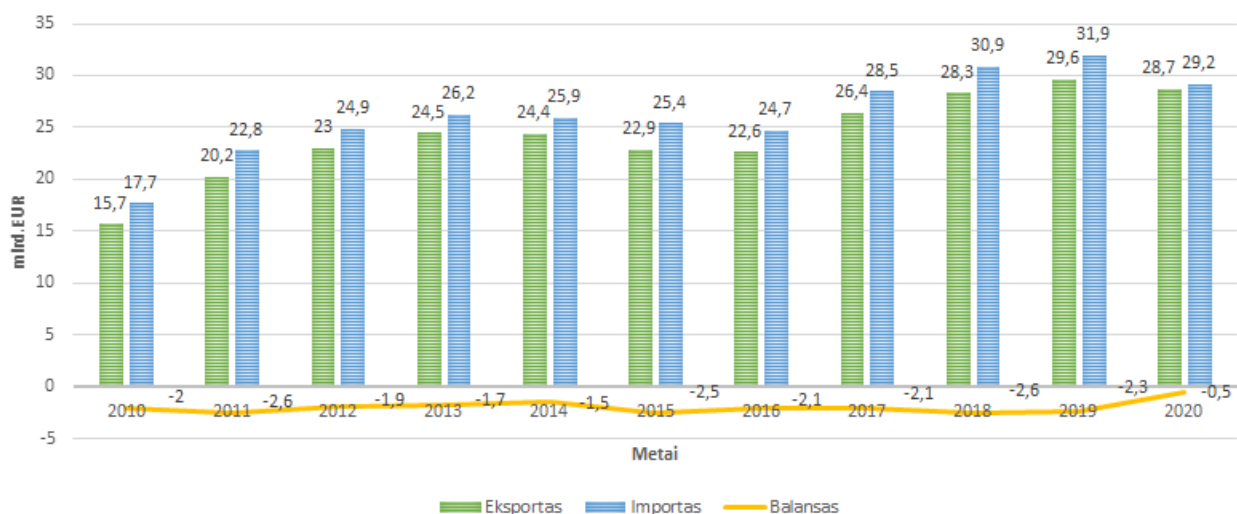
1 pav. 2020 m. prekių ir paslaugų eksportas, išreikštas procentais nuo BVP (Šaltinis: Pasaulio bankas, 2021).

Eksportas dažnai yra greičiausias būdas šalių ekonomikos augimui užtikrinti ir darbo vietoms kurti (Europos Komisija, 2015). Esant staigiems kapitalo srautų svyravimams, atviros prekybai šalys yra gerokai mažiau pažeidžiamos nei uždaros ekonomikos. Pasaulio prekybos organizacijos teigimu, staigus pajamų vienam gyventojui padidėjimas yra glaudžiai susijęs su užsienio prekybos plėtra.

Analizuojant Lietuvos užsienio prekybos raidą 2010 – 2020 metais (2 pav.), matome, jog eksporto apimtys per šį laikotarpį išaugo beveik dvigubai, importuota – už 11, 5 mlrd. eurų daugiau.

Vertinant užsienio prekybos balanso pokyčius, akivaizdu, kad visą analizuojamą laikotarpį užsienio prekybos balansas išliko deficitinis – importo apimtys viršijo eksportą. Išskyrus paskutiniiais

pandeminiais 2020 metais, kada importo augimo tempai buvo lėtesni nei eksporto (eksportas susitraukė – 3,4 proc., importas – 9,3 proc.) ir užsienio prekybos balansas beveik susilygino.



2 pav. Lietuvos užsienio prekyba 2010 – 2020 m. (sudaryta autorės, remiantis Statistikos departamento duomenimis)

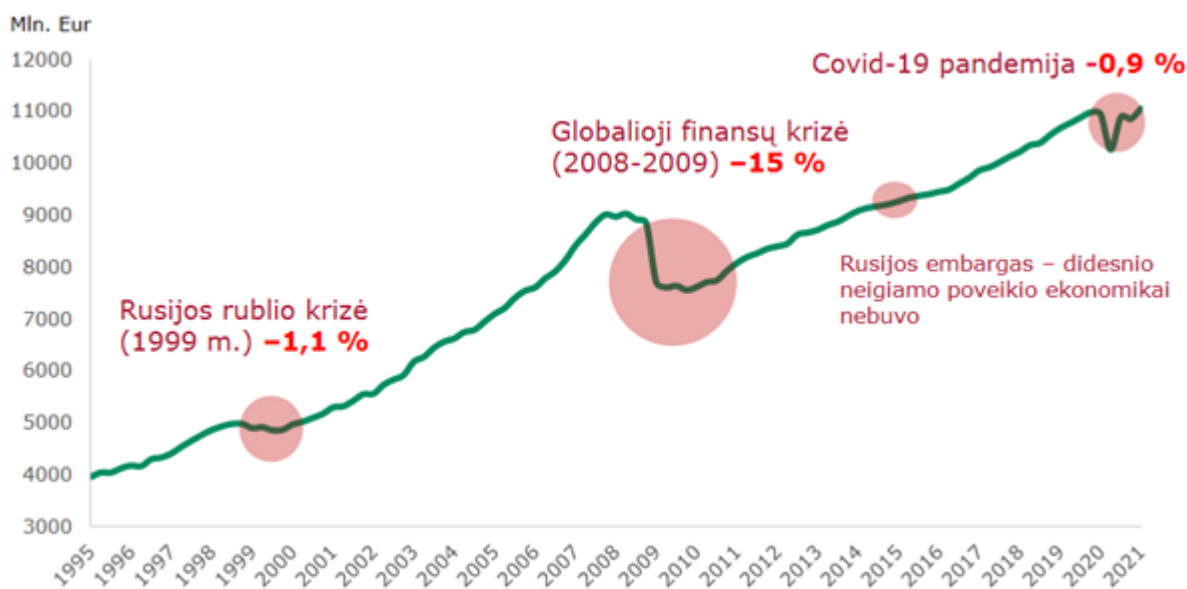
Eksporto apimčių mažėjimui įtaką turėjo sumažėjęs antžeminio transporto priemonių, plastikų ir jų gaminių bei naftos produktų eksportas.

Eksporto reikšmė Covid-19 pandemijos sąlygomis

Nors 2020 m., palyginti su 2019 m. tiek lietuviškos kilmės prekių eksporto, tiek reeksporto vertė augo, tačiau pirmą kartą nuo globalios finansų krizės fiksuotas Lietuvos paslaugų eksporto mažėjimas (Lietuvos bankas, 2021). 2020 m. pirmąjį – trečiąjį ketvirtį eksporto vertė sumažėjo 9,2 proc. lyginant su atitinkamu 2019 m. laikotarpiu. Didžiausias eksporto rodiklių kritimas stebimas tuose verslo sektoriuose, kuriuos stipriausiai paveikė koronaviruso pandemija: transporto ir turizmo. Tikslių duomenų nėra, tačiau atsižvelgiant į tai, jog paslaugų sektoriuje dominuoja SVV įmonės, akivaizdu, jog nemaža SVV eksportuotojų dalis Covid-19 pandemijos laikotarpiu susidūrė su sunkumais. Tuo pačiu metu stebimas eksporto apimčių ir vertės augimas tų gaminių ir paslaugų, kurių poreikis pandemijos metu išaugo. Nors Covid-19 akivaizdoje bendri Lietuvos eksporto rodikliai iliustruoja tam tikrą stabilumą, tačiau tam, kad visų sektorių eksporto rodikliai sugrįžtų į ikipandeminį lygį, prireiks nemažai laiko ir pastangų.

Lietuvos tarptautinei prekybai ir galimam eksporto apimčių kritimui poveikį turi ir turės dėl koronaviruso pandemijos mažėjanti pasaulio prekybos apimtis bei tokie faktoriai, kaip augantis politinis netikrumas kai kuriose Europos šalyse, protekcionistinės prekybos priemonės, „Brexitas“. Kitas iššūkis, su kuriuo susiduriama, yra tai, jog Lietuvos eksportas tebėra sutelktas į mažos pridėtinės vertės veiklą: aukštųjų technologijų prekių eksportas sudaro tik 3,6 proc. viso Lietuvos eksporto (VŠĮ Versli Lietuva, 2020).

Lietuvos banko duomenimis, 2020 – 2021 m. šalį apėmus Covid-19 pandemijai Lietuvos BVP sumažėjo 0,9 proc.



3 pav. BVP kaitos veiksniai (Šaltiniai: Statistikos departamentas, Lietuvos bankas, 2021)

3 pav. iliustruoja, jog iki šiol buvusios ekonominės krizės Lietuvos ekonomiką tik sustiprindavo. Santykinai nedideliame BVP rodiklio sumažėjimui didžiausią poveikį turėjo eksporto rodikliai. Beje, po 2008 – 2009 m. finansų krizės šalies ekonomikos atsigavimą taip pat lėmė eksportas. Grebliauskas, Stonys (2012) teigia, jog Lietuvos pramonės eksporto struktūra apsaugo šalį nuo ženklaus eksporto apimčių sumažėjimo ekonominės recesijos metu. Daugiausia Lietuvos įmonės eksportuoja žemų technologijų būtinąsias prekes, kurių rinkos yra stabilesnės.

Ekonomikos augimą Covid-19 pandemijos metu skatino (Lietuvos bankas, 2021):

- sėkminga eksportuotojų veikla;
- maža ekonomikos priklausomybė nuo labiausiai apribotų ir paveiktų veiklų;
- valdžios sektoriaus parama.

Auganti eksporto rinkos dalis bei atsigaunanti užsienio paklausa Lietuvos prekėms ir paslaugoms patvirtina, jog Lietuvai pavyko išlaikyti konkurencingumą užsienio rinkose. Tolimesnė Lietuvos verslo eksporto plėtra priklausys nuo daugelio veiksnių – bendros ekonominės situacijos, investicijų, gamybos pajėgumų, įmonių konkurencingumo bei eksporto skatinimo priemonių, skirtų verslo konkurencingumui didinti tikslingumo, efektyvumo bei savalaikio taikymo.

1.2. Lietuvos ekonomikos eksporto strategija

2015 metais priimta **Eksporto plėtros skatinimo strategija** (2014 – 2020 m. eksporto plėtros gairės) šiuo metu yra svarbiausias Lietuvos eksporto politiką reglamentuojantis dokumentas. Pagrindiniai strategijos tikslai yra šie:

- išlaikyti eksporto pozicijas užsienio rinkose;
- įsiskverbti į naujas rinkas, ypač trečiosiose šalyse;
- skatinti didesnės pridėtinės vertės prekių ir paslaugų eksporto plėtrą.

Tikslams pasiekti numatytos šios priemonės (Ekonomikos ir inovacijų ministerija):

- aukštos kokybės ekspertinės konsultacijos eksportuojančioms ir eksporto galimybėmis besidominančioms įmonėms;
- specialių mokymų organizavimas;
- įmonių kooperacijos ir klasterizavimo programos;

- ekonominė diplomatija;
- paramos įmonių rinkodarai ir organizacinėms inovacijoms diegti skyrimas;
- tarptautinių misijų, verslo forumų ir parodų rengimas;
- specializuotos paslaugų teikimas (standartizavimo, licencijavimo, sertifikavimo, prekių ženklinimo ir t.t.).

Atsižvelgiant į rinkos dydį ir augimo potencialą, verslo susidomėjimą, rinkos paklausą ir atitiktis Lietuvos eksporto galimybėms bei eksporto tendencijoms, išskirtos trys prioritetinės eksporto rinkų grupės:

- plėtos rinkose – Švedija, Norvegija, Vokietija, taikiniai yra Jungtinė Karalystė, Prancūzija;
- perspektyvų rinkose – JAV, Kinija, Izraelis, Japonija, Ukraina;
- tiriamosiose rinkose – JAE, Kanada, Turkija ir Pietų Afrikos Respublika.

Kaip matome, 2015 metais parengtoje Eksporto skatinimo strategijoje tiek Jungtinė Karalystė, tiek Kinija yra tarp prioritetinių rinkų. Nors Jungtinė Karalystė yra labai svarbi Lietuvos eksporto partnerė, penkta daugiausiai suvartojanti rinka, situacija po „Brexit“ pasikeitė. Jungtinės Karalystės ir Europos Sąjungos susitarimas nesuteikia tokių pat sąlygų, kokios buvo taikomos iki JK pasitraukimo iš ES.

Kinijos rinka prieš penkerius metus taip pat atrodė labai patraukli, įdėta daug pastangų, investuota nemažai lėšų, Lietuvos verslininkai ne kartą vyko į parodas, dalyvavo verslo misijose Kinijoje tam, kad lietuviška produkcija patektų į šią rinką, tačiau lūkesčiai nepasiteisino. Bendradarbiavimo su Kinija patirties turintys verslininkai teigia, jog Kinijos partneriai šiuo metu atsisako dirbti su Lietuvos įmonėmis, prekybos tinklai nutraukė prekybą lietuviška produkcija, įmonės negauna licencijų, reikalingų prekių į Kiniją eksportui pratęsti. Keletą kartų padidėjo transportavimo kaštai bei prasidėjo vėlavimai, susiję su transporto trūkumu, išaugo žaliavų kainos. Kinijos akredityvus leidžiančios įmonės atšaukė visus senus kontraktus ir atsisako išleisti akredityvus naujoms sutartims Lietuvos įmonėms bei užsienio kompanijoms, norinčioms gauti akredityvus į jas aptarnaujančių Lietuvoje esančių tarptautinių bankų skyrius. Kitaip tariant, nutraukiamas tarpbankinis bendradarbiavimas tarp Kinijos ir Lietuvos bankų. Taigi, verslas priverstas ieškoti kitų kelių.

Paaštrėjusi geopolitinė situacija bei Europos Sąjungos ir JAV sankcijos Baltarusijai taip pat turi reikšmingą poveikį verslui, ypač Klaipėdos uosto, transporto kompanijoms.

Stipri ekonominė diplomatija yra viena iš keturių pagrindinių reformų krypčių, kurias 2021 m. pirmąjį pusmetį pristatė Ekonomikos ir inovacijų ministerija. Vyriausybė žada pagalbą verslui diversifikuojant eksporto ir importo rinkas, steigiant Lietuvos atstovybes Taivane bei Pietų Korėjoje, kurios padės Lietuvos verslui ieškoti prekybinių ryšių aplinkinių šalių rinkose.

2021 m. veiklą pradėjo 3 nauji Lietuvos komercijos atstovai JAV, Vokietijoje ir Pietų Korėjoje, stiprinamos agentūrų „Investuok Lietuvoje“ ir „Versli Lietuva“ pajėgos užsienyje. Vyriausybė pritarė, kad šalyse, kuriose Lietuva neturi diplomatinės ryšių, būtų įsteigta prekybos atstovo pareigybė.

SVV eksporto plėtos procese stipri ekonominė diplomatija pritraukiant investicijas ir ieškant naujų eksporto rinkų yra ypač svarbi.

Be stiprios ekonominės diplomatijos, kitos pagrindinės reformų kryptys yra šios:

- investicijų ir talentų pritraukimas;
- palanki verslo aplinka;
- inovacijų reforma.

2022 m. pradžioje VŠĮ „Versli Lietuva“ pagrindu bus kuriama Inovacijų agentūra, kuri apjungs „Verslios Lietuvos“, Mokslo, inovacijų ir technologijų agentūros (MITA) bei Lietuvos verslo paramos agentūros (LEPA) veiklą. Vienas iš kuriamos Inovacijų agentūros veiklos prioritetų – daugiau finansinių priemonių startuoliams, mokslo ir verslo bendradarbiavimo idėjoms.

2021 – 2030 metų Nacionaliniame pažangos plane taip pat **akcentuojama eksporto plėtros svarba**. Vienas iš svarbiausių šio plano tikslų – didinti šalies tarptautinį konkurencingumą, kuriam pasiekti numatyta 10 uždavinių. 1.10 uždavinys numato prekių ir paslaugų eksporto skatinimą.

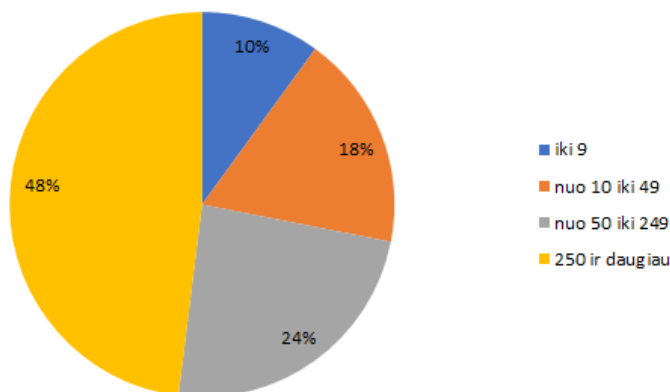
1.3. Dabarties smulkiojo ir vidutinio verslo eksporto veiklos problematika

1.3.1. Eksportas kaip strateginė SVV galimybė

Šiandieninė technologinė pažanga leidžia beveik kiekvienam verslo subjektui pirkti, parduoti ir bendradarbiauti pasauliniu mastu. Vartotojai, ieškodami geriausio pasiūlymo, taip pat turi galimybę palyginti kainas visame pasaulyje ir išsirinkti jiems tinkamiausią prekę ar paslaugą tiek kainos, tiek kokybės atžvilgiu. Atsižvelgiant į tai, SVV įmonės negali atsiriboti nuo globalaus konteksto, net jei neketina pradėti importo ar eksporto veiklos. Daugybė mokslinių tyrimų patvirtina, jog tarptautinio verslo patirties turinčių SVV įmonių rodikliai geresni nei įmonių, veikiančių tik vidaus rinkoje (IHK Bochum, 2010; Geyer, Uriep, 2012).

Ypač į augimą orientuotoms SVV eksportas yra svarbi strateginė galimybė siekiant tolesnio verslo augimo. Eksportas ne tik atveria naujas galimybes įmonių pardavimų apimtims augti, bet ir sumažina priklausomybę nuo esamų klientų, išplečia naujų verslo partnerių tinklą, suteikia galimybių įgyti naujų žinių ir patirties. Visi šie privalumai gali būti naudojami siekiant sukurti didesnę pridėtinę vertę klientams.

Nuo 2008 metų Lietuvoje pradėtos taikyti SVV eksporto skatinimo priemonės. Nepaisant pastangų padėti SVV įmonėms prasiskverbti bei įsitvirtinti naujose rinkose bei skatinti didesnės pridėtinės vertės prekių ir paslaugų eksportą, eksportu užsiima mažiau nei penktadalis visų SVV įmonių. 2019 m. eksportavo 16893 SVV įmonės, kas sudaro 19 proc. visų SVV įmonių. Tarp didžiųjų eksportuotojų – įmonių, turinčių 250 ir daugiau darbuotojų – eksportavo 290 įmonių. 2019 m. SVV eksporto vertė sudarė apie 52 proc. visos eksporto vertės (4 pav.). Nors smulkiojo ir vidutinio verslo indėlis ir reikšmė kasmet po truputį auga, Lietuvos SVV pagal sukuriamą eksporto vertę vis dar atsilieka nuo ES vidurkio.



4 pav. SVV dalis pagal eksporto vertę (Šaltinis: Statistikos departamentas)

Siekiant konkuruoti tarptautinėje erdvėje, SVV bendradarbiavimas su įmonėmis, turinčiomis pakankamai išteklių, yra labai svarbus. Daugeliu atvejų SVV dirba kaip didelių tarptautinių korporacijų medžiagų tiekėjai ir komponentų surinkėjai (Maarof, Mahmud, 2016).

Norint pagaminti kokybišką produktą už mažesnę kainą, techninės žinios ir praktinė patirtis (angl. *know-how*) vaidina itin svarbų vaidmenį, todėl SVV verslo partnerės – tarptautinės korporacijos – dažniausiai perduoda technologines žinias smulkiąjam ir vidutiniam verslui taip prisidėdamos prie technologinio SVV lygio kėlimo ir aukštesnės pridėtinės vertės kūrimo bei jų darbo našumo didinimo.

Daugelis tyrimų atskleidė, kad skaitmeninė aplinka suteikia pridėtinę vertę ir papildomų galimybių į eksportą orientuotoms SVV įmonėms, susiduriančioms su ribotų išteklių iššūkiais (Ščeulovs, Sarkane, 2014; Sung ir kt., 2016). Todėl efektyvesnis prisitaikymas prie informacinių ryšių ir technologijų reikalingas ne tik siekiant optimizuoti įmonės vidaus procesus, bet ir e-verslui pradėti (Ahmedova, 2015). Elektroninių įrankių naudojimas padidina SVV įmonių efektyvumą, pelningumą ir konkurencingumą (Ščeulovs, Sarkane, 2014).

Nuolat besikeičianti tarptautinė verslo aplinka, įvairūs rizikos faktoriai – prekybos sankcijos, finansinės krizės, pandemijos ir kiti veiksniai verčia eksportuojančias SVV įmones greitai reaguoti į pokyčius. Tam, kad prisitaikytų prie besikeičiančių rinkos sąlygų bei pagal poreikį galėtų diversifikuoti savo veiklą, **SVV įmonės turi disponuoti naujausia informacija apie tarptautines rinkas, turėti kvalifikuotus žmogiškuosius išteklius.** Be abejo, naujoms galimybėms ir iššūkiams reikalingi ir finansiniai ištekliai. SVV įmonės gerokai dažniau nei didelės įmonės susiduria su ribotais finansų, žmogiškųjų išteklių, gamybos ir kapitalo ištekliais.

1.3.2. Smulkiojo ir vidutinio verslo iššūkiai globalizacijos kontekste

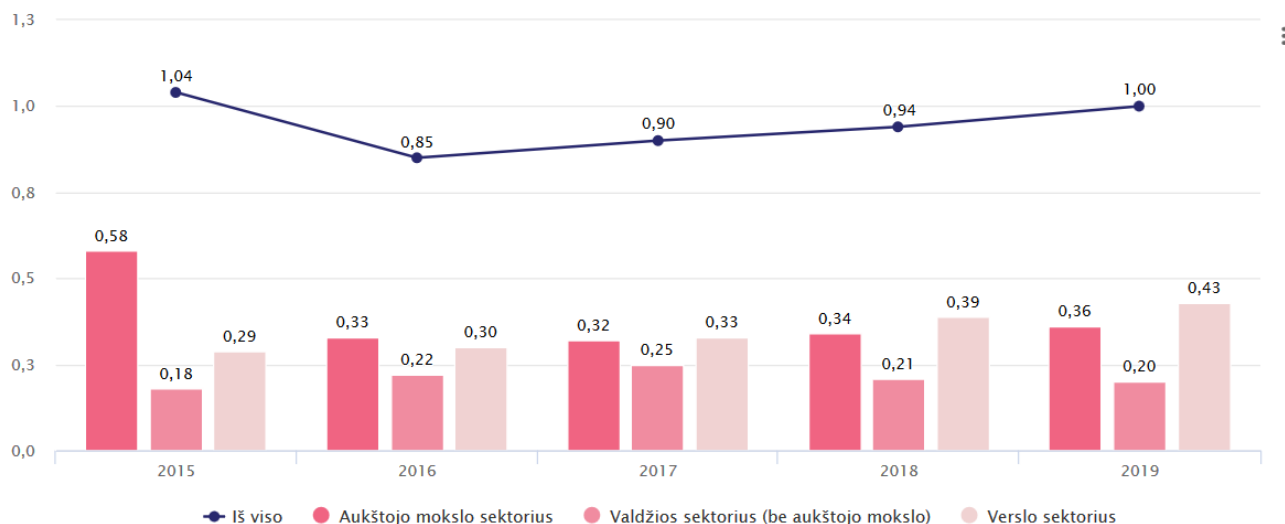
Globalizacija vaidina itin svarbų vaidmenį SVV įmonių vystyme ir plėtroje ne tik atveriant įmonėms naujas galimybes, bet neretai ir keliant grėsmę efektyviam jų veikimui. Globalizacija reiškia ne tik galimybę SVV įmonėms patekti į naujas rinkas, naujus verslo partnerius, lengviau pasiekiamus išteklius ir masto ekonomiją, padedančią sumažinti išlaidas bei padidinti įmonių konkurencingumą rinkoje, bet ir tokius iššūkius, kaip trūkinėjančios tiekimo grandinės, komponentų stygius, žaliavų kainų šuoliai ir pan., ypač išryškėjusius pastaruoju metu dėl Covid-19 pandemijos.

Smulkusis ir vidutinis verslas yra dinamiškiausias, tačiau kartu ir labiausiai pažeidžiamas verslas pasaulio ekonomikoje. Jis yra reikšmingas bet kurios šalies vystymuisi, nes vaidina svarbų vaidmenį užtikrinant žmonijos raidą, skurdo mažinimą bei tvarų ekonomikos augimą (Gamage, 2019). SVV tampa svarbiu veikėju pasaulinės prekybos įtakos sferoje (Torres – Ortega ir kt., 2015).

Globalizacija paspartina vystymosi veiksmų perdavimą, skatina inovacijas ir žinių sklaidą (Marakova ir kt., 2016). Europos Komisijos ataskaitoje (2018) teigiama, jog Lietuvos švietimo sistamai trūksta efektyvumo ir ji nepakankamai reaguoja į darbo rinkos poreikius. Skaitmeniniai įgūdžiai nėra plačiai paplitę tarp visų Lietuvos gyventojų. Bendras informacinių ir telekomunikacijų technologijų (IRT) specialistų užimtumas Lietuvoje yra mažesnis už ES vidurkį. Tai iš dalies yra didelio kvalifikuotos darbo jėgos nutekėjimo pasekmė. Lietuvos SVV įmonės yra nepakankamai inovatyvios, o mokslinių tyrimų ir eksperimentinės plėtros intensyvumas Lietuvoje yra santykinai žemas (Europos komisija, 2020).

Nors moksliniams tyrimams ir eksperimentinei plėtrai (MTEP) Lietuvoje skiriamas dėmesys auga, tačiau pagal šį rodiklį Lietuvą vis dar atsilieka nuo ES vidurkio (IVPK, 2021). Remiantis Statistikos departamento duomenimis, 2019 m. MTEP darbams Lietuvoje skirtos išlaidos, lyginant su 2018 m.,

išaugo 57,6 mln. eurų, arba 13,5 proc. 2019 m. išlaidų MTEP santykis su bendrojo vidaus produktu (BVP) sudarė tik 1 proc. (ES – 2,19 proc.). Aukštojo mokslo ir valdžios sektoriuose šis santykis buvo 0,57 proc. (2018 m. – 0,55 proc.), verslo sektoriuje – 0,43 proc. (2018 m. – 0,39 proc.).



5 pav. Išlaidos MTEP, lyginant su BVP, proc. (Šaltinis: Europos komisija, 2019)

Nepaisant inovacijų ir tarptautiškumo skatinimo svarbos SVV augimui, jų poveikis įmonių veiklai pradėtas tyrinėti tik prieš keletą metų (Love, Roper, 2015). Pasak Becker ir Egger (2013), inovacijų poveikis Vokietijos SVV įmonių produktyvumui yra reikšmingas ir turi įtakos priimant sprendimus dėl eksporto.

Tačiau esama tyrimų, kurių rezultatai atskleidžia ir neigiamą inovacijų bei internacionalizacijos poveikį SVV veiklos rezultatams dėl tam tikrų SVV įmonėms būdingų barjerų, tokių kaip finansinio kapitalo ar tinkamo vadovavimo stokos, dėl nepakankamos įmonių reputacijos, atveriančios galimybes pristatyti užsienio rinkoms inovatyvius produktus, kurių tinkamumas nėra įrodytas ar pakankamai ištestuotas (Booltink, Saka-Helmhout, 2018).

SVV eksporto plėtrai įtaką turi ne tik įmonių vystomos naujovės, bet ir jų turimos patekimo į naujas rinkas galimybės. Patekimo į naujas užsienio rinkas klausimas tampa vis svarbesnis ypač toms SVV įmonėms, kurios turi ribotą vidaus rinką ir jų veikla yra nišinė.

Mokslinėje literatūroje teigiama, kad SVV įmonės gali būti labiau linkusios į tarptautinę plėtrą tada, kai yra sukaupusios finansinių išteklių, jų vidaus rinka buvo prisotinta ir naujų pajamų galimybės gali atsirasti tik patekus į naujas rinkas. Tačiau suvaldyti tarptautinę plėtrą ir naujovių diegimo procesą gali būti sudėtinga net ir brandžioms, daugiau vidinių išteklių turinčioms SVV įmonėms.

Itin svarbi SVV vystymosi ir augimo sąlyga – užtikrinti, kad SVV įmonės galėtų gauti tinkamą finansavimą. Tai taip pat tampa kritiškai svarbiu faktoriumi ekonominio šoko, pavyzdžiui Covid-19 pandemijos krizės, su kuria pasaulis šiuo metu susiduria, metu. SVV įmonės tampa pažeidžiamos dėl ekonominio šoko sukeltų sutrikimų ir susijusių suvaržymo priemonių, įskaitant sutrikimus vietos rinkose, verslo tinkluose ir pasaulinėse bei vietos tiekimo grandinėse. Tikėtina, kad SVV taip pat stipriai paveiks ilgalaikis ekonomikos ir finansų nuosmukis po to, kai praeis visuomenės

sveikatos krizė. Šie veiksniai turės įtakos daugeliui pagrindinių būsimų SVV finansinių rodiklių (OECD, 2020).

2020 metų Europos Komisijos Lietuvos metinėje ataskaitoje teigiama, jog SVV įmonėms gauti finansavimą nėra lengva. 2018 m. atlikto tyrimo metu 13 proc. Lietuvos SVV įmonių (palyginimui: ES – 7 proc.) nurodė, jog galimybė gauti finansavimą joms kelia didžiausią rūpestį.

Kasmet atliekamose „*Doing Business*“ ataskaitose daugiausia dėmesio skiriama iššūkiams, su kuriais susiduria SVV įmonės. Ataskaitoje analizuojami 190 šalių duomenys dešimtyje verslo reglamentavimo sričių. Nors bendrame 2020 metų verslo sąlygų vertinime Lietuva užima itin aukštą 11-ą vietą, kai kurių, SVV įmonėms itin aktualių sričių, tokių, kaip **kreditų prieinamumo, smulkiųjų akcininkų apsaugos ar verslo pradžios vertinimai nėra palankūs** (1 lent.).

1 lentelė. Iššūkiai, su kuriais susiduria SVV įmonės (Šaltinis: „*Doing Business*“)

	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Bendra vieta tarp 190 šalių	24	20	21	16	14	11
Kreditų prieinamumas	23	28	32	42	44	48
Mokesčių mokėjimas	44	49	27	18	18	18
Prisijungimas prie elektros tinklų	105	54	55	33	26	15
Smulkiųjų akcininkų apsauga	78	47	51	43	38	37
Statybų leidimai	15	18	16	12	7	10
Sutartinių įsipareigojimų vykdymas	14	3	6	4	7	7
Tarptautinė prekyba	21	19	19	19	19	19
Turto registravimas	9	2	3	3	3	4
Verslo pradžia	11	8	29	27	31	34
Bankrotų reguliavimas	67	70	66	70	85	89

Onkelinx ir kt. (2016) teigimu, sėkmingai tarptautinei SVV įmonių plėtrai labai svarbūs yra darbo našumas bei investicijos į žmogiškąjį kapitalą. Darbo našumas priklauso nuo kapitalo kiekio, tenkančio vienam dirbančiajam. Našumo lygis Lietuvoje auga, tačiau nuo ES vidurkio pagal šį rodiklį atsiliekame. Remiantis 2019 m. duomenimis, Lietuvoje kapitalo kiekis vienam dirbančiajam yra 2,7 karto mažesnis už ES vidurkį.

Pastarojo dešimtmečio tyrimai pagrindžia tarptautinių vertės grandinių (TVG) reikšmę ekonominiam šalių augimui. Tokių nedidelių šalių, kaip Lietuva, kurios neturi iškastinių resursų, eksportuotojų įsitraukimas į TVG yra itin svarbus. Pažymėtina, jog didžioji dalis Lietuvos įmonių nėra didelės pridėtinės vertės produktų kūrėjos. Dažniausiai Lietuvos gamintojai vykdo stambių užsienio bendrovių užsakymus, perkelti į Lietuvą tarpinių gaminių gamybą. Dėl šios priežasties Lietuvos ekonomikos konkurencingumas ateityje susidurs su rimtais iššūkiais, nes ekonomikos struktūrinė kaita nėra pakankamai sparti (Visionary analytics, 2019).

„Verslios Lietuvos“ ekspertai taip pat rekomenduoja daugiau dėmesio skirti eksporto galimybių stiprinimui tų SVV įmonių, kurios kuria aukštesnės pridėtinės vertės produktus, nes tokių įmonių galimybės ateityje tapti didelėmis tarptautinėmis bendrovėmis yra daug didesnės.

1.3.3. SVV konkurencingumo plėtotės prielaidų stiprinimas

Globalioje aplinkoje kartu su pasauline ekonomine integracija SVV tenka susidurti su besikeičiančia aplinka ir stipria konkurencija. Auga konkurentų, kurie gali pateikti rinkai kokybiškesnes prekes ar paslaugas, skaičius. Globali konkurencija įvardijama kaip pagrindinis iššūkis SVV (Auwal ir kt., 2018), o rinkos globalizacija – veiksnys, darantis didelę įtaką verslo konkurencijai (Ahmedova, 2015). Globali konkurencija labiau paveikia tas SVV įmones, kurių

produktai yra lokalizuoti ir segmentuoti. Prekybos liberalizavimas atveria galimybes gerai įsitvirtinusioms ir stiprioms užsienio įmonėms įsiskverbti į nepakankamai išsivysčiusias vidaus rinkas. Vietos SVV susiduria su daugybe sunkumų varžantis su gerokai pranašesniais konkurentais bei tęsiant veiklą vidaus rinkose.

Pasak Jinjarak, Wignaraja (2016), finansinių suvaržymų įveikimas, turimas pakankamas kapitalas, efektyvus pinigų srautų valdymas ir lengvai pasiekiamas pasaulinis kapitalas yra būtinos sąlygos tam, kad įmonės galėtų konkuruoti globalioje erdvėje. Gerėjant finansiniams SVV pajėgumams, skatinant mokslinius tyrimus ir plėtrą, investicijas į žmogiškąjį kapitalą, bendradarbiaujant su mokslo institucijomis, išauga SVV galimybės konkuruoti visame pasaulyje.

Visuotinė konkurencija privertė įmones daugiau dėmesio skirti savo verslo strategijoms. Augant konkurencijai pasaulinėse rinkose, kai sparčiai besikeičiančios technologijos ir stipri pasaulinė konkurencija turi stiprų poveikį esamų produktų ir paslaugų pridėtinei vertei, įmonės pradeda identifikuoti inovacijų svarbą. Daugelis mokslinių tyrimų taip pat pabrėžia teigiamą naujovių taikymo poveikį SVV konkurencingumui. Pasak Senerio ir kt. (2014 m.), dėmesys inovacijomis pagrįstiems aukštos pridėtinės vertės produktams ir paslaugoms padidina SVV konkurencingumą pasauliniu lygiu. Remiantis specifiniu konkurenciniu pranašumu ir inovatyviais aukštos pridėtinės vertės produktais, SVV įmonės gali savo verslą nukreipti iš mažos pridėtinės vertės į nišines rinkas, o tai sustiprina SVV ir užtikrina jo pranašumą globalioje konkurencinėje kovoje. (Ahmedova 2015).

Išnagrinėta medžiaga bei daugelis SVV įmonėms būdingų charakteristikų, tokių kaip įmonės dydis, finansinis pajėgumas, kuriama pridėtinė vertė, našumas, valdymas, inovatyvumas, santykiai su klientais ir pan., leidžia išgryninti silpnąsias ir stipriąsias SVV įmonių puses, galimybes ir grėsmes joms konkuruojant globalioje aplinkoje.

Toliau esančioje lentelėje pristatomos smulkiojo ir vidutinio verslo įmonių stiprybės (SVV įmonių išskirtinumas, konkurencinis pranašumas) ir silpnybės (probleminės, tobulintinos sritys) bei atsiveriančios globalios rinkos galimybės ir grėsmės Lietuvos SVV įmonėms, vykdančioms ar planuojančioms vykdyti eksportą.

2 lentelė. Stiprybių, silpnybių, galimybių ir grėsmių (SSGG) analizė (sudaryta autorės)

Stiprybės	Silpnybės
• Lankstumas ir prisitaikymo galimybės • Greitas sprendimų priėmimas • Stabilumas • Orientacija į ilgalaikius tikslus • Susitapatinimas su verslu, nusistovėjusi verslo kultūra • Gebėjimas palaikyti glaudžius santykius su klientais • Aukšta specializacija • Gebėjimas taikyti nišines strategijas	• Riboti finansų, žmogiškųjų išteklių, gamybos ir kapitalo ištekliai • Nepakankamos investicijos į verslo vystymo sistemas • Trūksta vadybinių gebėjimų • Statinis mąstymas, nulemtas ribotos vadovo (savininko) patirties ir žinių • Eksportui reikalingų kompetencijų stoka • Sunkumai prisitaikant prie pokyčių ir iššūkių • Žemas darbo našumas • Žema kuriama pridėtinė vertė • Išsivysčiusiose užsienio šalyse įsitvirtinęs Lietuvos įmonių kaip žemų kainų / žemos pridėtinės vertės gamintojų įvaizdis
Galimybės	Grėsmės
• Klientų bazės išplėtimas • Priklausomybės nuo kelių pagrindinių klientų sumažinimas • Pardavimų plėtra • Rinkų diversifikavimas • Galimybė išlyginti su regionų verslo ciklu	• Stipri konkurencija • Dėl didelės konkurencijos mažėjančios kainos • Pasaulinės finansų ir ekonomikos krizės • Geopolitiniai pokyčiai, ekonominiai šokai • Trūkinėjančios tiekimo grandinės

• susijusius paklausos svyravimus • Papildomos nišinių produktų, kurių vietinė rinka yra ribota, augimo galimybės • Kontaktų ir partnerių tinklo sukūrimas, patirties įgijimas • Informacinės komunikacinės technologijos • Skaitmeninė aplinka • Socialiniai tinklai • Auganti informacinės visuomenės reikšmė • Stambių tarptautinių kompanijų kūrimasis	• Stambių tarptautinių korporacijų kūrimasis • Pigus importas • Technologiniai iššūkiai
---	---

Apibendrinant galima teigti, jog smulkiojo ir vidutinio verslo eksporto svarba Lietuvos ekonomikos augimui yra neabejotina. Ekonominių šokų, tokių kaip Covid-19 pandemijos laikotarpiais eksportas, tame tarpe ir SVV įmonių, tampa pagrindiniu veiksniu, lemiančiu šalies ekonomikos atsigavimą. Siekiant SVV plėtros, eksportas suteikia strategines galimybes. Globali rinka ne tik atveria naujas SVV vystymosi perspektyvas, bet ir sukuria iššūkius, kuriuos sėkmingai įveikia konkurencinį pranašumą turinčios SVV įmonės.

SVV eksporto problematikos analizė skatina toliau gilintis, analizuoti SVV eksporto plėtros potencialą, skatinimo priemones ir gerąją užsienio šalių patirtį, siekiant išsiaiškinti pagrindines kliūtis, ribojančias SVV eksporto plėtrą Lietuvoje bei nustatyti, kokie veiksniai turi didžiausią poveikį SVV eksporto rezultatams.

2. SVV eksporto plėtros potencialo Lietuvoje teoriniai sprendimai

Sėkminga eksporto plėtra prisideda prie prekybos deficito sumažinimo ir prie teigiamo prekybos balanso, stiprina šalies ekonomikos augimą. Norint pasiekti šių ekonominių rezultatų, svarbu palaikyti į eksportą orientuotas įmones jų internacionalizacijos žingsniuose tiek eksportuojant pirmą kartą, tiek atveriant naujas rinkas. Vykdydamos atitinkamas eksporto skatinimo programas valstybinės ir privačios institucijos prisideda prie tradicinių internacionalizacijos kliūčių panaikinimo (Sasina, Höfferer, Grausberg-Ladinig, 2020).

2.1. Eksporto skatinimo samprata

Eksporto skatinimas, kaip poveikio šalių ekonomikos augimui priemonė, pradėtas taikyti 1930 metais. Nuolat vykstantys pokyčiai makro bei mikro lygmenyse skatino šalis ieškoti naujų verslo galimybių už nacionalinių valstybių sienų. Eksportas ir eksporto skatinimo veikla, kuri sulaukė susidomėjimo dėl prekybos deficito pusiausvyros, nedarbo ir vidaus augimo sulėtėjimo, tapo svarbiu valstybės ekonominės plėtros programos komponentu (Todaro, Smith, 2012).

Visuotinėje lietuvių enciklopedijoje (2015) rašoma, jog 1920 – 1940 metais Lietuvoje eksporto skatinimas taip pat buvo vienas svarbiausių ekonomikos tikslų. Lietuva prekiaavo su 50 užsienio šalių, ir prekybos balansas buvo teigiamas.

Eksporto skatinimo veikla pradėta reglamentuoti nuo 1947 metų, pradėjus veikti Bendrajam susitarimui dėl muitų ir prekybos (GATT). Šis susitarimas reglamentavo tarptautinės prekybos taisykles ir veikė iki 1995 m., kada įkurta Pasaulio prekybos organizacija (sutr. PPO), perėmusi ir toliau nustatanti eksporto skatinimo taisykles. Pasikeitė eksporto skatinimo reguliavimas, kai kurios eksporto skatinimo veiklos imtos vertinti kaip užsienio prekybą iškreipianti praktika. Eksporto subsidijos, remiantis Pasaulio prekybos organizacijos taisyklėmis, laikomos nesąžininga konkurencija ir yra uždraustos. Tačiau šios subsidijos neretai įgauna įvairias formas. Dažnai paslėptas eksporto subsidijavimas įgyvendinamas kredituojant eksportą (Pilinkienė, 2016). Netgi ES šalyse, kur formaliai neturėtų kilti jokių kliūčių prekybai su kitomis ES šalimis, vis dar pasitaiko atvejų, diskriminuojančių kitų ES šalių prekių ir paslaugų tiekėjus. Lietuva PPO nare yra nuo 2001 metų. 2004 m. įstojus į ES, Lietuva nutraukė visas anksčiau sudarytas ES negaliojančias laisvosios prekybos sutartis ir įsipareigojo taikyti ES veikiančias sutartis su tarptautinėmis organizacijomis ir trečiosiomis šalimis.

Eksporto skatinimo priemonės, kurias galima naudoti pagal dabartinę Pasaulio prekybos organizacijos (PPO) sistemą, gali būti traktuojamos kaip ekonominės plėtros priemonės. Valstybės parama eksportuotojams tampa būtinybe dėl neišvengiamos konkurencijos su kitų valstybių ekonomikos subjektais, kurie yra palankesnėje padėtyje. Ši palanki padėtis įgyjama ne tik turint didesnę patirtį pasaulinėje rinkoje, bet ir efektyviai veikiant eksporto skatinimo procesų valdymo sistemai jų šalyse.

Mokslinėje literatūroje eksporto skatinimas interpretuojamas dvejopai. Vienu atveju – tai „*laissez-faire*“ – laisvosios rinkos, laisvosios prekybos ir laisvosios konkurencijos sinonimas (pranc. palikite ramybėje, leiskite veikti; Vainienė, 2005), o kitu – pabrėžiama valstybės intervencijos svarba skatinant eksportą. Valstybės ir kitų viešojo ar privataus sektoriaus institucijų veikla, nukreipta į eksporto skatinimą sulaukia didelio akademinų tyrėjų dėmesio. Šis susidomėjimas, viena vertus,

atspindi galimo eksporto skatinimo naudos verslui pripažinimą, kita vertus – tai, jog sėkminga eksporto įmonių veikla lemia jų kompetencijos užsienio rinkose augimą bei ekonominę šalies gerovę. Taigi, dažnesnis mokslininkų tyrimo objektas yra antroji eksporto skatinimo interpretacija.

Eksporto skatinimo politika atspindi nacionalinių vyriausybių suinteresuotumą skatinti eksportą. Subsidijos, mokesčių išimties ir specialios kredito linijos yra pagrindinės priemonės, naudojamos eksportui skatinti. Eksporto skatinimas dažniausiai apima valstybės ir institucijų pastangas bei veiklą, skirtą skatinti prekių ir paslaugų pardavimą užsienyje. Įmonių poreikiai ir vyriausybių bei kitų organizacijų gebėjimai patenkinti šiuos poreikius skiriasi, todėl ir mokslinėje literatūroje galima rasti skirtingų eksporto skatinimo apibrėžimų (3 lent.).

3 lentelė. Eksporto skatinimo samprata (sudaryta autorės)

Šaltinis	Apibrėžimas
Held, Holger (2000)	Eksporto skatinimas gali būti apibrėžiamas kaip užsienio ekonominės politikos dalis, kuri apima visas priemones, skirtas pagerinti ekonomines sąlygas įmonėms, siekiančioms plėtoti verslą užsienio rinkose.
Czinkota, Ronkainen, Moeffett (2005)	Eksporto skatinimas apibrėžiamas kaip vyriausybės pastangos skatinti eksportą, teikiant pagalbą eksportuojančioms įmonėms.
Todaro, Smith (2012)	Eksporto skatinimas - tai valstybės pastangos eksporto skatinimo priemonių pagalba vykdyti eksporto plėtrą.
Gabler Wirtschaftslexikon (n.d.)	Eksporto skatinimas - tai valstybės parama eksportui, įskaitant tiesiogines ir netiesiogines vyriausybės bei privačias priemones.
Das Lexikon der Wirtschaft (n.d.)	Eksporto skatinimas - tai visos priemonės, skirtos palengvinti prekių ir paslaugų patekimą į tarptautines rinkas bei pagerinti galimybes pasaulinėje rinkoje.
Trade terminology (n.d.)	Eksporto skatinimas - tai viešojo ar privataus sektorių užsienio prekybos parama tokiomis priemonėmis, kaip verslo misijos ir prekybos mugės, pagrįsta turima rinkų informacija ir analize.

Apibendrinant galima teigti, jog **eksporto skatinimas yra viena pagrindinių galimybių, kurios pagalba valstybės sąmoningai gali daryti įtaką eksportuojamų prekių ir paslaugų apimčiai bei rūšims.** Eksporto skatinimas apima tam tikras viešosios politikos priemones, suaktyvinančias eksporto veiklą įmonės, pramonės ar nacionaliniu lygiu.

Atskirose valstybėse veikia skirtingos eksporto skatinimo programos ir priemonės. Bernatonytė (2008) eksporto skatinimo priemones skirsto į finansinio ir nefinansinio rėmimo priemones. Finansinio rėmimo priemonės apima lengvatinį kreditavimą, eksporto kreditų draudimą, subsidijavimą. Nefinansinio rėmimo priemonės orientuotos į pagalbą įmonėms užmezgant naujus verslo kontaktus su užsienio partneriais, informacijos apie užsienio rinkas teikimą ir pan.

Genctürk ir Kotabe (2001) teigia, kad valstybės eksporto skatinimo programų naudojimas yra būtinas tiesioginio bendrovių eksporto rodiklių faktorius. Tokia sąveika lemia įmonių dalyvavimą eksporto veikloje. Eksporto skatinimo programos yra esminis šaltinis kuriant žinias ir patirtį, reikalingą siekiant sėkmingai dalyvauti tarptautinėje rinkoje. Eksporto skatinimo programos yra naudojamos kaip priemonė motyvuoti įmones užsiimti eksporto veikla, o jei pelnas yra pagrindinis eksporto variklis, eksporto paskatos vaidina svarbų vaidmenį palaikant tokią motyvaciją ir veiklą.

Czinkota (2002) išskiria šias eksporto skatinimo priemones:

- pagalba įmonėms teikiant informaciją ir konsultacijas dėl jų veiklos užsienio rinkose;
- informavimo veikla užsienio šalyse, informacijos teikimas ir reklama galimiems pirkėjams;

- vyriausybių pastangos sumažinti biurokratinės kliūtis tiek šalyje, tiek užsienyje, išaiškinti eksporto procesą ir sukurti palankesnę prekybos aplinką sudarant dvišalius ir daugiašalius susitarimus;
- vyriausybių tiesiogiai ar netiesiogiai subsidijuojamos eksporto veiklos, skiriant eksportuotojams subsidijas ir taikant mokesčių lengvatas.

Pirmoji priemonė – pagalba įmonėms teikiant informaciją apie užsienio rinkas – yra ypač svarbi padedant įmonėms sėkmingai dirbti užsienyje. Prieš pradėdama eksporto procesą, įmonė turi žinoti apie užsienio rinkoje vyraujančias sąlygas. Be to, įmonės dažnai turi prisitaikyti prie skirtingos kultūrinės, kalbinės ir demografinės aplinkos. Kontaktinė verslo informacija taip pat yra labai naudinga įmonėms. Įmonių užmegzti verslo kontaktai dažnai yra gyvybiškai svarbūs norint pasirašyti bendradarbiavimo sutartį su užsienio verslo partneriais.

Antroji priemonė – pagalba skleidžiant informaciją galimiems užsienio klientams – yra dar vienas eksporto skatinimo būdas. Kaip teigia Czinkota (2002), bet koks eksporto skatinimas nesiseka, jei rinkoje niekas neperka. Klientai turi žinoti apie siūlomus produktus, ir tai dažnai galima pasiekti kuriant įvaizdį ir informacijos sklaidą, vykdomą dalyvaujant užsienio parodose, verslo misijose. Reklamos kampanijos užsienyje, pristatančios šalies prekes ir paslaugas, taip pat yra vertingos priemonės būsimiems pirkėjams informuoti apie šalies produktus.

Trečioji priemonė – vyriausybių pastangos sumažinti eksportuotojams tenkančią biurokratiją, taip pat derybos dėl palankesnių prekybos susitarimų – yra daugelio šalių, kurioms skiriama daugiausia dėmesio eksporto srityje, dėmesio centre. Gana dažnai šalių vyriausybės tam, kad išaiškintų biurokratinius eksporto proceso aspektus, siūlo konsultavimo ar mokymo paslaugas, visų pirma skirtas eksportuojantiems pirmą kartą ir smulkiosioms bei vidutinėms įmonėms. Šalių vyriausybės siekia palengvinti eksporto veiklą, sudarydamos palankesnes prekybos sąlygas, sudarydamos dvišalius ir daugiašalius susitarimus, atveriančius įmonėms naujas rinkas ir naujas galimybes. Neretai eksporto licencijavimas, mokesčiai ir kitos biurokratinės kliūtys atgraso įmonę nuo eksporto veiklos, todėl šalių vyriausybės stengiasi palengvinti įėjimą į naujas rinkas procesą.

Įvairių šalių vyriausybės kuria ir įgyvendina politikos programas, skirtas kliūtims, su kuriomis susiduria eksportuojančios įmonės, palengvinti. Tai visų pirma apima paramą teikiant finansavimą, patekimą į rinką, informaciją apie rinką, valdymo gebėjimus ir reguliavimo aplinką, trukdančią SVV įmonių eksporto plėtrai (Doh ir Kim, 2014; Gilmore ir kt., 2013). Optimaliai SVV eksporto veiklai neturėtų trukdyti išteklių trūkumas ir instituciniai veiksniai, kuriuos šalių vyriausybės yra pajėgios pašalinti (Beck, 2013).

2.2. Eksporto skatinimas Lietuvoje

Eksporto skatinimas yra prioritetinė Lietuvos Vyriausybės ekonominės politikos veiklos sritis. Eksporto skatinimo priemonių tikslas – gerinti prieigą prie užsienio rinkų, teikti pagalbą užmezgant naujus verslo kontaktus su galimais užsienio verslo partneriais, didinti Lietuvos įmonių žinomumą užsienyje, skatinti eksporto plėtrą. Nepaisant spartaus eksporto apimčių augimo, Lietuvos prekių ir paslaugų eksporto vertė, tenkanti 1000-iui gyventojų, apie 13 proc. atsilieka nuo ES vidurkio. Taigi, priemonės, orientuotos į eksporto didinimą, išlieka aktualios.

Lietuvoje taikomos tiek finansinės, tiek nefinansinės eksporto skatinimo priemonės, kurias administruoja ir koordinuoja Ekonomikos ir inovacijų ministerija, Lietuvos verslo paramos

agentūra (LVPA), „Versli Lietuva“ ir kitos valstybinės bei privačios institucijos. Eksporto skatinimo priemonės finansuojamos naudojant valstybės biudžeto, ES struktūrinių fondų, kitas lėšas. Lietuvoje taikomas eksporto skatinimo priemonės galima analizuoti pagal finansavimo šaltinius, SVV eksportą skatinančias asociacijas, organizacijas ir institucijas ar eksporto skatinimo priemonių pagalba sprendžiamas problemas (6 pav.).

Pagal finansavimo šaltinį	Pagal sprendžiamas problemas	Pagal atsakingas institucijas
- Iš ES struktūrinių fondų lėšų; - Finansuojama valstybės lėšomis; - Finansuojama privačiomis lėšomis	- Ugdo verslininkų eksporto įgūdžius; - Teikia pagalbą įeinant į užsienio rinkas; - Padedą identifikuoti ir išnaudoti eksporto galimybes; - Padedą rasti naujus verslo partnerius; - Teikia pagalbą inovatyvioms įmonėms.	- Ekonomikos ir inovacijų ministerija; - Užsienio reikalų ministerija; - Versli Lietuva; - Verslo asociacijos ir konfederacijos; - Prekybos, pramonės ir amatų rūmai; - INVEGA; - MITA; - LIC.

6 pav. Eksporto skatinimo priemonių skirstymas (Sudaryta autorės)

Pagrindinės Lietuvoje taikomos eksporto skatinimo priemonių grupės apima:

- VšĮ „Versli Lietuva“ ir komercijos atašė tinklo teikiama pagalba;
- ES parama, skirta padėti įmonėms rasti užsienio verslo partnerius bei didinti pardavimus užsienio rinkose. ES parama įmonės gali pasinaudoti dalyvaudamos tokiose priemonėse kaip „Naujos galimybės LT“, „Expo konsultantas LT“, „Verslo klasteris LT“, „Epo sertifikatas LT“, „Tarptautiškumas LT“;
- INVEGOS teikiamos eksporto kredito draudimo garantijos;
- tinklinių organizacijų, tokių kaip Prekybos, pramonės ir amatų rūmai, Europos įmonių tinklas, verslo asociacijų ir konfederacijų paslaugos verslui vykdant eksporto veiklą.

Sėkmingas eksporto skatinimo programų valdymas ir priemonių parinkimas yra sudėtinga užduotis, reikalaujanti žinių, pastangų ir išteklių. Eksporto plėtros iššūkiai globalizacijos kontekste kelia naujus reikalavimus valstybėms, jų nacionalinėms institucijoms bei verslo subjektams. Atsiranda būtinybė priimti naujus strateginius eksporto plėtros sprendimus, skatinančius susitelkti į naujų priemonių, leidžiančių peržengti tradicinio verslo ribas ir įgyti konkurencinį pranašumą užsienio rinkose, kūrimą. Todėl orientacija į naujų eksporto plėtros strateginių kryptių formavimą ir eksporto plėtros trajektorijų modelių kūrimą yra būtina.

Nacionalinės ekonomikos prioritetinė orientacija į eksportą užtikrina tvarią ir dinamišką pažangą bei ekonominį ir finansinį saugumą. Eksporto skatinimo politikos ir taikomų priemonių efektyvumą atspindi eksporto apimčių augimas ir eksporto rinkų plėtra. Nustatant prioritetines eksporto skatinimo priemones, vienas svarbiausių kriterijų yra eksportuojančio ar ketinančio eksportuoti verslo poreikiai.

VŠĮ „Versli Lietuva“

2020 m. VŠĮ „Versli Lietuva“ parengė šešių Lietuvos prioritetinių sektorių eksporto strategijų projektus, padedančius SVV eksportuotojams sutaupyti išlaidas ir turimus išteklius nukreipti tinkama linkme. Pagrindinis šių projektų tikslas – paskatinti perspektyviniuose sektoriuose veikiančių SVV įmonių lietuviškų prekių ir paslaugų eksportą. Projektuose pateikiamos konkrečių rinkų analizės, tendencijos, kokios prekės ar paslaugos yra perspektyvios, komunikacijos strategijos bei kita naudinga informacija, kurią gali taikyti Lietuvos SVV įmonės, vykdančios ar planuojančios eksportą šiose prioritetinėse srityse.

4 lentelė. Perspektyvinių sektorių strateginės eksporto kryptys (Šaltinis: VŠĮ „Versli Lietuva“)

Perspektyvinis sektorius	Prioritetinės rinkos	Strateginės kryptys
Baldų	Vokietija, Prancūzija	Užsakomosios gamybos modelio vystymas; Nuosavo dizaino skatinimas, išskirtinis dėmesys tvarios gamybos principams.
Maisto ir gėrimų	Vokietija, Nyderlandai	Užsakomosios maisto ir gėrimų produkcijos gamybos vystymas ir eksporto augimas; Naujų sveikų ir ekologiškų produktų su lietuvišku prekės ženklu vystymo skatinimas.
Tradicinės inžinerijos	Vokietija, Prancūzija	Tradicinės inžinerijos sektoriaus įmonių komponentų ir gaminių eksporto apimčių augimo skatinimas; Kompleksinių sprendimų kūrimas ir sektoriaus įmonių tarpusavio bendradarbiavimo skatinimas.
Aukštųjų technologijų inžinerijos	Vokietija, Prancūzija	Aukštųjų technologijų inžinerijos sektoriaus įmonių gaminių ir sprendimų eksporto didinimas, pritaikant juos klientų poreikiams ir kuriant kompleksinius sprendimus kartu su partneriais ir klientais; Inovatyvių, pasaulio mastu konkurencingų produktų ir technologijų kūrimas ir eksportas.
Informacinių technologijų	Vokietija, Švedija	Užsakomųjų IT paslaugų eksportas; Naujų inovatyvių produktų vystymas, atsižvelgiant į tikslinių rinkų rinkos poreikius, eksportuojamų IT produktų pasiūlos plėtra.
Biotechnologijų ir farmacijos	Vokietija, JAV	Eksporto apimčių į tikslines rinkas didinimas bei naujų inovatyvių produktų gamyba. Paslaugų kūrimas, orientuojantis į įmonių ir mokslo bendradarbiavimą bei partnerių tikslinėse rinkose paiešką.

Europos įmonių tinklo paslaugos vykdant eksporto veiklą

Europos įmonių tinklas padeda įmonėms augti tarptautiniu mastu. Tai didžiausias pasaulyje SVV įmonių paramos tinklas, veikiantis daugiau kaip 60 pasaulio šalių ir vienijantis apie 3000 ekspertų, atstovaujančių daugiau kaip 600 organizacijų, tokių kaip prekybos ir pramonės rūmai, regionų plėtros organizacijos, technologijų ir inovacijų centrai, aukštosios mokyklos ir mokslinių tyrimų institutai. Lietuvoje šio tinklo atstovai yra prekybos, pramonės ir amatų rūmai, veikiantys Vilniuje, Kaune ir Klaipėdoje bei Lietuvos inovacijų centras (LIC). Pagrindinės Europos įmonių tinklo teikiamos paslaugos:

- pagalba randant užsienio verslo partnerius;
- ekspertų konsultacijos, nukreiptos į verslo augimą bei užsienio verslo plėtrą;
- sprendimais pagrįstos paslaugos, padedančios komercializuoti inovatyvias idėjas.

ES parama Covid-19 pandemijos laikotarpiu

2020 m., reaguojant į Covid-19 pandemiją, Europos Parlamentas ir Taryba priėmė sprendimą dėl lankstesnio ES struktūrinių ir investicinių fondų lėšų naudojimo ES šalyse narėse. Fondų lėšos buvo nukreiptos neigiamiems padariniams verslui sušvelninti bei ekonomikai stabilizuoti. Atlikti Veiksmų programos pakeitimai, papildant ją naujais prioritetais, skirtais pandemijos sukeltai krizei įveikti.

2020 m. iš viso projektinei veikai iš ES paramos fondų skirtas 1186 mln. eurų finansavimas, išmokėta – 314,66 mln. eurų. 2021 m. skirtas 87,28 mln. eurų finansavimas, tačiau išmokėta – tik 4,08 mln. eurų.

Covid-19 pandemija apsunkino sklandų projektinės veiklos įgyvendinimą, tačiau pasigendama ir didesnio ES paramą administruojančių institucijų įsigilinimo į nukentėjusio verslo situaciją. Turizmo sektoriuje dirbančių įmonių veikla 2020, 2021 m. karantinų metu buvo uždrausta arba apribota. Dėl pasaulinės pandemijos įvairiose šalyse ir Lietuvoje buvo sustabdytos vidaus, tarptautinės kelionės, draudžiama viešbučių, SPA veikla. Karantino laikotarpiu įmonės patyrė didžiulius nuostolius, turizmo sektorius priskiriamas prie labiausiai Covid-19 paveikto verslo. Remiantis Statistikos departamento duomenimis, 2020 m. dėl pandemijos užsienio turistų skaičius sumažėjo 75 proc. Dėl apriboto judėjimo, turizmo sektoriaus įmonės pagal „Naujų galimybių“ priemonę negalėjo dalyvauti užsienio parodose ir verslo misijose. Norint tęsti projektines veiklas 2022 metais, reikalaujama atnaujinto įmonių – projektinių veiklų dalyvių vertinimo, ar galutiniai naudos gavėjai nėra priskiriami sunkumus patiriančių įmonių kategorijai. Neabejotina, jog turizmo sektoriaus įmonės dėl veiklos draudimų dirbo nuostolingai ir pagal projektų aprašus dauguma jų yra priskiriamos sunkumus patiriančių įmonių kategorijai bei dėl šios sąlygos projektų veiklos tęsti negali.

2.3. SVV eksporto skatinimo algoritmai užsienio šalyse

Siekiant išanalizuoti ir šiame darbe pritaikyti gerąją kitų užsienio šalių patirtį SVV eksporto skatinimo srityje pasirinktos 3 šalys: Danija, Vokietija ir Slovėnija. Visos šios šalys pasižymi gerais eksporto rodikliais, 2015 – 2019 m. eksporto apimtys jose nuosekliai augo. Eksporto balansas Danijoje, Vokietijoje ir Slovėnijoje – teigiamas. Eksportuojamų prekių trejetuke – aukštos pridėtinės vertės gaminiai. 2019 m. bendros išlaidos MTEP šiose šalyse buvo mažiausiai du kartus didesnės nei Lietuvoje.

5 lentelė. Eksporto rodiklių palyginimas (sudaryta autorės, pagal „Eurostato“ duomenis)

Šalis	Gyventojų skaičius 2020 m.	Bendros išlaidos MTEP 2019 m., proc. nuo BVP	Prekybos balansas, 2019 m., proc.	Eksportuota už mln. JAV dol.				
				2015 m.	2016 m.	2017 m.	2018 m.	2019 m.
Lietuva	2 722 289	0,99	-4,77	25 411	25 022	29 350	33 335	33 151
Danija	5 792 202	2,96	3,7	94 619	94 729	101 434	108 523	109 992
Vokietija	83 783 942	3,17	6,62	1 323 665	1 332 489	1 444 776	1 556 623	1 486 877
Slovėnija	2 078 938	2	1,71	26 587	27 658	31 894	36 471	37 575

6 lentelė. Pagrindinės eksporto rinkos ir prekės

Šalis	Vokietija	Danija	Slovėnija
Pagrindinės eksporto rinkos	JAV Prancūzija	Vokietija JAV	Vokietija Italija

	Kinija Nyderlandai Jungtinė Karalystė	Švedija Jungtinė Karalystė Norvegija	Kroatija Austrija Prancūzija
Pagrindinės eksporto prekės	Motorinės transporto priemonės ir atsarginės jų dalys; Mašinos, įskaitant kompiuterius; Duomenų apdorojimo prietaisai, Elektros ir optikos gaminiai; Chemijos pramonės gaminiai; Elektros įrengimai.	Medikamentai; Mašinos, įskaitant kompiuterius; Elektros generatoriai bei įrengimai; Mineralinis kuras, įskaitant naftą; Optinė, techninė, medicininė aparatūra.	Motorinės transporto priemonės ir atsarginės jų dalys; Medikamentai; Elektros generatoriai ir įrengimai; Mašinos; Mineralinis kuras, įskaitant naftą.

Danija, kaip nedidelė Europos šalis, pasirinkta dėl šalies eksporto efektyvumo. Danija yra geras struktūruoto ir koordinuoto požiūrio į eksporto skatinimą, kuris šalyje pradėtas taikyti daugiau kaip prieš 15 metų, pavyzdys. Viena iš pagrindinių priežasčių, kodėl šalis yra tarp dvidešimties turtingiausių pasaulio šalių, yra gerai išvystyta joje veikiančių įmonių galimybė parduoti savo produktus ir paslaugas pasaulio rinkose.

Vokietija yra didžiausia eksportuotoja Europoje ir turi senas prekybos tradicijas. Vokietija yra itin glaudžiai susijusi su pasaulio rinkomis ir labai integruota į pasaulio ekonomiką. Pagal prekių eksporto rodiklius Vokietija užima 3 vietą pasaulyje – po Kinijos ir JAV ir yra tarp didžiausių tarptautinių paslaugų eksportuotojų. Nors kiekybiškai Vokietijos SVV nedomino Vokietijos tarptautinėje prekyboje, nemažai SVV įmonių yra aktyvios užsienio rinkose. 2015 m. birželio mėn. Europos Komisijos užsakymu atliktoje „Euro barometro“ apklausoje nustatyta, jog per 2012 – 2015 m. laikotarpį viena iš dviejų Vokietijos SVV įmonių eksportavo. Palyginimui, penkiose didžiausiose ES valstybėse narėse vidutinė eksportuojančių SVV dalis yra gerokai mažesnė (atitinkamai – 29 proc., Lietuvoje, 2019 m. duomenimis, – 19 proc.).

Slovėnija pasirinkta dėl panašumų su Lietuva. Lietuva nepriklausomybę paskelbė 1990 m., Slovėnija iš Jugoslavijos pasitraukė 1991 m. Abi šalys ES narėmis tapo 2004 metais. Netgi abiejų šalių bendrasis vidaus produktas yra panašus – Slovėnijos 47,12 mlrd. eurų, Lietuvos – 45, 2 mlrd. eurų. Lietuva ir Slovėnija turi po vieną jūrų uostą – Klaipėdą ir Koperį. Tačiau Slovėnija ES yra laikoma labiau išsivysčiusia šalimi nei Lietuva. Jos teritorija (20273 kv. km) yra tris kartus mažesnė nei Lietuvos (65300 kv. km). Pagal gyventojų skaičių skirtumas nėra toks didelis (5 lent.).

Eksporto skatinimo organizacijos

Danija eksporto skatinimo veiklos koordinavimą pradėjo stiprinti 2000 m., sukurdamą vieningą eksporto skatinimo struktūrą. Už eksporto skatinimą Danijoje yra atsakinga Užsienio reikalų ministerija. Ministerijos priežiūroje veikia Danijos prekybos taryba, „Invest in Denmark“, „DANIDA“, ambasados ir konsulatai, veikiantys kaip ministerijos operatyviniai padaliniai. Tai reiškia, kad visi, su eksporto skatinimu susiję viešieji subjektai, yra tos pačios organizacijos dalis. Be šių organizacijų Danija yra įkūrusi 8 inovacijų centrus, kurie veikia Miunchene, Naujajame Delyje, San Paule, Seule, Šanchajuje, Silicio slėnyje, Tel Avive ir Bostone. Šie centrai padeda Danijos įmonėms rasti partnerius, investuotojus ir suteikia žinias, kurių pagalba įmonės gali plėtoti savo verslą šiose šalyse. Centrų veikla administruojama ir koordinuojama iš Užsienio reikalų ministerijos būstinės Kopenhagoje, o Aukštojo mokslo ir mokslo ministerija prižiūri tarptautinį bendradarbiavimą mokslinių tyrimų srityje.

Vokietija taip pat sujungė viešąsias organizacijas, atsakingas už jų eksporto skatinimą, į didesnius subjektus. Pagrindinės eksporto skatinimo organizacijos Vokietijoje yra „Germany Trade and Invest“ (GTAI), Vokietijos užsienio prekybos rūmai (AHK) bei užsienio atstovybės. GTAI veikia kaip tinklo centras – svarbiausia jos paslauga yra rinkos informacijos teikimas. Kitos paslaugos – eksporto skatinimas, investuotojų konsultavimas, rinkodaros paslaugos ir naujų federalinių žemių populiarinimas. Vokietijos užsienio prekybos rūmai (AHK) yra atsakingi už praktinį eksporto skatinimą ir yra įsteigti net 90-yje šalių visame pasaulyje. Jie taip pat veikia kaip svarbi jungtis tarp vietos ar regiono lygio ir tarptautinio lygio per 79 pramonės ir prekybos rūmus (IHK), kur, skirtingai, nei Lietuvoje visų juridinių asmenų narystė yra privaloma. 2016 m. Vokietijos ekonomikos ir technologijų ministerijos tyrimas atskleidė, jog Vokietijos įmonės svarbiausiomis eksporto skatinimo organizacijomis laiko Vokietijos užsienio ir regioninius pramonės ir prekybos rūmus (AHK ir IHK).

Trečiasis Vokietijos eksporto skatinimo ramstis yra užsienio prekybinių misijų tinklas, veikiantis daugiau kaip 220 šalių. Užsienio misijos yra ypač svarbios tose šalyse, kurios nėra atstovaujamos AHK ar GTAI. Kalbant apie eksporto skatinimą, užsienio atstovybės palengvina ryšius priimančiose šalyse, organizuoja verslo kontaktų renginius ir teikia verslui aktualią informaciją.

Slovėnijoje panašus eksportą skatinančių organizacijų susijungimas įvyko 2012 m., po kurio įkurta viešoji įstaiga „SPIRIT Slovenia“. Slovėnijos vyriausybės verslo plėtros agentūrai „SPIRIT Slovenia“ patikėtos užduotys, padedančios didinti Slovėnijos ekonomikos konkurencingumą verslumo, tarptautinės prekybos, užsienio investicijų ir technologijų srityse.

Vokietija ir Slovėnija, apjungdamos organizacijas, atsakingas už eksporto skatinimą, išlaikė tradiciškesnį darbo pasidalijimą nei Danija. Už šalių ekonomiką atsakingos ministerijos koordinuoja eksporto paramos veiklas, o Užsienio reikalų ministerija kartu su užsienio atstovybių tinklu vykdo vystomąjį bendradarbiavimą. Tačiau, palyginti su Danija, tos organizacijos yra pavaldžios už šalių ekonomiką atsakingoms ministerijoms. Vokietijoje, Slovėnijoje, o taip pat ir Lietuvoje veiklą, susijusią su eksporto skatinimu, kuruoja tiek Ekonomikos (Vokietijoje – Ekonomikos ir energetikos, Slovėnijoje – Ekonomikos ir technologijų, Lietuvoje – Ekonomikos ir inovacijų), tiek Užsienio reikalų ministerijos.

Eksporto skatinimo politiką ir priemones nustatančios strategijos svarba

Danijos, Vokietijos ir Slovėnijos eksporto skatinimo politiką ir priemones apibrėžia eksporto strategijos, orientuotas į tarptautinės konkurencijos augimo bei įmonių veiklos plėtros tarptautinėse rinkose skatinimą.

Danijoje užsienio prekyba yra priemonė, skirta didesniai produktyvumui užtikrinti ir didesnei gerovei sukurti. Keičiantis ekonominėms sąlygoms, keitėsi ir dėmesys galimoms eksporto rinkoms. 2014 metais, konstatavus, jog pasauliniai augimo modeliai keičiasi ne Europos rinkų link ir nebesitikint eksporto augimo nusistovėjusiose ar tradicinėse rinkose Europoje ir Šiaurės Amerikoje, Danijoje parengta strategija pirmenybę teikiant naujoms augimo rinkoms, tačiau išlaikant dėmesį ir tradicinėms rinkoms, kurios gali būti tolesnio eksporto trampinas. Strategija buvo įgyvendinta taikant devynias bendras priemones, apimančias 40 iniciatyvų. Nuo 2018 m. kovo mėn. buvo parengta nauja strategija, kurioje išskirtinis dėmesys skiriamas Danijos pozicijų inovacijų ir skaitmeninio srityse stiprinimui. Strategijoje išskiriamos sritys, kuriose Danijos įmonės turi itin geras galimybes: informacinių ir komunikacinių technologijų (ICT) sektorius, žemės ūkio ir maisto

sektorius, vandens, aplinkos ir energetikos technologijos bei ekologiški sprendimai, sveikatos priežiūros sektorius.

7 lentelė. Strateginis ir teminis požiūris į eksporto skatinimą (sudaryta autorės)

Šalis	Vokietija	Danija	Slovėnija
Eksporto strategija (Taip/Ne)	Taip	Taip	Taip
Atsakinga už eksporto strategijos įgyvendinimą	Ekonomikos ir energetikos ministerija	Užsienio reikalų ministerija	Ekonomikos ir technologijų ministerija
Prisidedantys prie eksporto strategijos įgyvendinimo	Vokietijos prekyba ir investicijos (GTAI), Vokietijos prekybos ir pramonės rūmai užsienyje (AHKs), pramonės ir prekybos rūmai (IHKs), misijos užsienyje.	Prekybos taryba	Viešoji įstaiga „Spirit Slovenia“
Užsienio atstovybių tinklas	Taip	Taip	Taip
Regioninis eksporto skatinimo organizacijų tinklas	Taip	Taip	Nepakankamai išplėtotas
Eksporto skatinimo koordinavimas			
Atsakingos institucijos	GTAI, AHKs, misijos užsienyje	Prekybos taryba, inovacijų centrai	„Spirit Slovenia“, Slovėnijos verslumo fondas (SEF)
Koordinavimas	GTAI, AHKs.	Užsienio reikalų ministerija/Prekybos taryba	Ekonomikos ir technologijų ministerija, „Spirit Slovenia“, Slovėnijos verslumo fondas (SEF)
Eksporto skatinimo priemonės nukreiptos į:			
Tikslinės rinkos	Visos šalys	Azijos šalys, JAV	Naujos rinkos. Stipri priklausomybė nuo kaimyninių šalių rinkų.
Teminės sritys/ sektoriai	Didelės apimties projektai/SVV	Aplinkosauga, vanduo, energetika, sveikatos apsauga, maisto pramonė ir žemės ūkis, urbanistiniai sprendimai, skaitmenizavimas/SVV.	SVV inovacijos, skaitmenizavimas. Tikslas – eksportuoti kuo daugiau galutinių aukštesnės pridėtinės vertės produktų.

Visos trys šalys turi nemažai eksporto skatinimo priemonių ir instrumentų, kurie verslo įmonėms teikiami per viešąsias įstaigas.

Vokietijoje egzistuoja įvairios eksporto skatinimo schemos, kurias siūlo tiek valstybinės, tiek privačios institucijos. Kai kurios iš jų taikomos tik smulkiąjam ir vidutiniams verslui. Vykdoma rinkos plėtros programa, skirta visų pramonės sektorių SVV įmonėms. Ji yra suskirstyta į skirtingus modulius ir teikia konsultacijas apie pagrindinius žingsnius, kurių reikia imtis prieš eksportuojant, teikia informaciją apie konkrečias tikslines rinkas, remia dalyvavimą parodose, padeda plėtoti ryšius su užsienio verslo partneriais. Be to, Ekonomikos ir energetikos ministerija administruoja vadinamąsias eksporto iniciatyvas, daugiausia dėmesio skirdama SVV įmonėms, veikiančioms tokiose srityse kaip žaliosios technologijos ar sveikatos priežiūra. Eksporto iniciatyvos taip pat teikia SVV konsultacijas, informaciją ir galimybes pristatyti savo prekes bei rasti verslo kontaktus užsienyje.

Danijoje eksporto skatinimas regioniniu lygmeniu vykdomas per penkis regioninius verslo plėtros centrus (Vaeksthus) Danijoje: Centrinėje, Šiaurės, Pietų Danijoje, Zelandijoje ir Kopenhagoje. Centrų veiklos tikslas – užtikrinti įmonių eksporto galimybes. Danijoje yra aiškus veiklos eksporto skatinimo srityje pasidalijimas tarp Prekybos tarybos ir Regioninių verslo plėtros centrų. Visaapimančią požiūrį į SVV patirties ir strateginių pajėgumų gerinimą bei galimybes tarptautinėse rinkose galima rasti programose, kuriose mokymas derinamas su konsultanto arba patarėjo eksporto klausimais pagalba. Tokiu principu paremta Danijoje ypač pasiteisinusi „VITUS“ programa, skirta SVV įmonėms, turinčioms aukštą tarptautinį augimo potencialą, siūlant konsultacijas ir vienerių metų intensyvius mokymus.

Prekybos taryba teikia nemokamas ir mokamas įmonių konsultavimo paslaugas, taip pat finansuoja įmones. Tarp nemokamų įrankių yra įmonės pasirengimo eksportui galimybė pasitikrinti internete. Paslaugą teikia Prekybos taryba. Testas grindžiamas keletu klausimų apie produktą, rinką ir strategiją, o pagal pateiktus atsakymus parengtas iniciatyvų, kurias reikėtų įgyvendinti, vertinimas. Daugelį paslaugų teikia ne tik Prekybos taryba. Pirmajai kategorijai priskiriamos paslaugos teikiamos kartu su inovacijų centrais, o dauguma paslaugų, susijusių su pardavimų didinimu, yra teikiamos bendradarbiaujant su regioniniais verslo plėtros centrais.

Danijos įmonės taip pat gali pasitelkti verslo plėtros konsultantus – patarėjus, kurie yra kaip oficialūs Danijos vietos valdžios institucijų atstovai strategiškai svarbiuose sektoriuose. Šiuose sektoriuose Danija turi ypatingą kompetenciją ir patirtį, susijusią su viešojo ir privataus sektorių bendradarbiavimu, pavyzdžiui, gali būti pateikta informacija apie vietos vandens sektorių Pietų Afrikoje, Kinijos laivybą ar kiaulių auginimą Kolumbijoje. Patarėjai taip pat supranta vietos paklausą, kuriai Danijos įmonės gali pasiūlyti sprendimus. Be to, jie kuria ir palaiko ryšius su atitinkamomis vietos valdžios institucijomis. Šiuo metu Danijos ambasadose 14 – oje šalių yra 25 verslo plėtros konsultantai.

Slovėnijai, kaip ir Lietuvai eksporto skatinimas yra labai svarbus, kadangi eksportas sudaro daugiau kaip 80 proc. jos BVP. Siekiant išplėsti Slovėnijos eksporto geografinę įvairovę bei sudaryti geresnes sąlygas Slovėnijos SVV įmonėms užsienio rinkose, teikiama nemažai nemokamų paslaugų esamiems ir galimiems eksportuotojams, kurių daugelis sutampa arba yra panašios į „Verslios Lietuvos“ teikiamas paslaugas Lietuvos SVV įmonėms.

Slovėnijoje eksporto skatinimą kuruoja Ekonomikos ir technologijų ministerija, viešoji agentūra „Spirit Slovenia“ ir Slovėnijos verslumo fondas (SEF). Už eksporto skatinimą Slovėnijoje atsakinga ir Užsienio reikalų ministerija bei 20-yje Slovėnijos užsienio ambasadų dirbantys ekonomikos patarėjai, Slovėnijos eksporto ir plėtros bankas, Slovėnijos prekybos rūmai (CCIS), vienijantys apie 7000 įvairaus dydžio įmonių iš visų šalies regionų. Tai ne pelno siekianti, nevyriausybinė, nepriklausoma verslo organizacija, atstovaujanti savo narių interesams ir yra įtakingiausia Slovėnijos verslo asociacija. CCIS po savo stogu vienija 24 filialų asociacijas, atstovaujančias visiems Slovėnijos ekonomikos sektoriams bei valdo 13 regioninių rūmų tinklą.

Slovėnija, kaip ir Lietuva, nuo 2008 m. pradėjo taikyti įvairias eksporto skatinimo politikos priemones. Remiamas SVV dalyvavimas tarptautinėse mugėse, parodose ir verslo misijose bei Slovėnijos verslo klubų steigimas užsienyje. Tarptautinei rinkodarai ir rinkos tyrimams skiriamos dotacijos. Slovėnijos Vyriausybės 2015 – 2020 m. tarptautinės prekybos programa ir veiksmų planai, grindžiami esamomis politikos priemonėmis ir naujomis priemonėmis, nukreiptomis į SVV bendradarbiavimą ir tinklų kūrimą bei pagalbą patenkant ir įsitvirtinant tarptautinėse rinkose ir pasaulinėse vertės grandinėse. Nuo 2017 m. skatinamas SVV įmonių, vykdančių ar planuojančių

vykdyti eksportą, skaitmenizavimas. Tokia parama galima pavyzdžiui elektroninei verslo bendradarbiavimo platformai finansuoti, interneto svetainių ir internetinių parduotuvių užsienio rinkoms kūrimo bei skaitmeninės ir elektroninės prekybos kompetencijų mokymų išlaidoms kompensuoti.

Pagalba Slovėnijos SVV įmonėms teikiama visuose jų eksporto plėtros etapuose, pradedant parengiamuoju etapu, patekimu į rinką, eksporto operacijomis ir jų pozicijų užsienio rinkose stiprinimu ir baigiant įsitvirtinimu naujose rinkose. Esamiems ir galimiems eksportuotojams teikiama ir finansinė parama daugiausia per ES paramos priemones. Be bendro rinkos tyrimų ir su dalyvavimu tarptautinėse parodose bei mugėse susijusios veiklos finansavimo, Slovėnijoje remiamos naujos formos, skatinančios tarptautinę prekybą: t. y. verslo skaitmenizavimas, nauji verslo modeliai, grupinės patekimo į naujas eksporto rinkas iniciatyvos ir pan.

Visą šią veiklą su prekės ženklu „SPOT Global“ vykdo viešoji įstaiga „SPIRIT Slovenia“.

Pagrindinės SVV eksporto skatinimo paslaugos Slovėnijoje:

- eksporto konsultacijos;
- Slovėnijos ekonomikos grupiniai pristatymai tarptautinėse parodose užsienyje;
- individualių verslo susitikimų rengimas užsienio rinkose;
- individualus SVV įmonių dalyvavimas tarptautinėse parodose ir mugėse užsienyje;
- verslo partnerystės skatinimas siekiant patekti į užsienio rinkas;
- pagalba registruojant prekės ženklus užsienio rinkose;
- SVV mokymai užsienyje;
- užsienio rinkų tyrimai, tarptautiniai sertifikatai ir standartai.

8 lentelė. Eksporto skatinimo instrumentų apžvalga (sudaryta autorės)

Šalis	Vokietija	Danija	Slovėnija
Valstybės paramos priemonės eksportui skatinti			
Konsultavimas	Nemokamos/mokamos konsultacinės paslaugos	Nemokamos/mokamos konsultacinės paslaugos	Nemokamos/mokamos konsultacinės paslaugos
Informacija	GTAI informacinės paslaugos	Prekybos tarybos internetinis puslapis	„Spirit Slovenia“ informacinės paslaugos, „Spirit Izvoznio okno“ internetinis puslapis.
Programos	Rinkos plėtros programa	Subsidijuojama „VITUS“ programa	Įvairios ES paramos programos
Mokymai	-	Subsidijuojama eksporto mokymų programa	Subsidijuojama SVV eksporto mokymų programa
Fondai	Eksporto kredito garantijos	Eksporto kredito garantijos	Eksporto kredito garantijos
Kita	Parama rengiant/ dalyvaujant tarptautiniuose konkursuose	Bendras eksporto skatinimas	Bendras eksporto skatinimas, parama dalyvaujant tarptautiniuose verslo kontaktų renginiuose.
Paslaugos SVV įmonėms	Rinkos plėtros programa	Subsidijuojama veikla daugiausia skirta SVV	Subsidijuojama veikla daugiausia skirta SVV

Nustatant SVV eksporto skatinimo prioritetus labai svarbu atsižvelgti ne tik į turimą Lietuvos patirtį ir verslo poreikius, bet ir į gerąją užsienio šalių praktiką, taikomus modelius ir priemones. Vokietijoje ir Danijoje yra itin gerai išplėtotas tiek vidaus, tiek išorės eksporto skatinimo paslaugų tinklas. Vokietijoje – per Vokietijos prekybos ir investicijų agentūrą (GTAI), regioninius ir užsienio pramonės ir prekybos rūmus, prekybos misijas. Danijoje – per Prekybos tarybą, ambasadas ir konsulatus, veikiančius kaip Užsienio reikalų ministerijos operatyvinius padalinius, inovacijų centrus, konsultantus – patarėjus ir regioninius verslo centrus. Slovėnijoje, kaip ir Lietuvoje pagrindinis vaidmuo tenka viešajai agentūrai „Spirit Slovenia“, svarbus ekonominės diplomatijos

vaidmuo, tačiau eksporto paslaugų tinklas nepakankami išplėtotas. Tinklų svarba pripažįstama visame pasaulyje, todėl tiek Danijos, tiek Vokietijos užsienio ir regioninių atstovybių tinklo modeliai galėtų būti pritaikomi ir Lietuvoje.

Užsienio atstovybių tinklas yra svarbi eksporto skatinimo dalis. Ambasadoriai ir kiti aukšto lygio valstybės tarnautojai gali atverti duris verslui, ambasadų ir konsulatų patalpose galima organizuoti individualius verslo susitikimus ir derybas, o šių institucijų darbuotojai turi ryšių ir žinių apie tikslines rinkas. Norint visapusiškai pasinaudoti šiuo tinklu, reikia glaudaus dviejų pagrindinių ministerijų, kuriojančių ekonomiką ir užsienio reikalus bendradarbiavimo, strategijos ir veiksmų suderinimo. Sėkmingam eksporto skatinimui itin svarbus ekonominės diplomatijos darbas analizuojant šalių eksporto potencialą užsienio rinkose.

Slovėnijos eksporto skatinimo priemonės yra panašios į Lietuvoje taikomas priemones bei daugiausia paremtos ES struktūrinių fondų finansavimu. Abiem šalims aktualus tikslas mažinti priklausomybę nuo ES struktūrinių fondų subsidijų, todėl Vokietijos ir Danijos taikomos priemonės, ypač tokios kaip Danijos „Vitus“ taip pat vertos dėmesio.

Labai svarbu turėti eksporto skatinimo strategiją su konkrečiais numatytais tikslais. Strategijos kūrimo ir įgyvendinimo procese turi dalyvauti visos susijusios suinteresuotosios šalys, kaip pvz. ministerijos, verslo organizacijos, viešosios įstaigos ir pan.

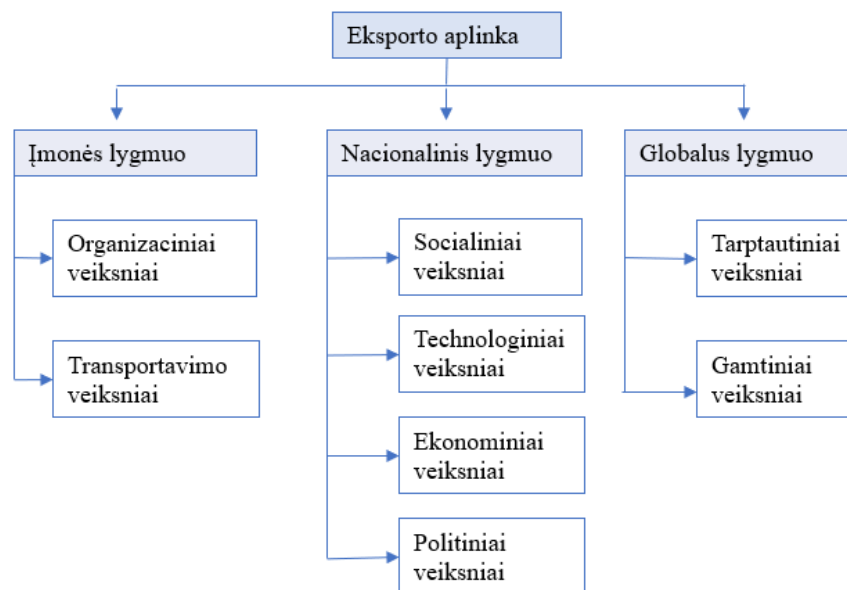
Ribotos finansinės galimybės įvardijama kaip viena svarbiausių priežasčių, trukdančių Slovėnijos SVV plėstis tarptautinėse rinkose. Su ta pačia problema susiduria ir Lietuvos SVV įmonės. Tuo tarpu Vokietijoje SVV eksporto finansavimui skiriamas itin didelis dėmesys.

Mokslininkų nustatyta, jog investicijos į MTEP suteikia įmonėms konkurencinį pranašumą eksporto srityje. Tai, jog nagrinėjamose šalyse bendros išlaidos MTEP mažiausiai du kartus didesnės nei Lietuvoje, galimai daro poveikį geresniems negu Lietuvos eksporto rodikliams, teigiamam eksporto balansui bei aukštos pridėtinės vertės gaminių eksportui.

2.4. Eksporto skatinimo veiksniai

Įmonių eksporto rezultatai yra kompleksiniai, todėl vertinant SVV eksporto plėtrą, jos galimybes, svarbu įvertinti ir poveikį eksporto rezultatams turinčius veiksnus. Nagrinėjant įvairius mokslinės literatūros šaltinius matyti, jog nėra vieningos nuomonės dėl eksporto plėtrą skatinančių veiksnių ir jų svarbos. Analizuojant vidaus ir užsienio rinkas, išskiriami įvairių aplinkų poveikiai. Verslo aplinka apima visus išorės ir vidaus veiksnus, kurie turi įtaką verslo veiklai. Eksporto verslo aplinka yra socialinių, technologinių, ekonominių, politinių, tarptautinių, gamtinių, transporto ir organizacinių veiksnių derinys (Stern, 2002).

Nagrinėjant eksporto skatinimo veiksnus, reikia įvertinti aspektus, turinčius poveikį SVV eksportuotojų konkurencingumo augimui. Siekiant sėkmingos eksporto plėtos, SVV eksportuotojai privalo atkreipti dėmesį į daugybę vidaus ir išorės veiksnių.



7 pav. Eksporto aplinkai poveikį turintys veiksniai (sudaryta autorės pagal Millath, 2016)

Millath (2016) eksporto aplinkai poveikį turinčius veiksnius skirto pagal globalų, nacionalinį ir įmonės lygmenį. Globaliame lygmenyje veiksniai skirstomi į tarptautinius ir gamtinius, nacionaliniame – į ekonominius, politinius, socialinius ir technologinius, o įmonės lygmenyje kaip pagrindiniai veiksniai išskiriami organizaciniai ir transportavimo.

Tarptautiniai veiksniai yra visų veiksmų, į kuriuos privaloma atsižvelgti planuojant eksportą, visuma. Tarptautiniai veiksniai nustato įvairių rūšių apribojimus ir galimybes, susijusias su pasaulio ir šalių susitarimais bei organizacijomis, nustatančiomis su tarptautine prekyba susijusią politiką ir sąlygas. Tarp svarbiausių tarptautinių ekonominių susitarimų ir organizacijų, jau anksčiau darbe minėti Bendrasis susitarimas dėl muitų ir prekybos ir jo funkcijas eksporto skatinimo reguliavimo srityje perėmusi, 161 valstybę vienijanti Pasaulio prekybos organizacija. Kiti tarptautinėje erdvėje veikiantiam verslui svarbūs susitarimai ir organizacijos: Pasaulio bankas, Ekonominio bendradarbiavimo ir plėtros organizacija, Europos laisvosios prekybos asociacija, Europos rekonstrukcijos ir plėtros bankas, Šiaurės Amerikos laisvosios prekybos susitarimas, Pietryčių Azijos valstybių asociacija, Jungtinių Tautų Organizacija, Naftą eksportuojančių šalių organizacija ir kt.

Žinios apie pasaulyje veikiančias organizacijas ir susitarimus, galimybes ir ribojimus padeda eksportuojančioms organizacijoms išvengti galimų grėsmių ir pasinaudoti egzistuojančiomis galimybėmis. Kalbant apie užsienio rinkos ypatumus – administracinę naštą ir įvairūs rinkos reglamentai (pvz., tarifai, kvotos ir kilmės nustatymo taisyklės) yra itin svarbūs eksporto rezultatus lemiantys veiksniai.

Gamtiniai veiksniai

Strateginių gamtinių išteklių, kaip svarbaus tarptautinės prekybos elemento, tema pastaruoju metu dažnai nagrinėjama mokslinėje literatūroje. Aiškinamasi, kaip netolygus išteklių pasiskirstymas lemia valstybių galią, jų vaidmenį globalioje geopolitinėje sąrangoje. Beveik 1/5 pasaulio prekybos prekių yra gamtos ištekliai. Apskaičiuota, jog 21 šalyje daugiau kaip 80 proc. eksporto sudaro gamtos ištekliai, iš kurių 9 šalys eksportuoja daugiau nei 50 proc. savo BVP. Tam, kad patenkintų vidaus paklausą, šalys, neturinčios savo gamtinių išteklių, privalo gamtinius išteklius, ypač

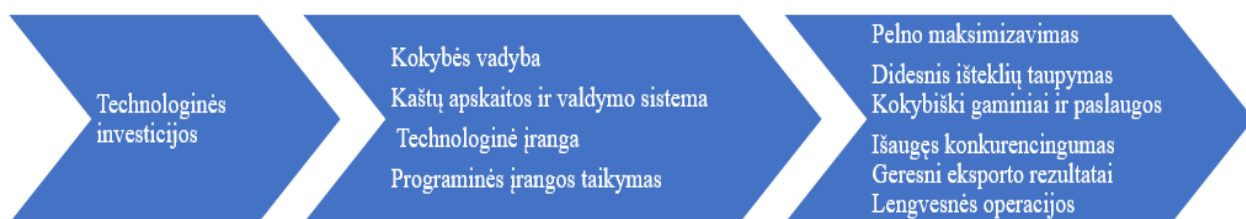
susijusius su pagrindiniais poreikiais ir kasdienio vartojimo prekėmis, importuoti. „Gamtinių išteklių trūkumas arba jų priklausymas išsivysčiusių šalių korporacijoms, taip pat dideli jų eksportuojamų žaliavų ir žemės ūkio produkcijos kainų svyravimai turi įtakos besivystančių šalių ekonominei pusiausvyrai ir stabilumui.“ (Pilinkienė, 2016. p. 197). Pirmaujančių pasaulio šalių pagal turimų gamtos išteklių vertę dešimtuką sudaro: Rusija, JAV, JAE, Kanada, Iranas, Kinija, Brazilija, Australija, Irakas, Venesuela.

Socialiniai veiksniai

Kiekviena visuomenė kuria savo socialinę aplinką, kuri apima darbo ir nedarbo struktūrą, gyvenimo ir darbo sąlygas, sveikatą, švietimą, pajamas, populiacijos charakteristikas, įskaitant dydį ir pasiskirstymą pagal amžių, lytį, etninę grupę, socialinę klasę, urbanizacijos lygį. Kai kurie papročiai, įsitikinimai, praktika ir elgesys yra panašūs visose kultūrose, o kai kurie – skiriasi. Jei verslas veikia daugiakultūroje terpėje, socialinė aplinka yra sudėtingesnė, nes aplinką sudaro atskiros subpopuliacijos, turinčios savo unikalias vertybes, įsitikinimus ir papročius. Socialinė ir darbo aplinka, asmeninė socialinė aplinka ir žinios yra dominuojantys faktoriai, skatinantys eksporto veiklą (Millath, 2016). Gebėjimas pagaminti daugiau negu suvartojama, motyvacija pradėti tarptautinį verslą ir žinios apie konkrečias rinkos galimybes skatina įmones eksportuoti. Socialinės vertybės taip pat turi įtaką eksporto verslo sėkmei. Visuomenė, kuri vertina aukštąjį mokslą, suteiks geresnę darbo jėgos kvalifikaciją, kuri paskatins didesnę našumą ir inovacijas. O visuomenė, kuri remia investicijas į viešąją infrastruktūrą, turės prieigą prie gerų transporto ir ryšių sistemų. Itin didelę reikšmę eksportui turi demografiniai pokyčiai, lemiantys rinkų dydžius bei apsprendžiantys paklausą eksporto procesuose.

Technologiniai veiksniai

Technologijų svarba ekonominei plėtrai yra neabejotina. Investicijos į technologijas yra pagrindinė priemonė į eksportą orientuotų įmonių strateginiams tikslams pasiekti.



8 pav. Technologinių veiksnių poveikis eksportui (Šaltinis: Millath, 2016)

Ekonominiai veiksniai

Žinios apie užsienio šalių ekonominę aplinką padeda vadovams priimti sprendimus dėl rinkos plėtos, prognozuoti, kaip tendencijos ir įvykiai gali paveikti būsimus įmonės veiklos rezultatus ir optimaliai panaudoti turimus išteklius. Šalies ekonominė sistema nustato prekių ir paslaugų gamybos, platinimo ir vartojimo lygį. Ekonominė sistema, kuri skirstoma į planinę, pagrįstą rinka ir mišrią, turi poveikį šalies eksportui ir ekonomikos augimo intensyvumui (Rajasekar, 2015).

Politiniai veiksniai

Tam, kad sumažintų galimą riziką eksportuojanti įmonė turi suprasti vidaus, užsienio ir tarptautinę politinę aplinką. Politinė stabilumas šalyje, valdymo ideologija, valdžios santykis su kitomis šalimis, šalies politika tarptautinio verslo atžvilgiu, elgesys su užsienio investuotojais, opozicinių partijų mąstymas politinėje sistemoje vaidina lemiamą vaidmenį eksporto versle (Millath, 2016). Vilpišauskas (2004) ekonominės politikos priemonės, kurių pagalba daroma įtaka eksportui, klasifikuoja į horizontaliąsias, sektorines arba vertikaliąsias, vidaus ir užsienio politikos priemonės. Krammer ir kt. (2018) pabrėžia, kad politinis nestabilumas ar didelė korupcija neigiamai veikia įmonių eksporto veiklos rezultatus.

Organizaciniai veiksniai

Vidaus veiksniai, kuriuos pačios bendrovės gali vystyti ir tobulinti yra ne mažiau svarbūs už išorės veiksnius. Vidiniai veiksniai yra pagrįsti taip vadinamu "ištekliais grindžiamu požiūriu". Išteklių pagrįstas požiūris atkreipia dėmesį į tai, kad bendrovę sudaro materialieji ir nematerialieji ištekliai (turtas, pajėgumai, procesai, valdymo požymiai, informacija ir žinios), kurie yra naudojami įgyvendinant strategijas, skirtas įmonių veiksmingumui ir veiklos efektyvumui didinti. Šis požiūris atskleidžia, jog šie įmonės kontroliuojami vidiniai organizaciniai ištekliai yra pagrindiniai veiksniai, lemiantys eksporto strategiją ir veiklos rezultatus (Ferreira ir Simões, 2016). Pagal šią teoriją, esminės verslo tarptautiškumą lemiančias priežastis pagrindžia įmonės turimi ištekliai. Kiekvienas organizacinis veiksnys gali būti skirtingo intensyvumo ar svarbos, priklausomai nuo laiko, erdvės ar konteksto. Itin svarbus veiksnys siekiant sėkmės eksporto srityje yra bendrovių poreikis inovacijoms (Oura ir kt., 2016). Love ir kt. (2016 m.) teigia, jog prie geresnių eksporto veiklos rezultatų prisideda tiek pramonės, tiek pačios įmonės inovacijos, tačiau jų geografinis poveikis yra skirtingas: pirmasis skatina tarpregioninį eksportą, o antrasis labiau atsispindi regionų vidaus eksporto rodikliuose.

Žmogiškieji ištekliai taip pat turi įtaką eksporto rezultatams. Kaip savo tyrimuose nurodė Krammer ir kt. (2018), Navarro-Garcia ir kt. (2016) ir Stoian ir kt. (2011), kalbant apie darbo jėgą, labiau specializuoti, kvalifikuoti darbuotojai ir kompetencija įmonėje turi teigiamą poveikį eksporto plėtrai. Stoian (2011), Love ir kt. (2016) išsamiai aprašė užsienio kalbų įgūdžių, tarptautinių verslo žinių ir patirties, darbuotojų pareigingumo svarbą plėtojant eksportą. Oura ir kt. (2016) nuomone, siekiant tarptautinio verslo pripažinimo, tarptautinė darbuotojų patirtis yra netgi svarbesnė už inovacijas. Navarro-Garcia ir kt. (2016) teigimu, siekiant užtikrinti eksporto sėkmę įmonėje būtinas eksporto skyrius ar padalinys. Kaip dar viena įmonių eksportui poveikį turinčių veiksmų grupė – su užsienio rinka susiję vidaus veiksniai, apimantys klientų paiešką, tarptautinis ryšius ir tinklus bei rinkodaros priemonių naudojimą.

Transportavimo veiksniai

Nors Millath (2016) transportavimo veiksnius priskiria įmonės aplinkai, manyčiau, kad tai taip pat gali būti ir nacionalinio lygmens veiksniai, kuriems atskirų organizacijų poveikis yra ribotas. Šiuolaikiniai, efektyvūs transporto tinklai vaidina itin svarbų vaidmenį tarptautinėje prekyboje. Transporto sąnaudos yra svarbi tarptautinės prekybos išlaidų dalis. Šalių investicijos į transporto infrastruktūrą sumažina verslo išlaidas ir pagerina įmonių galimybes konkuruoti pasaulio rinkose. Tarptautinis konkurencingumas daugiausia susijęs su prekių tiekimu į rinkas pigiau nei kiti gamintojai. Gravitacinis prekybos modelis atskleidžia neigiamą ryšį tarp atstumo ir prekybos srautų. Pasak Pilinkienės (2016), geografinis atstumas yra akivaizdžiausias prekybą ribojantis veiksnys, nes prekės turi būti vežamos iš vienos šalies į kitą. Nors geografinio atstumo išraiška kilometrais tarp

šalių yra bene paprasčiausias įvertinimas, tačiau, pavyzdžiui, P.Krugmanas ir M.Obstfeldas, kuriuos cituoja Pilinkienė (2016), kaip svarbiausią geografinio atstumo įvertinimo rodiklį nurodo transportavimo kaštus. Per pastaruosius dešimtmečius mažėję transporto kaštai teigiamai veikė tarptautinės prekybos rodiklius.

SVV eksporto skatinimo specifika

Daugelyje tyrimų, nagrinėjusių įmonių vidines charakteristikas ir išteklius, įmonės dydis ir eksporto patirtis paprastai įvardijami kaip teigiami eksporto veiklos veiksniai. (Chen ir kt., 2016). Didesnės įmonės turi daugiau patirties, išteklių ir pajėgumų pasinaudoti masto ekonomika ir didesnėmis tarptautinės rinkos galimybėmis.

SVV įmonės, vykdydamos ar planuodamos eksportą į užsienio rinkas, vis dar susiduria su daugybe iššūkių. Dėl to išskiriamos kelios akivaizdžios priežastys. SVV įmonės yra mažos, paprastos organizacijos, negalinčios pasinaudoti masto ekonomija, dažnai susiduriančios su patyrusių žmoniškųjų išteklių trūkumu, finansinių išteklių stygiu. Tačiau SVV įmonės gali būti lankstesnės nei stambus verslas ir yra pajėgios specializuotis atskiruose rinkos segmentuose. Šiame poskyryje išgryninsiu veiksnius, kurie labiausiai skatina arba trukdo SVV eksporto veiklai.

Vienas iš didžiausių iššūkių SVV įmonėms vykdančioms ar planuojančioms pradėti eksporto veiklą yra žinių trūkumas, kaip efektyviai prekiauti užsienyje. Daugumai SVV įmonių vystyti verslą už savo šalies sienų net ir naudojant pažangias technologijas, socialinės žiniasklaidos įrankius ar skaitmeninę rinkodarą yra didelis iššūkis. Vienas iš būdų, kaip verslas bando įveikti šį iššūkį, yra naujų rinkų, kuriose būtų lengva vykdyti verslą, paieška bei klientų identifikavimas tose rinkose.

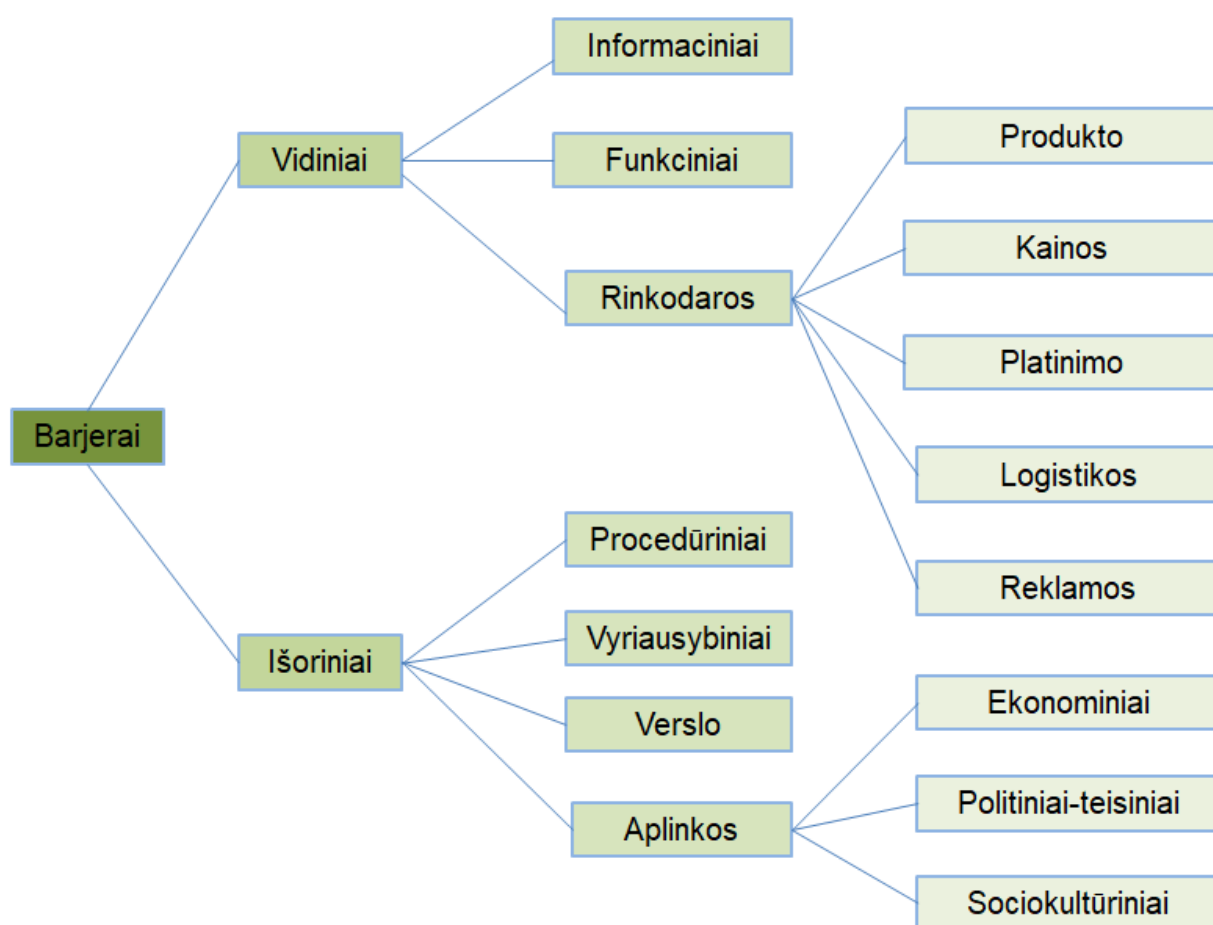
Pasak Chaudhry ir kt. (2018), pagrindiniai veiksniai, stabdantys SVV plėtrą yra šie:

- nepakankami finansiniai ištekliai. Smulkiųjų ir vidutinių įmonių galimybės gauti finansavimą yra apribotos ir tai gali turėti neigiamą poveikį jų augimui.
- stipri konkurencija. Vienas iš svarbiausių iššūkių, su kuriais susiduria eksportuojančios SVV įmonės yra didelė konkurencija.
- naudojamos pasenusios technologijos. Viena reikšmingiausių konkurencinio pranašumo dedamųjų yra technologijų tobulinimas. Neretai SVV įmonės neturi kompetencijų aukštųjų technologijų srityje ir kuria žemos pridėtinės vertės gaminius. Didžiajai daliai verslo atstovų nėra žinomas jų vystomo verslo poreikis naujoms technologijoms (Haneef, 2010).
- nepakankamas įmonių savininkų ir vadovų išsilavinimas. Tinkamo išsilavinimo tarp SVV įmonių savininkų ir vadovų stoka yra vienas iš veiksnių, stipriai ribojančių SVV įmonių augimą.
- tyrimų plėtos stoka. SVV plėtrą riboja per mažas dėmesys moksliniams tyrimams ir inovacijoms. Inovacijų stoka atsiliepią ir SVV darbo našumui.
- tinkamo personalo trūkumas. Įmonės susiduria su nepakankamai kvalifikuotais ir reikiamų įgūdžių neturinčiais darbuotojais. Siekiant pritraukti aukštesnės kvalifikacijos specialistus SVV įmonės neretai nepajėgia konkuruoti su didelėmis įmonėmis, kurių finansinės galimybės pritraukti aukštesnės kvalifikacijos darbuotojus yra gerokai didesnės.
- ribota šalių vyriausybės parama ir skatinimas. Nepakankamas šalių vyriausybės dėmesys ir netinkama politika riboja SVV plėtos galimybes.
- įmonių savininkai ir vadovai neremia eksporto veiklos. SVV įmonių sprendimas pradėti eksporto veiklą arba plėsti esamas eksporto rinkas priklauso nuo įmonių vadovų ir savininkų požiūrio.

- didelės gamybos sąnaudos. Eksportuojančių SVV įmonių plėtrai įtaką turi augančios sąnaudos. Didelės gamybos sąnaudos turi neigiamą poveikį SVV įmonių veiklos rezultatams (Haneef, 2010).
- įmonių savininkų ir vadovų požiūris į riziką. SVV savininkų ir valdytojų požiūris siekiant išvengti rizikos bei jų baimė dėl tam tikrų rizikos faktorių gali atsiliepti SVV augimui (Chaudhry ir kt., 2018).

Vieno žymiausių eksporto tyrinėtojų Leonidou eksporto barjerų klasifikacija yra žinomiausia ir išsamiausia, apimanti daugybę veiksnių, su kuriais susiduria SVV eksportuotojai. Visi veiksniai, apribojantys įmonių galimybes būti globalios rinkos dalyvėmis bei plėtoti verslą užsienio rinkose, vertintini kaip eksporto barjerai (Leonidou, 2004). Tie barjerai, su kuriais eksportuojančios įmonės susiduria įmonės viduje, yra laikomi vidaus barjeriais. Išorės barjerai apima visas kliūtis ir problemas, esančias už įmonės ribų.

Eksporto barjerai kur kas sunkiau įveikiami smulkiojo ir vidutinio verslo įmonėms.



9 pav. SVV eksporto barjerų klasifikacija pagal Leonidou

Informaciniai barjerai susiję su ribota informacija aptinkant bei analizuojant naujas rinkas, sudėtingais tarptautinių rinkų duomenimis, verslo galimybių nustatymu užsienio rinkose bei užsienio verslo partnerių identifikavimu.

Funkciniai barjerai apima apyvartinio kapitalo trūkumą eksporto finansavimui, laiko stoką bei netinkamai/nepakankamai parengtą įmonės personalą eksporto veiklai vykdyti.

Rinkodaros (produkto) barjerai – tai naujų gaminių užsienio rinkoms kūrimas; eksportuojamų produktų dizainas ir stilius; kokybės standartų, pakuočių ir ženklavimo atitikimas užsienio rinkoms bei techninis gaminių aptarnavimas.

Rinkodaros (kainos) barjerai susiję su tinkamu gaminio kainos klientams pasiūlymu bei kredito užsienio klientams suteikimu.

Rinkodaros (platinimo) barjerai apima produktų platinimo kanalų užsienio rinkoje specifiką, atsargų tiekimą bei patikimą įmonės reprezentavimą.

Rinkodaros (logistikos) kliūtys – tai didelės transportavimo/draudimo išlaidos ir sandėliavimo problemos užsienio rinkose.

Rinkodaros (reklamos) barjerai susiję su eksporto viešinimo veiklos reguliavimu.

Procedūriniai barjerai apima įvairias eksporto procedūras ir dokumentus, bendravimą su užsienio partneriais.

Vyriausybinių barjerai – tai eksportuojančioms įmonėms nepalankūs įstatymai bei nepakankama valstybės pagalba.

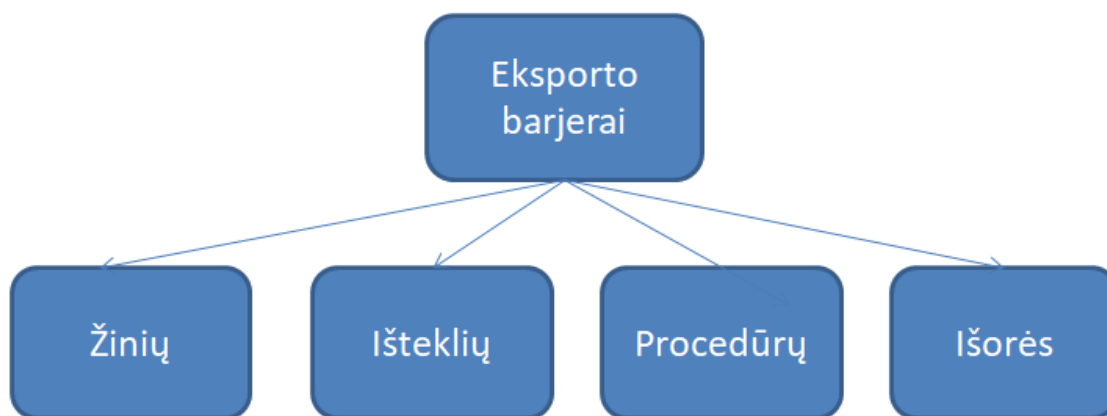
Verslo barjerai apima užsienio rinkose esančią konkurenciją bei skirtingus užsienio rinkų klientų pirkimo įpročius, papročius, tradicijas.

Aplinkos (ekonominės) kliūtys – nepalanki ekonominė aplinka užsienio rinkose bei rizika, susijusi su užsienio valiutos keitimu.

Aplinkos (politiniai – teisiniai) barjerai – griežti užsienio rinkos įstatymai, įvairūs apribojimai ir draudimai, politinis nestabilumas.

Aplinkos barjerai – verbalinės/neverbalinės kalbos, sociokultūriniai verslo kultūrų skirtumai.

Arteaga – Ortiz, Fernandez – Ortiz (2010) išskiria keturis pagrindinius poveikio veiksnius, pagal kuriuos eksporto barjerus klasifikuoja į žinių, išteklių, procedūrų ir išorės grupes (10 pav.).



10 pav. Eksporto barjerų klasifikacija pagal Arteaga – Ortiz ir Fernandez – Ortiz

- Žinių barjerai susiję su informacijos apie užsienio rinkas stoka bei negebėjimu išgryninti rinkos galimybių.
- Išteklių barjerai atspindi įmonių lėšų stygių.
- Procedūrų barjerai susiję užsienio prekybos dokumentais ir biurokratija.
- Kalbinius ir kultūrinius veiksnius Ortizas priskiria procedūrų barjerams.
- Išorinės barjerai – tai kliūtys, sąlygotos tarptautinių rinkų neapibrėžtumo.

Visi nuo įmonės nepriklausantys veiksniai, kaip pvz. konkurentai, poreikis ir pasiūla, priskiriami išorės barjerų grupei. Nustatyta, jog tarptautinėje prekyboje nedalyvaujančioms įmonėms aktualiausias yra žinių barjeras, o eksportuojančios įmonės dažniausiai susiduria su procedūrų kliūtimis ir ribojimais.

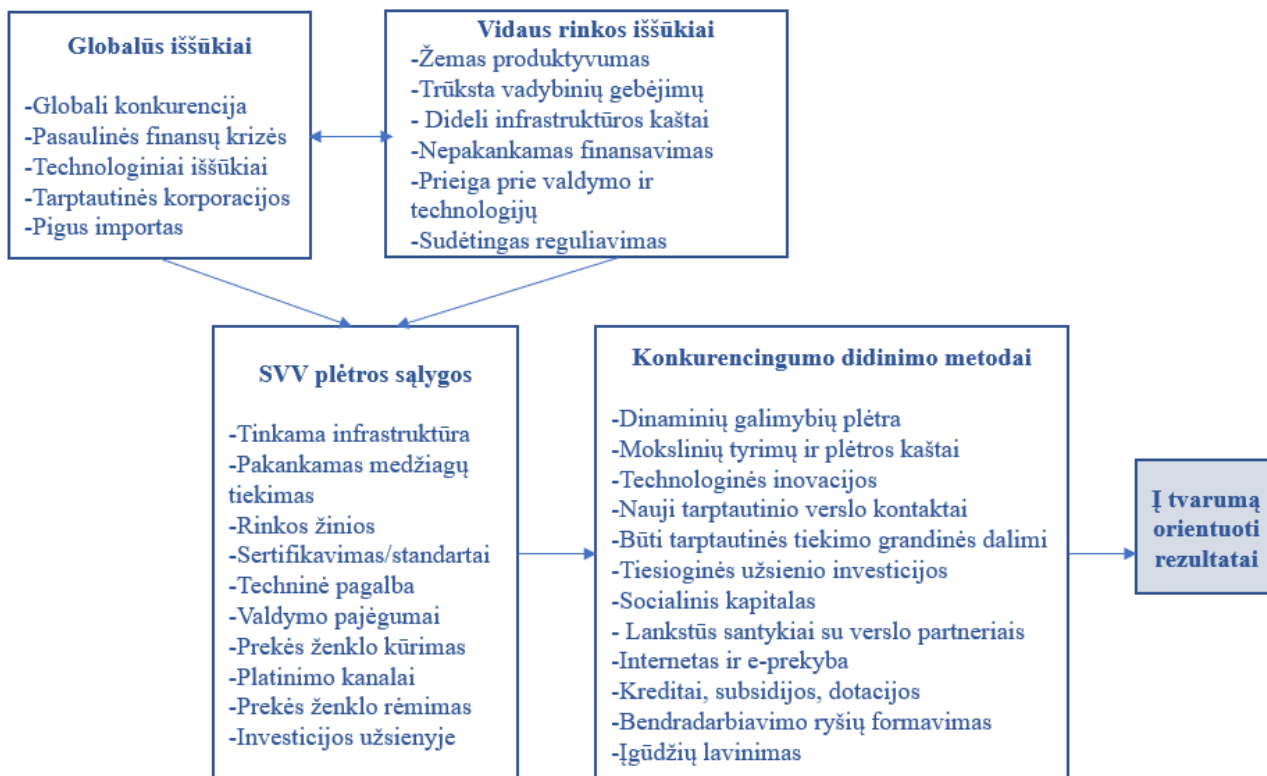
Papildomų sunkumų SVV eksportuotojams gali sudaryti sudėtingos muitinės procedūros, eksporto kontrolė ir skaidrumo stoka. Net valiutų kursų svyravimai gali daryti didesnę neigiamą poveikį SVV eksportuotojams nei didesniems eksportuotojams (Cernat ir kt., 2020).

Nagrinėjant SVV eksporto verslo skatinimo specifiką, būtina pabrėžti ir vadovo vaidmenį eksporto veikloje, kuris SVV atveju yra ženkliai svarbesnis nei didelėse įmonėse. Patys SVV verslo atstovai gali būti vertinami kaip svarbiausias veiksnys SVV vykdant užsienio prekybą, nes visų pirma nuo jų sprendimo priklauso eksporto veikla.

SVV eksporto galimybes praplečia jungimasis į tarptautines tinklines organizacijas, klasterius, tarptautines vertės grandines. Didesnės eksporto galimybės atsiveria inovatyvioms, aukštą pridėtinę vertę kuriančioms įmonėms.

SVV eksporto specifikos žinojimas, eksporto kliūčių ir barjerų identifikavimas ir vertinimas yra svarbus, nes gali padėti nustatyti, kodėl kai kurioms SVV įmonėms nesiseka eksportuoti, kokios eksporto skatinimo priemonės galėtų paskatinti SVV eksporto plėtrą, naujų eksportuojančių SVV atsiradimą, kurių iš taikomų priemonių poveikis yra efektyviausias. Neretai nepakankamai įvertinti ar pervertinti eksporto barjerai gali trukdyti inicijuoti eksportą.

Apskritai, eksporto galimybės ir kliūtys apima daugybę veiksnių, o sėkmingą eksporto veiklą lemia stipri vidaus ir išorės veiksnių sąveika. Smulkiojo ir vidutinio verslo įmonių sugebėjimas ir noras vystyti tarptautinę plėtrą priklauso nuo daugelio vidaus ir išorės veiksnių ir iššūkių, nuo įmonių sugebėjimo atsiradusius iššūkius paversti galimybėmis. Norint pasiekti tvarių rezultatų, smulkiojo ir vidutinio verslo įmonės turi įveikti tiek globalius, tiek vidaus rinkos iššūkius. Šiame kelyje būtinos SVV plėtrai tinkamos sąlygos, taikomi konkurencingumo didinimo metodai, strategijos ir politika, kurios apžvelgiamos 11 pav.



11 pav. Globalizacijos iššūkių SVV sprendimo algoritmas (sudaryta autorės, remiantis Gamage, 2019)

2.5. Ekonominių šokų poveikis SVV ir valstybės paramos svarba

Po Antrojo pasaulinio karo britų premjeras V. Čerčilis kvietė tinkamai išnaudoti ekonominės krizės suteikiamas galimybes. Panašiai būtų galima pasakyti ir apie Covid-19 pandemijos krizę – jos neigiamas poveikis šalių ekonomikai didžiulis, tačiau kartu ir atveriantis galimybes sukurti konkurencingesnę, dinamiškesnę ir atsparesnę ekonomiką.

Finansų krizės paveikia visus ekonomikos sektorius, įskaitant SVV (Sener ir kt., 2014). Palyginti su didelėmis įmonėmis, SVV tenka susidurti su daugiau sunkumų, taigi, jų poveikis smulkiąjam ir vidutiniams yra stipresnis. Esant ekonominiams šokams sumažėja SVV vystymosi ir plėtros tempai. Bankams sugriežtinus rizikos valdymą, susiduriama su finansavimo problemomis. Tačiau dėl SVV galimybės lengviau prisitaikyti, tikimasi, kad jis greičiau ir lanksčiau reaguos į dažnus išorės aplinkos pokyčius nei didelės įmonės (Eravia ir kt., 2015). „Šis ūkio sektorius greičiausiai pajunta rinkos paklausos ir pasiūlos pokyčius; sukuria naujas darbo vietas tose veiklose, kurių produktai ir paslaugos konkrečiu laikotarpiu turi didžiausią paklausą.“ (Bernatonytė, Vilkė, 2009, p.1039). Lengvas prisitaikymas ir lankstumas yra identifikuojami kaip pagrindiniai SVV bruožai, sprendžiant su finansų krize susijusius klausimus (Man, Macris, 2014).

Pastebėta, kad tais metais, kuriuos paženklinio ekonominiai šokai, SVV gerokai prisidėjo prie ekonomikos atsigavimo (Gamage, 2019). Po ekonominių krizių SVV indėlis viršija stambių įmonių indėlį pagal pagamintą produkciją ir sukurtą pridėtinę vertę. SVV skaičius išauga, o didelių įmonių sumažėja (Sung ir kt., 2016). Kaip atskleidė Nugroho ir kt. (2017) SVV įmonės gali išgyventi ekonominės krizės laikotarpiu, nes jos turi aktyvią rinką šalyje ir yra mažai priklausomos arba visai nepriklausomos nuo finansinių paslaugų sektoriaus.

Ahmedova (2015) nustatė SVV gebėjimą įveikti neigiamą finansų krizės poveikį per penkis pagrindinius darnaus vystymosi ir konkurencingumo veiksnius:

- SVV įmonės turi galimybę gauti finansavimą;
- vykdyti inovacijų veiklą;
- vykdyti su intelektine su nuosavybe susijusią veiklą;
- siekti tarptautinės plėtros;
- įgyvendinti geriausią praktiką.

Neigiamas ekonominių šokų poveikis taip pat paskatina šalių vyriausybės imtis veiksmų. Kaip atskleidė Jinjarak ir Wignaraja (2016), neigiamas pasaulinės finansų krizės poveikis skatina vyriausybės formuoti palaikomąją politiką ir atlikti intervencijas, kurios galėtų padėti atkurti įmonių veiklą. Vyriausybės vykdo skirtingą politiką siekiant apsaugoti SVV nuo neigiamo globalių finansinių krizių poveikio. Šalių vyriausybės gali taikyti tokią rėmimo politiką, kaip paskolų garantijos, mokesčių subsidijos, kreditai, skirti moksliniams tyrimams ir plėtrai, skatinantys naujoves bei naujų startuolių kūrimąsi (Man ir Macris, 2014). Vyriausybės politika, orientuota į alternatyvių finansavimo šaltinių suteikimo skatinimą, taip pat gali sustiprinti SVV įveikiant krizę (Ahmedova, 2015). Kaip atskleidė Ndeye ir kt. (2018 m.), tais atvejais, kai po krizės atsigavimas vyksta lėtai, gali būti naudojamos tikslinės mokesčių lengvatos, skatinančios SVV augimą.

Ekonominių šokų laikotarpiu ypač išryškėja valstybės paramos svarba. Be valstybės pagalbos sunkmečiu ekonomika neišgyventų (Petraitė, 2021). Užsitęsusi pandemija sutrikdė tiek pasaulines, tiek ES vidaus tiekimo grandines. Dėl to labiau pažeidžiamos jaučiasi tarptautinėje prekyboje dalyvaujančios SVV įmonės. Tai patvirtina atlikti tyrimai. Pavyzdžiui, Vokietijos pramonės ir prekybos rūmų asociacijos (DIHK) apklausa, kurioje dalyvavo daugiau kaip 10000 Vokietijos įmonių (iš kurių daugiau kaip 90 proc. yra SVV), 2020 m. tikėjosi neigiamo poveikio jų verslui, o daugiau kaip trečdalis prognozavo, jog apyvarta mažės daugiau kaip 10 proc. Italijos SVV tyrimas atskleidė apie laukiamą dar didesnę nuosmukį: trečdalis respondentų teigė, kad jų apyvarta sumažės 15 proc. Ankstyvosios koronaviruso pandemijos Kinijoje stadijos tyrimai taip pat parodė, kad eksportuojančios SVV patyrė daugiau žalos nei neeksportuojančios SVV (Zhang, 2020). Panaši JK verslo apžvalga, kurioje dalyvavo daugiau kaip 300 SVV gamybos sektoriaus atstovų, atskleidė, kad eksporto užsakymai krito greičiau nei vidaus užsakymai. Maždaug du trečdaliai SVV įmonių patyrė neigiamą poveikį jų tarptautinei veiklai (CBI, 2020).

Siekiant sušvelninti krizės pasekmes, ES finansinė parama yra itin svarbi. Norint išvengti gyvybingų įmonių nemokumo ši parama dabarties situacijoje yra būtina. Ekonomikos gaivinimo ir atsparumo didinimo priemonės bus itin svarbios ekonomikos augimui ir užimtumui ir ateityje (Europos Vadovų Taryba, 2021).

Siekdamos sušvelninti pandemijos poveikį, ES ir valstybės narės įgyvendino daug skirtingų paramos programų, kurių daugelis buvo skirtos tiesiogiai SVV įmonėms. Šios paramos programos gali būti suskirstytos į penkias kategorijas:

- finansinės priemonės, įskaitant valstybės garantijas, subsidijuojamas palūkanų normas;
- tiesioginės dotacijos;
- tam tikrų mokėjimų atidėjimas ir atleidimas nuo jų, įskaitant pelno mokesčio, socialinio draudimo įmokų, skolų grąžinimo, pridėtinės vertės mokesčio (PVM) ir sąskaitas už nuomą bei komunalines paslaugas;
- užimtumo politika, kaip pvz., trumpalaikio darbo schemos ir darbo užmokesčio subsidijos;

- struktūrinė politika, kaip pvz. parama įmonių skaitmeninimui ir perėjimui prie nuotolinio darbo.

Paramos verslui priemonės buvo rengiamos pagal „Next Generation EU“ ir Europos ekonomikos atkūrimo plano programas. Lyginant su kitomis ES šalimis, Lietuva taikė mažiausią skaičių paramos priemonių. Lietuvoje taikytos 5 pagalbos verslui priemonės, t. y. perpus mažiau nei Ispanijoje, Belgijoje, Italijoje, Portugalijoje. Kaimyninėse šalyse – Latvijoje ir Estijoje taikyta po 6 pagalbos nuo Covid-19 pandemijos nukentėjusiam verslui priemonės.

Lietuvoje taikytos šios 5 pagalbos verslui priemonės:

- subsidijos nukentėjusioms įmonėms;
- lengvatinės paskolos nukentėjusioms įmonėms;
- darbuotojų testavimo kompensacijos;
- turgavietės mokesčio kompensacijos;
- subsidijos individualiai dirbantiems žmonėms.

Ekonomikos ir inovacijų ministerijos skaičiavimais, 2021 metais valstybės biudžete paramai verslui buvo skirta 242 mln. eurų, iš jų paskirstyta 147 mln. eurų. 2020 m. sumažėjęs įmonių bankrotų skaičius leidžia daryti prielaidą, jog šios paramos pagalba pavyko bent laikinai užtikrinti įmonių likvidumą. Pastaruoju metu bankrutuojančių įmonių skaičius vėl šoktelėjo į viršų ir ekspertų nuomone, tai gali būti siejama su sumažėjusiu valstybės pagalbos priemonių taikymu.

Verslo atstovų nuomone, valstybės taikyta pagalba Covid-19 pandemijos laikotarpiu padėjo spręsti likvidumo bei darbo vietų išsaugojimo problemas. **Viena didžiausių kliūčių siekiant pasinaudoti valstybės skiriama parama verslo atstovai įvardija biurokratiją:** sudėtingas procedūras, neaiškų valstybės paramos reglamentavimą, perteklinius reikalavimus. Daugiausia verslas naudojosi paprasčiausiomis paramos priemonėmis, kurioms gauti reikėjo įdėti mažiausiai pastangų.

3. Lietuvos SVV eksporto plėtros skatinimo poveikio eksporto rezultatams tyrimo metodologija

3.1. Tyrimo dizainas

Empirinio tyrimo tikslas - atskleisti Lietuvos SVV eksporto plėtros skatinimo poveikį SVV eksporto rezultatams.

Tyrimo uždaviniai:

1. Atlikti Lietuvos smulkiojo ir vidutinio verslo eksporto situacijos analizę.
2. Palyginti 2007 - 2013 m. ir 2014 - 2020 m. finansiniais laikotarpiais SVV eksportui skatinti skirtą ES paramą.
3. Koreliacinės analizės pagalba įvertinti priklausomybę tarp pasirinktų išorinių veiksnių bei SVV eksporto vertės.
4. Atlikti ekspertų apklausą, išryškinsiančią egzistuojančias SVV eksporto skatinimo problemas bei plėtros galimybes.
5. Apibendrinti empirinio tyrimo rezultatus bei pateikti rekomendacijas SVV eksporto plėtros skatinimo politikos formuotojams bei eksportuojančioms SVV įmonėms.

Hipotezė

Nepaisant stebimų pozityvių SVV eksporto plėtros rodiklių bei Lietuvos Vyriausybės pastangų padėti eksportuojančioms ir norinčioms pradėti eksportuoti SVV įmonėms, taikomos skatinimo priemonės naudojamos nepakankamai tikslingai ir efektyviai. Lietuva atsilieka nuo ES vidurkio tiek pagal eksportuojančių SVV įmonių skaičių, tiek pagal jų sukuriamą eksporto vertę, aukštų bei vidutiniškai aukštų technologijų produktų dalį eksporto struktūroje.

3.2. Tyrimo metodai ir instrumentai

Tyrimo eiga

Empirinis tyrimas susideda iš 2 dalių. Pirmoje tyrimo dalyje analizuojama Lietuvos smulkiojo ir vidutinio verslo eksporto situacija, ES paramos lėšų panaudojimas SVV eksportui skatinti. Analizuojami statistiniai duomenys lyginami, sisteminami bei atvaizduojami grafiškai. Gauti rezultatai apibendrinami. SVV eksporto plėtros potencialas vertinamas kompleksiskai, atsižvelgiant į įvairius veiksnius.

Koreliacinės analizės pagalba įvertinama priklausomybė tarp pasirinktų išorinių veiksnių bei SVV eksporto vertės.

Antroji tyrimo dalis – ekspertinė apklausa – papildo pirmoje tyrimo dalyje gautus rezultatus bei patvirtina teorinėje darbo dalyje aptartas mokslinės literatūros įžvalgas.

Tyrimo metodai

- Mokslinės literatūros analizė;
- Dokumentų analizė;
- Aprašomoji statistika;
- Ekspertinė apklausa, gautų duomenų analizė.

Ekspertų vertinimo metodas

Ekspertų vertinimo metodas gali būti taikomas įvairių sričių tyrimuose. Taikant ekspertų vertinimo metodą reikalingos specialios ekspertinės žinios bei ekspertinė patirtis. Tyrimui atlikti parenkami geriausiai tam tikrą sritį išmanatys asmenys. Norint panaudoti ekspertų vertinimo metodą, reikia suformuoti patyrusių ir kompetentingų ekspertų, galinčių apie vertinamą objektą suteikti būtiną kvalifikuotą informaciją, grupę (Tidikis, 2003).

Vykdyta formalizuota ekspertų apklausa, pateikiant jiems anketą su uždaro tipo klausimais. Tokio metodo tikslas – atskleisti daugumos specialistų nuomonę dėl iškeltos problemos aspektų vertinimo. Atsakymų variantai dažniausia vertinti pagal Likerto skalę, kur 1 - visiškai nesutinku, 5 - visiškai sutinku.

Ekspertinio tyrimo instrumentas susideda iš 4 dalių. Pirmoji dalis apima Lietuvos SVV eksporto plėtrą skatinančių veiksnių, antroji – SVV konkurencingumą eksporto rinkose didinančių veiksnių, trečioji – pagalbos priemonių nuo Covid-19 nukentėjusiam verslui vertinimą. Ketvirtoji dalis padeda atskleisti daugiau informacijos apie ekspertą – jo išsilavinimą, patirtį bei profesinės veiklos sritį.

Šis tyrimo instrumentas leidžia atskleisti smulkiojo ir vidutinio verslo eksporto plėtrą skatinančius ir ribojančius veiksnius, pagrindines eksportą skatinančias priemones bei jų raišką pandemijos sąlygomis, SVV eksporto plėtros skatinimo svarbą.

Koreliacinė analizė

1896 m. K. Pearsono sukurto koreliacijos koeficiento nustatymas - vienas dažniausiai naudojamų statistinių duomenų analizės metodų. Koreliacinė analizė naudojama tiriant dviejų tiriamųjų požymių tarpusavio sąsajas. Kuo koreliacijos koeficientas absoliučiu dydžiu didesnis, tuo priklausomybė stipresnė.

9 lentelė. Koreliacijos stiprumo interpretacija (pagal Mukaka, 2012)

Interpretacija	Koreliacijos koeficiento reikšmė
Koreliacija nereikšminga	0 – 0,3
Silpna koreliacija	0,3 – 0,5
Vidutiniška koreliacija	0,5 – 0,7
Stipri koreliacija	0,7 – 0,9
Labai stipri koreliacija	0,9 - 1

Koreliacinės analizės metodais įvertinus kintamųjų priklausomybę, kintamųjų tarpusavio poveikiui įvertinti pasirinktas tiesinės regresijos metodas. Tiesinė regresija taikoma, kai norime numatyti, kaip vienas intervalinis kintamasis priklauso nuo vieno arba kelių kintamųjų (Čekanavičius, Murauskas, 2014).

Tyrimo eiga

Tyrimas vykdytas rugsėjo – lapkričio mėn. Ekspertų apklausa buvo atliekama iš pradžių susisiekiant su galimais ekspertais telefonu, pristatant vykdomą tyrimą. Gavus teigiamą eksperto atsakymą, anketa ekspertams išsiųsta el. paštu. Iš viso gauta 13 ekspertų užpildytų anketų.

Tyrimo etika

Ekspertai informuoti apie tai, jog vykdoma apklausa yra anoniminė ir konfidencialumas yra garantuojamas. Apklausos duomenys analizuojami apibendrintai.

4. Lietuvos SVV eksporto plėtros skatinimo vertinimo tyrimų rezultatai ir diskusija

4.1. Lietuvos smulkiojo ir vidutinio verslo eksporto situacijos analizė

Pagal statistinius duomenis 2021 m. pradžioje Lietuvoje veikė 87,7 tūkst. įmonių – 564 daugiau nei prieš metus. Tarp veikiančių įmonių dominavo mažos (turinčios iki 4 darbuotojų) ir labai mažos (5 – 9 darbuotojai) įmonės. Jos sudarė 82,7 proc. visų Lietuvoje veikiančių įmonių. 2021 m. pradžioje Lietuvos SVV įmonėse dirbo 674337 dirbančiųjų. Per metus dirbančiųjų skaičius sumažėjo 1,8 proc. Prasidėjusi Covid-19 pandemija nesustabdė naujų įmonių steigimosi bei aktyvumo. Bendras veikiančių įmonių skaičius 2020 m. lyginant su 2019 m. išaugo 3,2 proc., SVV įmonių – 2,6 proc. 10 lentelė iliustruoja, jog juridinių asmenų skaičius išlieka augantis, kaip ir kiti analizuojami rodikliai. Naujai įregistruotų SVV įmonių skaičius 2020 m. siekė 11,8 tūkst. Įregistruotų – išregistruotų juridinių asmenų skaičių santykis parodo nuosekliai gerėjantį balansą. Veikiančių SVV įmonių skaičius 1000- iui gyventojų taip pat nuosekliai auga. Šio rodiklio didėjimas susijęs ne tik su augančiu SVV įmonių skaičiumi, bet ir su gyventojų skaičiaus mažėjimu (Versli Lietuva, 2021). Turimais duomenimis, eksportuojančių SVV įmonių skaičius taip pat augo. Vertinant pagrindinius įmonių skaičiaus rodiklius galima teigti, jog Covid-19 pandemijos kontekste SVV įmonių kūrimosi ir plėtros rodikliai išliko pozityvūs.

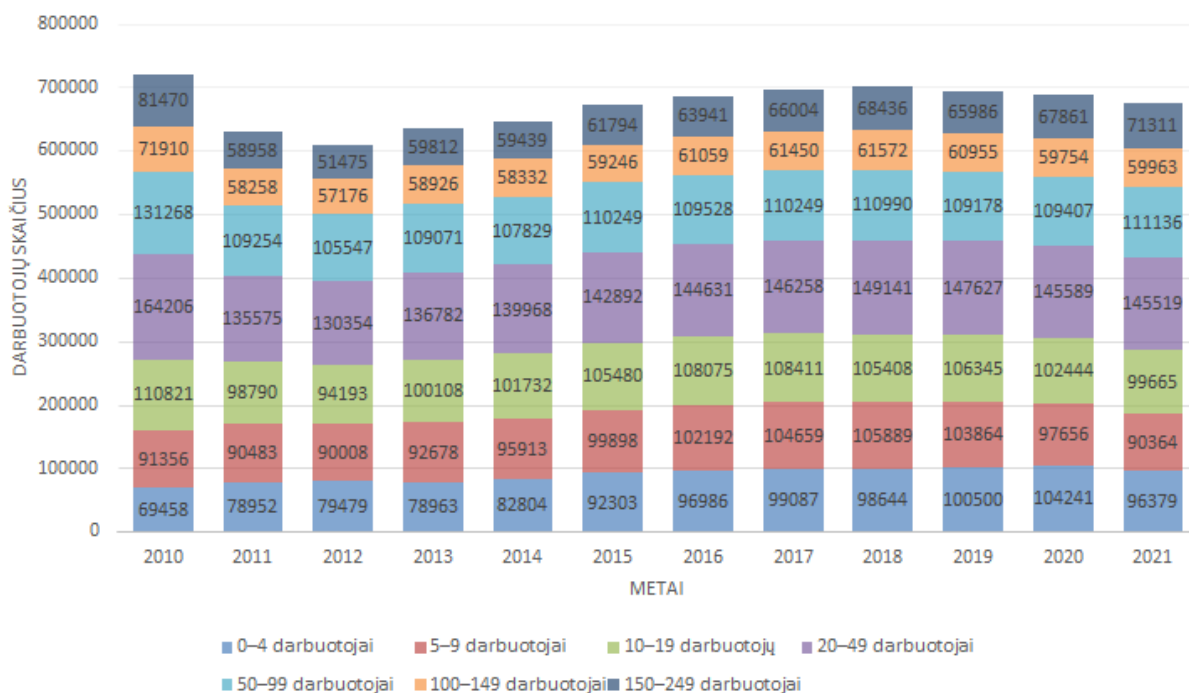
10 lentelė. Pagrindiniai Lietuvos SVV įmonių skaičiaus kitimo rodikliai 2010 – 2020 m. (sudaryta pagal Lietuvos statistikos departamento, Juridinių asmenų registro, „Eurostat“ informaciją)

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Juridiniai asmenys, tūkst. vnt.											
Juridinių asmenų skaičius	182,2	187,3	195,6	207,6	217,8	225,6	231,3	224,7	233,8	241,5	250,8
Veikiančių įmonių skaičius	63,8	66,8	62,9	65,8	68,3	76,4	79,8	83,3	83,4	84,8	87,1
Veikiančių SVV skaičius	63,4	66,5	62,6	65,5	67,9	76,1	79,5	82,9	83,1	84,5	86,7
Veikiančių SVV skaičius tūkstančiui gyventojų	20,3	21,9	20,9	22,1	23,2	26,2	27,6	29,2	29,7	30,9	31,0
Eksportuojančios SVV įmonės	-	-	14,2	15,4	15,6	15,3	15,3	15,9	16,3	16,9	-
Naujai įregistruotos SVV įmonės	9,2	10,4	14,9	13,5	13,9	10,2	10,5	11,4	10,5	11,2	11,8
Išregistruotos SVV įmonės	6,1	3,2	3,2	3,2	4,0	4,9	17,3	4,8	4,2	4,0	3,0

2021 metų pradžioje pagal veiklos sritis daugiausia SVV įmonių veikė prekybos bei variklinių transporto priemonių srityje (28 proc.), profesine, moksline ir technine veikla užsiėmė apie 12 proc. SVV įmonių, statybos sektoriuje dirbo 11 proc., transporto – 10 proc., apdirbamosios gamybos sektoriuje – 9 proc. SVV įmonių. Daugiausia veikiančių SVV įmonių 2021 m. pradžioje buvo Vilniaus (36945), Kauno (17774) ir Klaipėdos (10110) apskrityse, mažiausia – Tauragės (1811) ir Utenos (2156) apskričių teritorijose. Vertinant pagal regionus, daugiausia – 50336 SVV įmonių – veikė Vidurio ir vakarų Lietuvos regione.

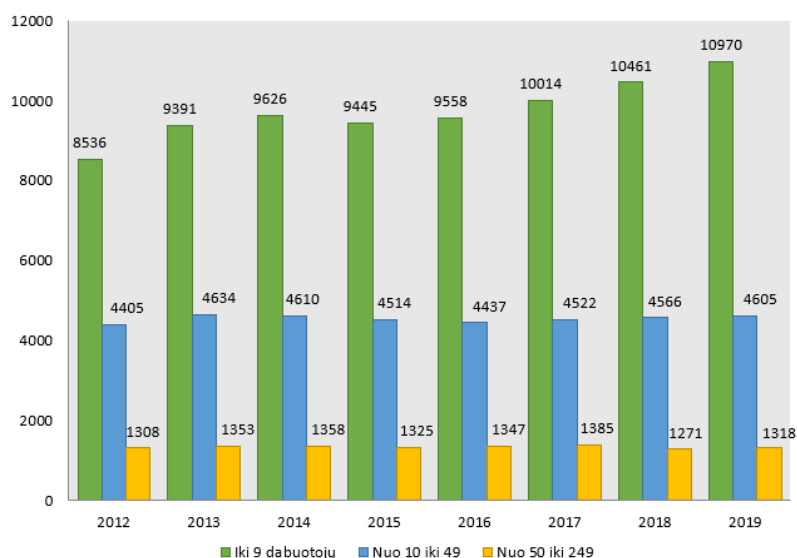
Stebint SVV įmonių pagal darbuotojų skaičių rodiklį pokyčius 2010 – 2021 m. matoma verslo įmonių smulkėjimo tendencija. Nuo 2010 iki 2021 metų pradžios mažiausių įmonių (iki 4

darbuotojų) skaičius išaugo 28 proc. Visų kitų SVV įmonių dalis ekonomikoje atitinkamai mažėjo. Ši tendencija gali reikšti lėtesnį ekonominį efektyvumą, nes didesnės įmonės dažnai pasižymi didesniu našumu.



12 pav. SVV įmonės pagal darbuotojų skaičių metų pradžioje (Šaltinis: Statistikos departamentas)

Įmonių smulkėjimo tendencija pastebima ir analizuojant eksportuojančių SVV įmonių skaičių pokyčius (13 pav.). Per 7 metus nuo 2012 m. šis skaičius bendrai išaugo 16 proc. Itin ženklus SVV eksportuojančių įmonių, kuriose dirba iki 9 darbuotojų pokytis – 2019 metais tokių eksportuojančių įmonių buvo 10970 arba 1434 įmonėmis (23 proc.) daugiau nei 2012 m. Įmonių, kuriose nuo 10 iki 49 dirbančiųjų, grupėje eksportuotojų skaičius išaugo 4 proc. Didžiausių pagal darbuotojų skaičių (nuo 50 iki 249) SVV eksportuotojų skaičius beveik nepakito.

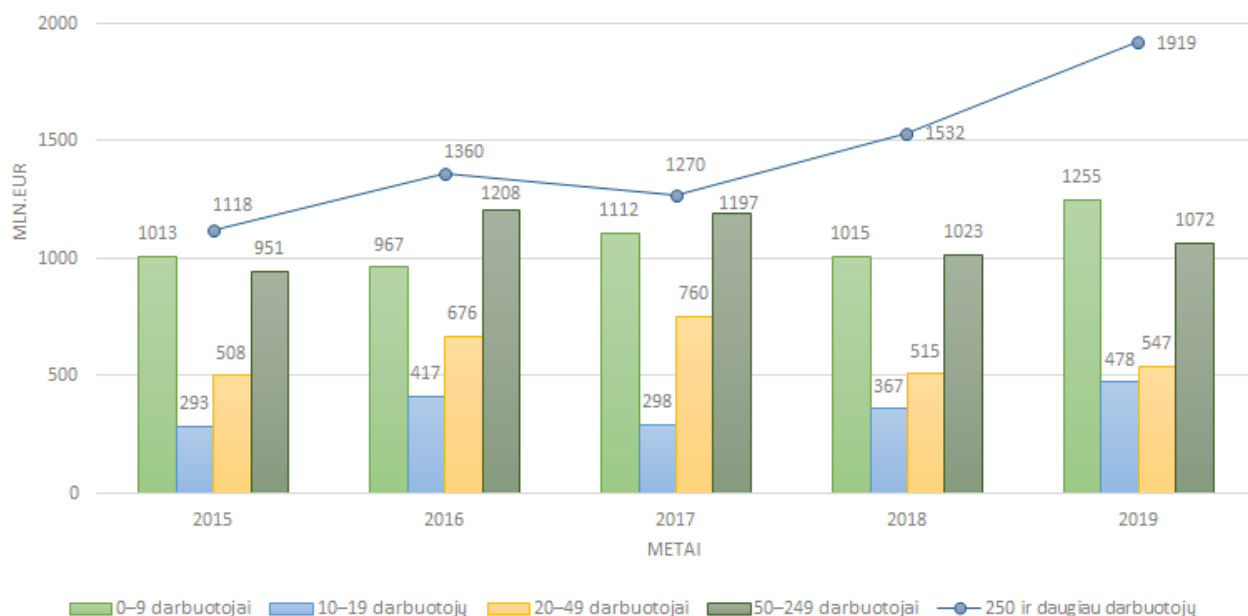


13 pav. SVV eksportuojančių įmonių skaičiaus pokytis (Šaltinis: Statistikos departamentas)

Pagal teisinę formą 95 proc. SVV eksportuotojų yra uždarnosios akcinės bendrovės. Didžiausią SVV įmonių grupę sudaro įmonės, generuojančios pajamas nuo 100 000 iki 499 999 eurų ir nuo 10000 iki 49999 eurų. 2021 m. pradžioje tokių įmonių iš viso buvo 23365 (27 proc.) ir 21613 (25 proc.). Mažiausią dalį sudarė didžiausias pajamas generuojančios įmonės, kurių skaičius nuo 2016 m. išaugo. Įvertinus tai, jog vidutinių įmonių skaičius nekito arba sumažėjo, galima būtų daryti prielaidą, kad įmonės dirbo pelningiau.

2020 m. dėl Covid-19 pandemijos aplinkos didžiausius nuostolius patyrė SVV įmonės, veikiančios apgyvendinimo ir viešojo maitinimo bei pramogų srityse. Kituose ekonomikos sektoriuose įmonių pelno rodikliai buvo teigiami, nors tokiuose sektoriuose, kaip transporto ir saugojimo, nekilnojamojo turto veikloje – pelningumas sumenko. Teigiamas pelningumas fiksuotas tose veiklose, kurios orientuotos į vidaus rinką.

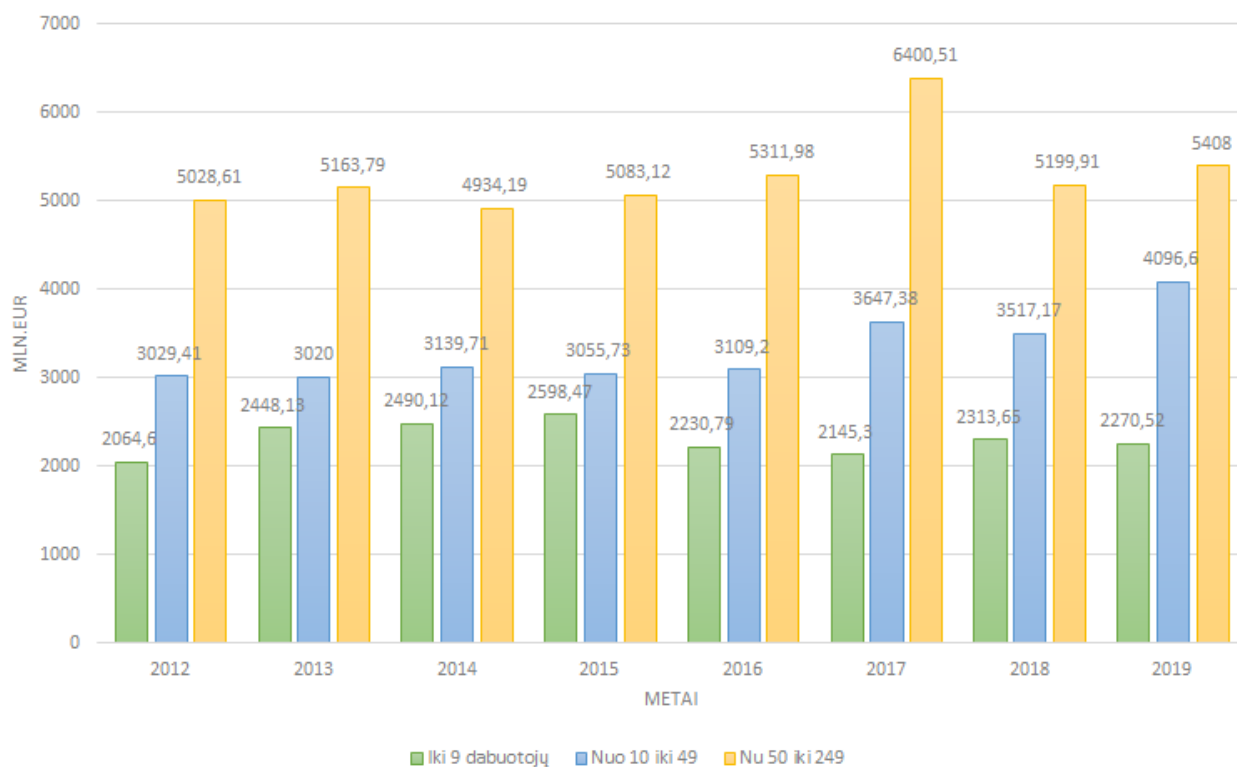
Per 2019 metus SVV įmonės uždirbo 3,3 mlrd. eurų grynojo pelno, t. y. beveik 0,4 mlrd. eurų, arba 13,5 proc. daugiau nei ankstesniais metais. Šių įmonių grynasis pelningumas siekė 5,2 proc. (2018 m. – 4,8 proc.). 14 paveikslas iliustruoja, kaip kito SVV įmonių pelnas 2015 – 2019 m.



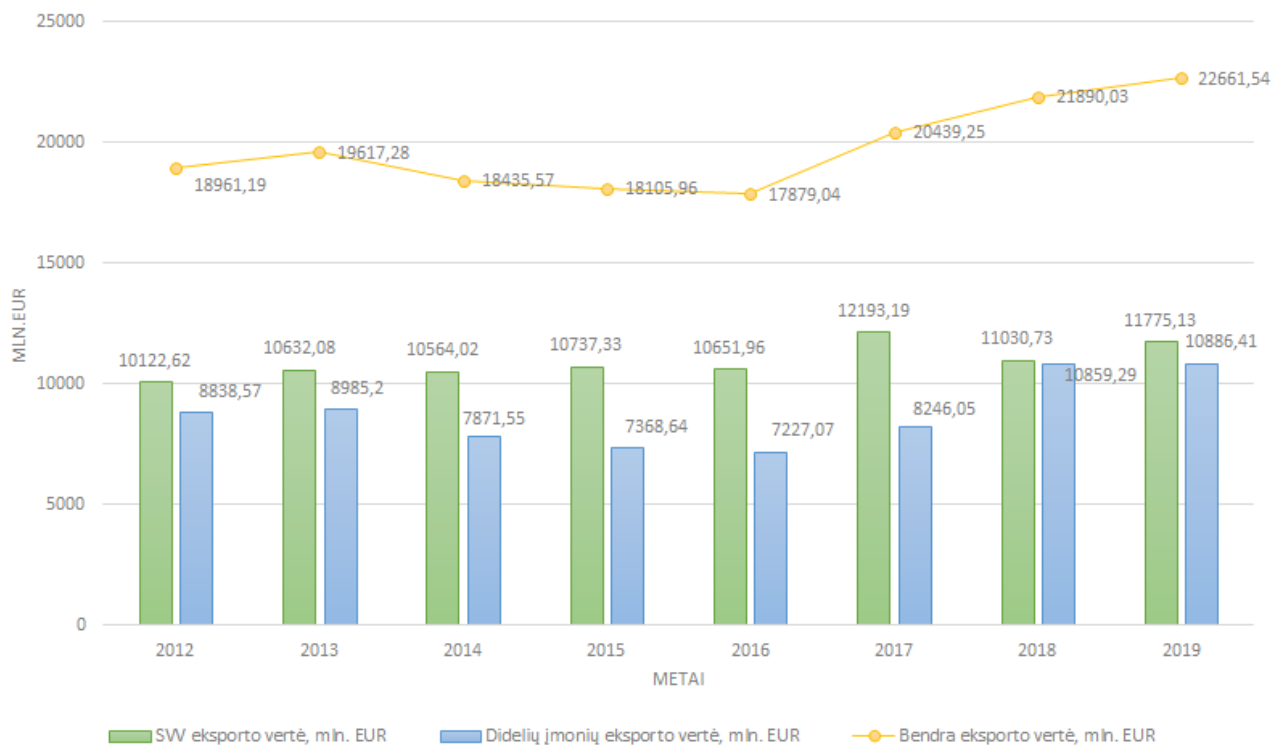
14 pav. Grynasis pelnas pagal įmonių dydžio grupes, tūkst. Eur (Šaltinis: Statistikos departamentas)

Lyginant grynąjį įmonių pelną 2015 – 2019 metais pagal darbuotojų skaičių grupes, pastebima, jog didžiausias teigiamas pelno pokytis pastebimas daugiau kaip 250 darbuotojų turinčiose įmonėse, kurių pelnas per 5 metus išaugo apie 40 proc. Iš SVV įmonių didžiausias teigiamas pokytis pastebimas tarp įmonių, kuriose dirba nuo 10 iki 19 darbuotojų. Jų pelnas nuo 292668 tūkst. eurų 2012 m. išaugo 38 proc. – iki 477895 tūkst. 2019 metais.

Tarp SVV įmonių didžiausią eksporto vertę kūrė didžiausios pagal darbuotojų skaičių (nuo 50 iki 249 darbuotojų) SVV įmonės. 2019 m. jų eksporto vertė sudarė 5408 mln. eurų arba 24 proc. bendros eksporto vertės. Itin didelis šuolis pastebimas 2017 metais, kada šios grupės sukuriamą eksporto vertę sudarė net 31 proc. bendros eksporto vertės. Mažiausių įmonių (iki 9 darbuotojų) grupėje eksporto vertė per 2012 – 2019 m. išaugo 9 proc. ir 2019 m. sudarė 10 proc. visos eksporto vertės. SVV įmonėse, kuriose nuo 10 iki 49 dirbančiųjų, kuriama eksporto vertė taip pat išaugo 26 proc. iki 4096,6 mln. eurų ir 2019 m. sudarė 18 proc. bendros eksporto vertės.



15 pav. SVV eksporto vertė mln. EUR pagal darbuotojų skaičių įmonėse (Šaltinis: Statistikos departamentas)



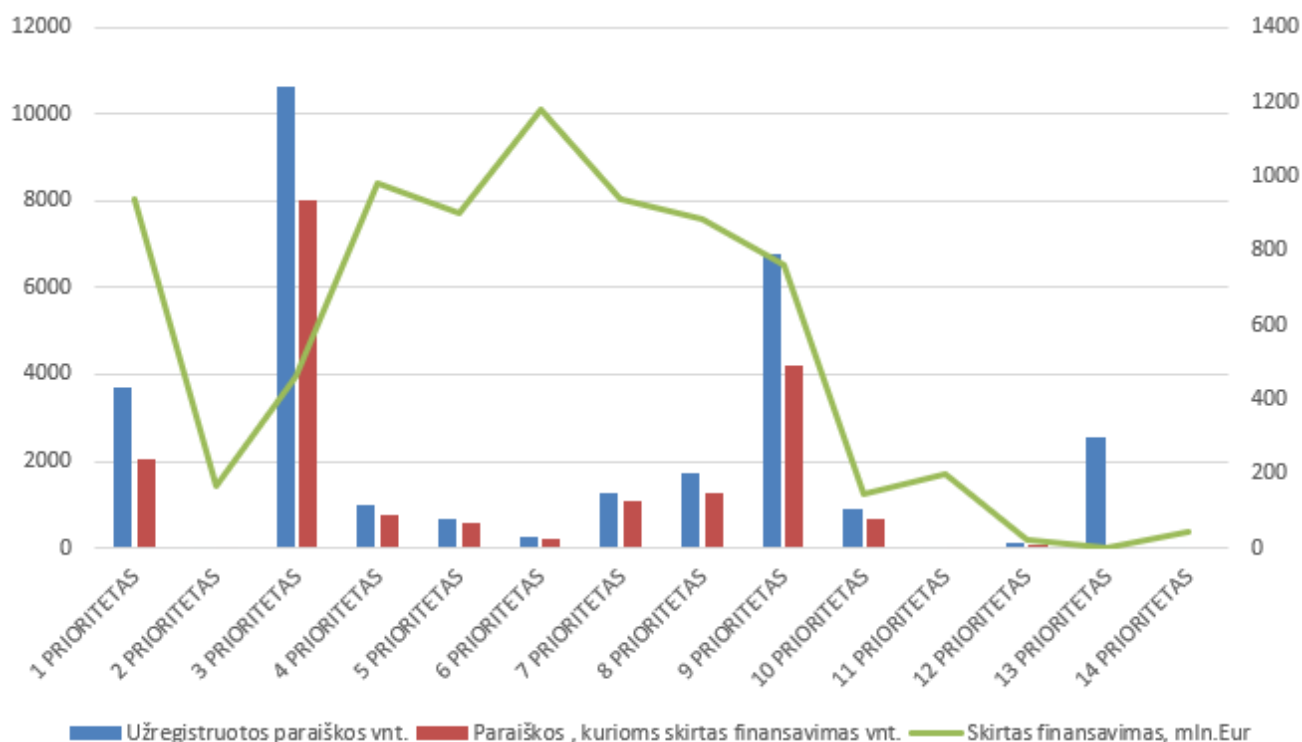
16 pav. SVV ir didelių įmonių sukuriama eksporto vertės palyginimas (Šaltinis: Statistikos departamentas)

Nepaisant pastangų padėti SVV įmonėms prasiskverbti bei įsitvirtinti naujose rinkose bei skatinti didesnės pridėtinės vertės prekių ir paslaugų eksportą, tarp SVV įmonių eksportu užsiima mažiau nei penktadalis visų eksportuotojų. 2019 m. eksportavo 16893 SVV įmonės, kas sudaro 19 proc. visų SVV įmonių. Lyginant su 2018 m., 2019 m. (16 pav.) SVV įmonės eksportavo prekių už 11,77 mlrd. eurų ir jų eksportas išaugo 6 proc. SVV eksporto vertė sudaro apie 52 proc. visos eksporto vertės. Nors smulkiojo ir vidutinio verslo indėlis ir reikšmė kasmet po truputį auga, Lietuvos SVV pagal sukuriamą eksporto vertę vis dar atsilieka nuo ES vidurkio.

4.2. ES paramos lėšų panaudojimas SVV eksportui skatinti

Lietuvoje per 2014 – 2020 m. finansinį laikotarpį iš viso gauta 39219 paraiškų, vykdyti 24679 projektai. Prašomas finansavimas sudarė 9772,86 mln. eurų, projektams įgyvendinti skirta – 7388,88 mln. eurų. Tai yra 52 proc. daugiau nei 2007 – 2013 finansiniu laikotarpiu (skirta 3620,28 mln. eurų).

2014 – 2020 m. programavimo laikotarpiu, skirtingai nei 2007 – 2013 m., remiamas išskirtinai tik smulkusis ir vidutinis verslas, pagal 2014 – 2020 m. ES fondų investicijų veiksmų programos 3 prioriteto „Smulkiojo ir vidutinio verslo konkurencingumo skatinimas“ priemones. Didelės įmonės pagal šio prioriteto priemones į ES fondų investicijas pretenduoti negalėjo.



17 pav. Paraiškos ir joms skirtas finansavimas pagal prioritetus

3-iasis prioritetas „Smulkiojo ir vidutinio verslo konkurencingumo skatinimas“ suskirstytas į 3 investicinius prioritetus bei numatyti konkretūs uždaviniai prioriteto tikslams pasiekti.

Pagal šį prioritetą iš viso gautos 10623 paraiškos, finansavimas skirtas 8077 projektams, kas sudaro apie 33 proc. bendro visų patvirtintų paraiškų skaičiaus. Tačiau lyginant su kitais prioritetais pagal skirtą finansavimą 3-iojo prioriteto priemonės tik 8 vietoje. 8077 projektams skirtas 463,47 mln. eurų finansavimas atskleidžia, jog šio prioriteto priemonių projektai nėra itin didelės vertės, ypač

įvertinant tai, kad SVV įmonės ne pagal visas priemones buvo galimi pareiškėjai. Pavyzdžiui, pagal 3.2.1 SVV tarptautiškumo didinimo uždavinys numatė, jog SVV įmonės gali teikti paraiškas pagal priemones „EXPO konsultantas LT“, „EXPO sertifikatas LT“, „Verslo klasteris LT“. Pagal priemonę „Naujos galimybės LT“ projektines paraiškas teikti galėjo tiek atskiros SVV įmonės, tiek verslo asociacijos, prekybos, pramonės ir amatų rūmai, VšĮ „Versli Lietuva, VšĮ „Keliauk Lietuvoje“ ir pan. (grupinis dalyvavimas). Tarp galimų „Tarptautiškumas LT“ priemonės pareiškėjų nurodyta tik VšĮ „Versli Lietuva“. Pagal šią priemonę pasirašyta 1 sutartis ir skirtas 5 mln. eurų finansavimas.

2007 – 2013 m. finansiniu laikotarpiu pagal Ekonomikos augimo veiksmų programos 2 prioritetą „Verslo produktyvumo didinimas ir verslo aplinkos gerinimas“ iš viso įgyvendinta 11 priemonių, kurioms skirtas 336,19 mln. eurų finansavimas.

11 lentelė. SVV tarptautiškumo didinimo priemonių rodikliai (sudaryta autorės, 2021)

SVV tarptautiškumo didinimo priemonės	Pagrindinė veikla	Numatytas finansavimas (mln. EUR)	Pateikta paraiškų (vnt.)	Prašoma (mln. EUR)	Pasirašytos sutartys (vnt.)	Skirta (mln. EUR)
„EXPO konsultantas LT“	Konsultacijos eksporto ir tarptautinio bendradarbiavimo skatinimo klausimais	3,53	1053	4	901	3
„Naujos galimybės LT“	Naujų užsienio rinkų paieškos ir esamų rinkų plėtos skatinimas	29,43	877	47	602	31
„Tarptautiškumas LT“	Perspektyvinių sektorių tikslinėse eksporto rinkose strategijos parengimo bei atrinktų perspektyvinių sektorių rinkodaros tikslinėse rinkose finansavimas	5,79	2	8	1	5
„EXPO sertifikatas LT“	Planuojamos eksportuoti produkcijos sertifikavimas	3,96	158	5	121	3
„Verslo klasteris LT“	SVV klasterių tarptautiškumo skatinimas, finansuojant veiklas, nukreiptas į naujų eksporto rinkų paiešką	8,49	60	17	30	8

Lentelė iliustruoja, jog atskirų priemonių paklausa yra nevienoda. Tarp paklausiausių priemonių – „Naujos galimybės LT“, kuriai skirtas finansavimas 5,3 proc. viršijo numatytąjį. 2007 – 2013 m. finansavimo laikotarpiu priemonė „Naujos galimybės LT“ taip pat buvo populiariausia tarp verslo produktyvumo didinimo ir verslo aplinkos gerinimo priemonių. „Naujos galimybės LT“ priemonės finansuojamos veiklos atitinka eksportuojančių SVV įmonių poreikiams, tačiau susiduriama su tokiais iššūkiais, kaip pvz. nereguliarus SVV įmonių dalyvavimas tarptautinėse parodose ir verslo misijose. Tam, kad įmonių dalyvavimas turėtų didžiausią poveikį, būtina dalyvauti reguliariai, o dabartinis priemonės modelis skatina ne reguliarių dalyvavimą tose pačiose, o dažną dalyvavimą skirtingose parodose. Grupinis dalyvavimas parodose turi ir privalumų ir trūkumų. Grupinio dalyvavimo atveju lėšos panaudojamos efektyviau, tačiau susiduriama su SVV konkuravimo dėl klientų iššūkiais.

2019 m. Ekonomikos ir inovacijų ministerijos užsakymu UAB „Visionary Analytics“ parengė 2014 – 2020 m. ES fondų investicijų veiksmų programos 3 prioriteto „Smulkiojo ir vidutinio verslo konkurencingumo skatinimas“ poveikio vertinimo ataskaitą, kurioje pateikiamas ir tarptautiškumą skatinančių priemonių vertinimas. UAB „Visionary Analytics“ vertinimo ataskaitoje taip pat teigiama, jog didžiausią pridėtinę vertę kuria priemonė „Naujos galimybės LT“. Priemonės grynasis poveikis statistiškai reikšmingas užmezgant naujus kontaktus su tarptautiniais prekybos partneriais ir sudarant naujas prekybos sutartis. Lyginant gavusiųjų finansavimą pagal priemonę „Naujos galimybės LT“ ir jo negavusiųjų įmonių eksporto apimtis, pastebima, kad finansavimą gavusios įmonės vidutiniškai eksportuoja mažesnėmis apimtimis nei finansavimo negavusios įmonės, tačiau finansavimą gavusių įmonių eksporto apimtys augo stabiliai, o tarp finansavimo negavusių įmonių pastebimi stiprūs eksporto apimčių svyravimai ypač 2016 – 2017 m. Ataskaitoje pateikti duomenys leidžia daryti prielaidą, jog priemonė turi teigiamą pirminį impulsą SVV įmonėms siekiant įsitvirtinti naujose rinkose bei padeda mažiau eksportuojančioms įmonėms palaipsniui plėsti eksporto apimtis ar jas stabilizuoti.

UAB „Visionary Analytics“ vertinime išskiriama ir keletas priežasčių, dėl kurių tarptautiškumo skatinimo priemonių poveikis SVV eksporto plėtrai nėra stiprus (ESTEP, „Visionary Analytics“, 2019):

- priemonės finansuoja smulkias veiklas, kurios tiesiogiai neprisideda prie eksporto augimo, o daugiau suteikia impulsą eksporto veiklų plėtrai;
- skiriamas finansavimas sąlyginai nedideliame SVV įmonių skaičiui;
- eksporto rodiklį stipriai veikia bendra ekonominė situacija Lietuvoje ir regione.

Lietuvos eksporto rodikliai su nedidelėmis išimtis nuosekliai auga nuo 2004 metų, kada Lietuva prisijungė prie ES, nors tarptautiškumo skatinimo priemonės pradėtos įgyvendinti palyginti neseniai. 2007 – 2013 m. programavimo laikotarpiu apkritai taikyta tik vienintelė SVV tarptautiškumą skatinanti priemonė – „Naujos galimybės LT“.

Vis dėlto tiesiogiai prie eksporto augimo priemonės trumpuoju laikotarpiu SVV tarptautiškumą skatinančios priemonės prisideda ribotai, nes pats priemonių mastas nėra didelis, taip pat šalies eksportą veikia žymiai stipresni išoriniai veiksniai ir cikliniai svyravimai (ESTEP, „Visionary Analytics“, 2019). Nenuginčijamą poveikį eksportuojančių SVV įmonių augimui, turimų pozicijų eksporto rinkose išlaikymui bei stiprinimui turi jų konkurencingumas. Tiek išorinių veiksnių, tiek SVV konkurencingumą eksporto rinkose didinančių veiksnių poveikį SVV eksporto plėtrai aptarsime kitose šio skyriaus dalyse.

4.3. Koreliacinė analizė

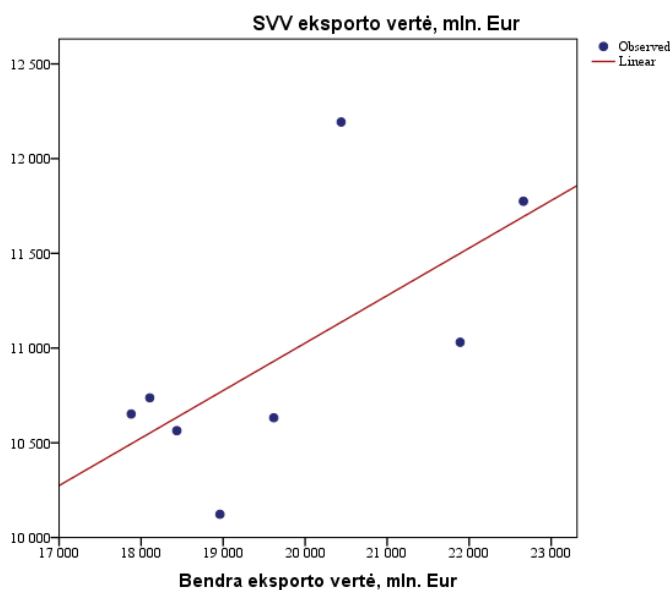
Nagrinėjant temos problematiką bei teorinius aspektus buvo aptarti įvairūs tiek vidiniai, tiek išoriniai veiksniai, turintys poveikį SVV eksportui. Šioje dalyje bus atliekama koreliacinė analizė, kurios pagalba bus įvertinama priklausomybė tarp pasirinktų išorinių veiksnių bei SVV eksporto vertės. Tyrimo metu siekta įvertinti ryšio stiprumą bei reikšmingumą tarp SVV eksporto vertės bei makroekonominių veiksnių rodiklių, tokių kaip: bendra Lietuvos eksporto vertė, BVP, tiesioginės užsienio investicijos, gyventojų užimtumas bei vidutinis darbo užmokestis. Analizuojami kintamieji ir jų duomenys pateikiami 12-oje lentelėje.

12 lentelė. Koreliacinėje analizėje naudojami kintamieji ir jų duomenys 2012 – 2019 m. (sudaryta autorės, pagal Statistikos departamento duomenis)

	SVV eksporto vertė, mln. Eur	Bendra eksporto vertė, mln. Eur	BVP, mln. Eur	TUI, mln. Eur	Užimtumas, proc.	Vidutinis DU, Eur
	Y	X_1	X_2	X_3	X_4	X_5
2012	10122,62	18961,19	33410,20	13435,38	66,40	615,10
2013	10632,08	19617,28	35039,50	14157,95	67,10	646,30
2014	10564,02	18435,57	36581,30	13910,82	68,50	677,40
2015	10737,33	18105,96	37345,70	14739,09	70,90	714,10
2016	10651,96	17879,04	38889,90	15341,52	70,90	774,00
2017	12193,19	20439,25	42276,30	16360,56	71,00	840,40
2018	11030,73	21890,03	45514,80	16959,32	72,40	921,10
2019	11775,13	22661,54	48859,90	18563,74	73,00	1296,40

Ryšio tarp SVV eksporto vertės ir bendros eksporto vertės nustatymas

Siekiant nustatyti ryšį tarp SVV eksporto vertės ir bendros eksporto vertės, pirmiausia buvo apskaičiuotas Pearsono koreliacijos koeficientas. Nustatyta, kad koreliacija nebuvo reikšminga, nes $r=0,649$, $p=0,082>0,05$, kas rodo, kad tarp SVV eksporto vertės ir bendros eksporto vertės statistiškai reikšmingo ryšio nėra.

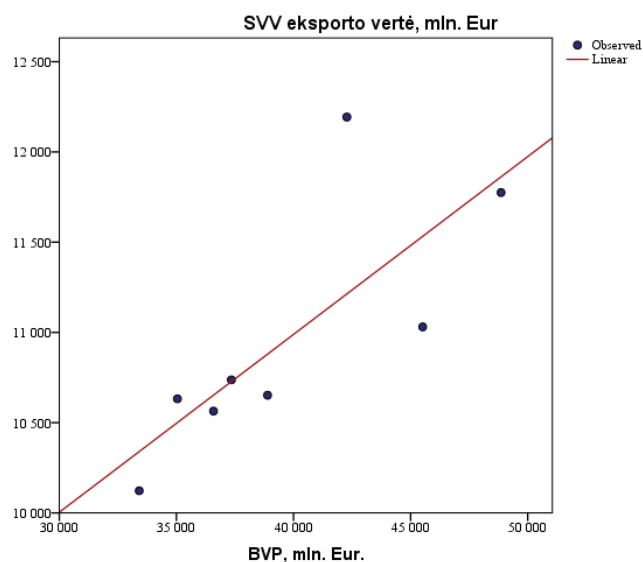


18 pav. SVV eksporto vertės priklausomybė nuo bendros eksporto vertės

Sudarius tiesinės regresijos modelį, kuriame priklausomas kintamasis – SVV eksporto vertė, o nepriklausomas kintamasis – bendra eksporto vertė, buvo nustatyta, kad regresijos modelis nėra reikšmingas (nes $F=4,363$, $p=0,082>0,05$), todėl galima teigti, kad bendra eksporto vertė neturi statistiškai reikšmingo poveikio SVV eksporto vertei.

Ryšio tarp SVV eksporto vertės ir BVP nustatymas

Siekiant nustatyti ryšį tarp SVV eksporto vertės ir BVP, pirmiausia buvo apskaičiuotas Pearsono koreliacijos koeficientas. Nustatyta, kad koreliacija buvo reikšminga, nes $r=0,770$, $p=0,025<0,05$, kas rodo, kad tarp SVV eksporto vertės ir BVP yra statistiškai reikšmingas stiprus ryšys, ($r>0,7$).

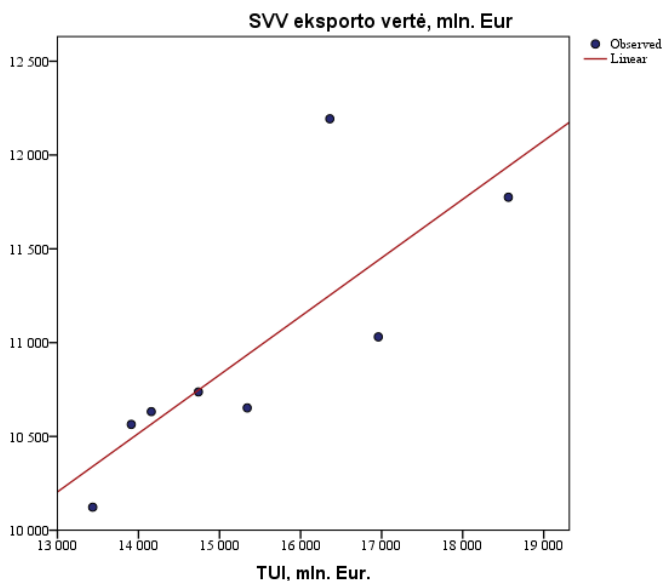


19 pav. SVV eksporto vertės priklausomybė nuo BVP

Sudarius tiesinės regresijos modelį (kuriame priklausomas kintamasis – SVV eksporto vertė, nepriklausomas kintamasis – BVP), buvo nustatyta, kad regresijos modelis yra reikšmingas (nes $F=8,737$, $p=0,025<0,05$), determinacijos koeficientas $R^2=0,593$, $\beta=0,770$. Gauti rezultatai rodo, kad BVP turi statistiškai reikšmingą poveikį SVV eksporto vertei, o ši įtaka pakankamai stipri, t. y. determinacijos ($R^2=0,593$) koeficientas rodo, kad BVP turi įtaką net 59,3 proc. SVV eksporto vertės duomenų sklaidos.

Ryšio tarp SVV eksporto vertės ir TUI nustatymas

Siekiant nustatyti ryšį tarp SVV eksporto vertės ir TUI, pirmiausia buvo apskaičiuotas Pearsono koreliacijos koeficientas. Nustatyta, kad koreliacija buvo reikšminga, nes $r=0,795$, $p=0,018<0,05$, kas rodo, kad tarp SVV eksporto vertės ir TUI yra statistiškai reikšmingas ryšys, o pats ryšys yra stiprus (nes $r>0,7$).

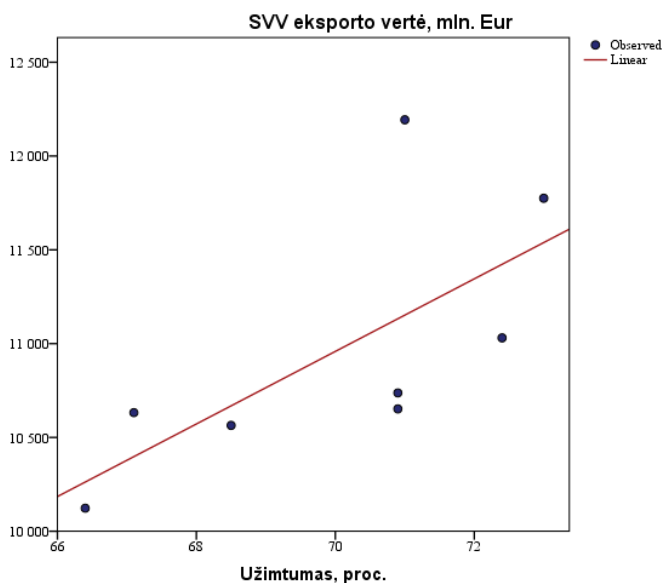


20 pav. SVV eksporto vertės priklausomybė nuo TUI

Sudarius tiesinės regresijos modelį, kuriame priklausomas kintamasis - SVV eksporto vertė, nepriklausomas kintamasis - TUI, buvo nustatyta, kad regresijos modelis yra reikšmingas (nes $F=10,279$, $p=0,018<0,05$), determinacijos koeficientas $R^2=0,631$, $\beta=0,795$. Gauti rezultatai rodo, kad TUI daro statistiškai reikšmingą įtaką SVV eksporto vertei, o ši įtaka pakankamai stipri, t. y. determinacijos ($R^2=0,631$) koeficientas rodo, kad TUI turi poveikį net 63,1 proc. SVV eksporto vertės duomenų sklaidos.

Ryšio tarp SVV eksporto vertės ir užimtumo nustatymas

Siekiant nustatyti ryšį tarp SVV eksporto vertės ir Užimtumo, pirmiausia buvo apskaičiuotas Pearsono koreliacijos koeficientas. Nustatyta, kad koreliacija nebuvo reikšminga, nes $r=0,682$, $p=0,063>0,05$, kas rodo, kad tarp SVV eksporto vertės ir užimtumo statistiškai reikšmingo ryšio nėra.

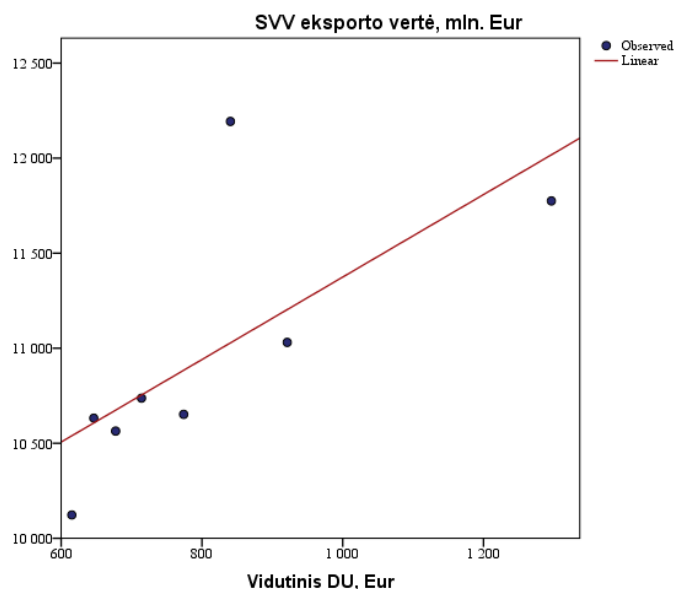


21 pav. SVV eksporto vertės priklausomybė nuo užimtumo

Sudarius tiesinės regresijos modelį (kuriame priklausomas kintamasis – SVV eksporto vertė, nepriklausomas kintamasis – užimtumas), buvo nustatyta, kad regresijos modelis nėra reikšmingas (nes $F=5,210$, $p=0,063>0,05$), todėl galima teigti, kad užimtumas nedaro statistiškai reikšmingo poveikio SVV eksporto vertei.

Ryšio tarp SVV eksporto vertės ir vidutinio DU nustatymas

Siekiant nustatyti ryšį tarp SVV eksporto vertės ir vidutinio DU, pirmiausia buvo apskaičiuotas Pearsono koreliacijos koeficientas. Nustatyta, kad koreliacija nebuvo reikšminga, nes $r=0,699$, $p=0,054>0,05$, kas rodo, kad tarp SVV eksporto vertės ir vidutinio DU statistiškai reikšmingo ryšio nėra.



22 pav. SVV eksporto vertės priklausomybė nuo vidutinio DU

Sudarius tiesinės regresijos modelį, kuriame priklausomas kintamasis - SVV eksporto vertė, o nepriklausomas kintamasis - vidutinis DU, buvo nustatyta, kad regresijos modelis nėra reikšmingas (nes $F=5,741$, $p=0,054 > 0,05$), todėl galima teigti, kad vidutinis DU statistiškai reikšmingai SVV eksporto vertės nepaveikia.

Ryšio tarp SVV eksporto vertės ir bendros eksporto vertės, BVP, TUI, užimtumo ir vidutinio DU nustatymas (daugianarė regresija)

Siekiant nustatyti, kokią įtaką SVV eksporto vertei daro bendra eksporto vertė, BVP, TUI, užimtumas ir VDU, buvo atlikta daugianarė regresinė analizė. Nustatyta, kad regresijos modelis nėra statistiškai reikšmingas (nes $F=1,093$, $p=0,541 > 0,05$), kas rodo, kad bendrai visi veiksniai (bendra eksporto vertė, BVP, TUI, užimtumo ir vidutinio DU) statistiškai reikšmingai SVV eksporto vertės neleidžia prognozuoti.

13 lentelė. Įtakos SVV eksporto vertei prognoziniai veiksniai (daugianarė regresija)

Priklausomas kintamasis					
SVV eksporto vertė					
Nepriklausomi kintamieji	Beta (β)	p	F	p	R ²
Konstanta	0,665	0,575	1,093	0,541	0,732
Bendra eksporto vertė, mln. Eur	-0,728	0,676			
BVP, mln. Eur.	0,817	0,840			
TUI, mln. Eur.	2,788	0,437			
Užimtumas, proc.	-1,190	0,617			
Vidutinis DU, Eur	-1,186	0,507			

Atlikus koreliacinę, tiesinę regresinę ir daugianarę regresinę analizes apibendrintai galime teigti, kad bendrai visi veiksniai (bendra eksporto vertė, BVP, TUI, užimtumas ir vidutinis DU) statistiškai reikšmingo poveikio SVV eksporto vertei neturi. **Atskirai SVV eksporto vertei statistiškai reikšmingą poveikį turi BVP ir TUI veiksniai.**

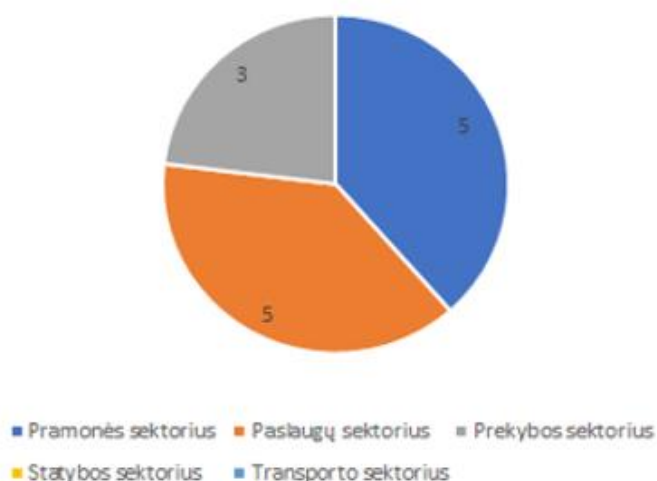
4.4. Ekspertinio vertinimo analizė

Siekiant išsamiau įvertinti smulkiojo ir vidutinio verslo eksporto plėtros Lietuvoje skatinimą, atlikta apklausa, kurioje dalyvavo 13 ekspertų iš įvairių verslo įmonių bei organizacijų. Savo nuomonę apie SVV eksportą pateikė aukščiausio lygio bei vidutinės grandies vadovai, įmonių ekspertai bei specialistai, kurių veikla glaudžiai susijusi su eksportu.

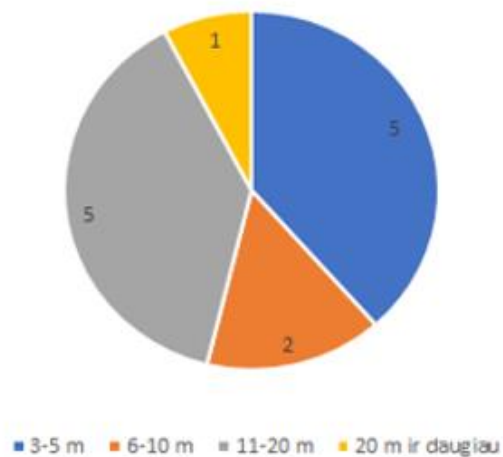
Visi apklausoje dalyvavę ekspertai turi aukštąjį išsilavinimą: 7 iš jų turi profesinio bakalauro/bakalauro kvalifikacinį laipsnį, 6 – magistro kvalifikacinį laipsnį.

Pagal atstovaujamus sektorius ekspertai pasiskirstė taip (23 pav.): po 5 ekspertus atstovauja pramonės ir paslaugų sektorius, 3 ekspertai atstovauja prekybos sektorį.

Apklausoje dalyvavę ekspertai turi ilgametę profesinę patirtį (24 pav.): 1 ekspertas, turintis 20 metų ir didesnę profesinę patirtį, po 5 ekspertus turi patirtį nuo 11 iki 20 metų ir nuo 3 iki 5 metų, 2 ekspertai turi 6 – 10 metų patirtį.

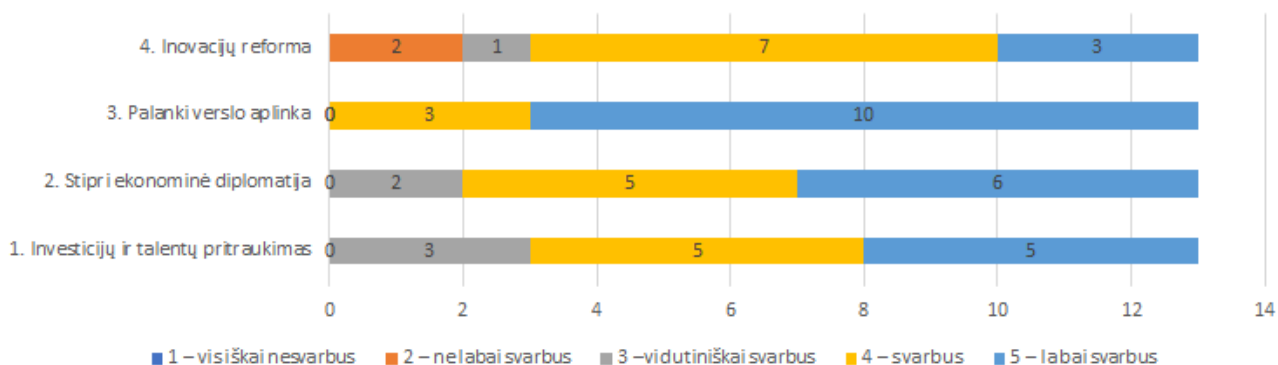


23 pav. Ekspertų pasiskirstymas pagal atstovaujamus sektorius



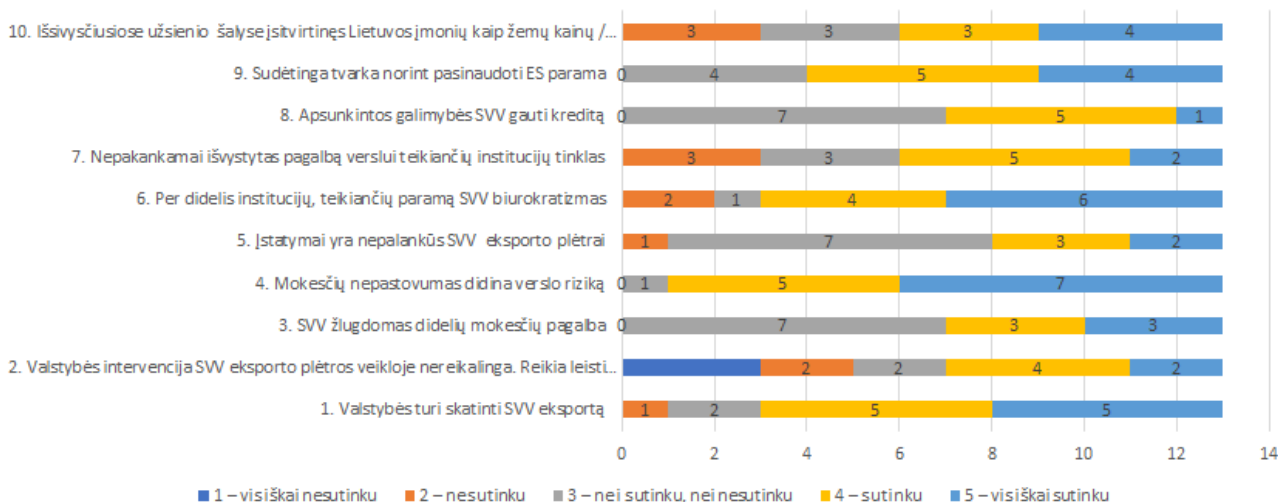
24 pav. Ekspertų pasiskirstymas pagal profesinės veiklos patirtį

Pirmoji ekspertams pateiktų klausimų grupė apėmė Lietuvos SVV eksporto plėtrą skatinančių veiksnių vertinimą. Paprašyti įvertinti 2021 m. pradžioje Ekonomikos ir inovacijų ministerijos numatytų reformų poveikį SVV eksportui, ekspertai vieningai sutarė, jog sėkmingai **SVV eksporto plėtrai svarbiausia yra palanki verslo aplinka**. Dauguma ekspertų svarbiomis ir itin svarbiomis SVV eksporto plėtrai laiko stiprią ekonominę diplomatiją bei investicijų ir talentų pritraukimą. Ekspertų nuomonės dėl inovacijų reformos poveikio svarbos SVV eksportui išsiskyrė. Tarp ekspertų buvo ne tik manančiųjų, jog inovacijų reforma SVV eksporto plėtrai didelio poveikio neturės, bet ir vertinančių ją kaip itin svarbią SVV eksportui.



25 pav. Ekonominių reformų poveikio SVV eksportui vertinimas

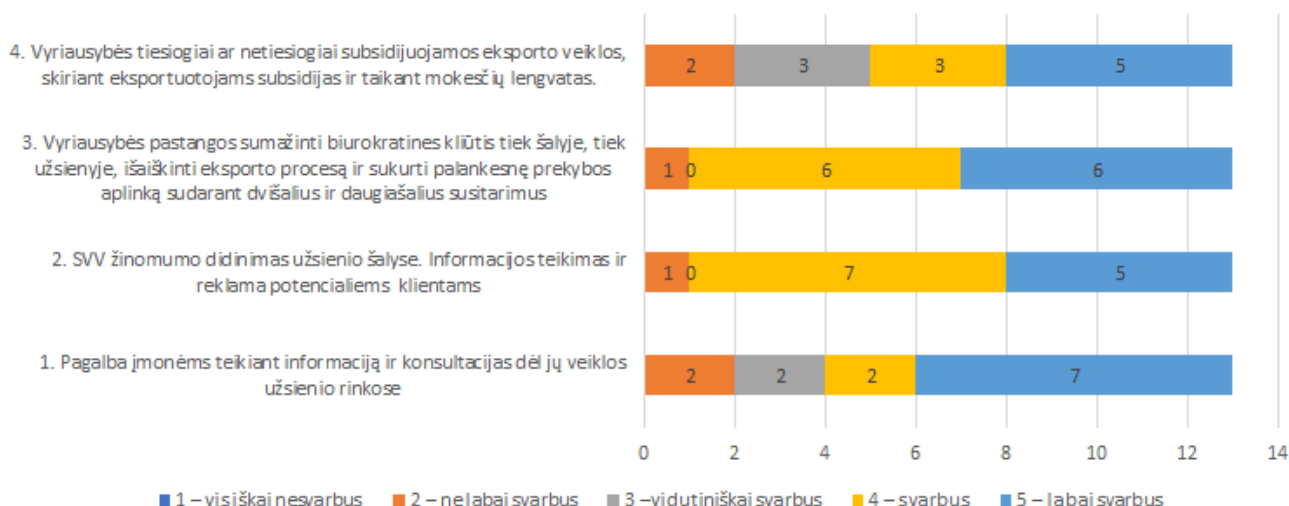
Ekspertams buvo pateikta 10 teiginių, susijusių su SVV eksporto skatinimu ir paprašyta juos įvertinti (26 pav.). Šios apklausos ekspertai tik patvirtino mokslinėje literatūroje randamą dvejopą eksporto skatinimo interpretaciją, kur vienu atveju pasisakoma už „laissez-faire“ (pranc. palikite ramybėje, leiskite veikti; Vainienė, 2005), o kitu – pabrėžiama valstybės intervencijos svarba skatinant eksportą, nors dažnesnis mokslininkų tyrimo objektas yra antroji eksporto skatinimo interpretacija. Šios apklausos ekspertų dauguma taip pat pritarė teiginiui, jog **valstybė turi skatinti SVV eksportą**, tačiau buvo manančių, jog valstybės intervencija nereikalinga ir reikia verslui leisti veikti pačiam. Daugiausia ekspertų pritarimų sulaukė teiginiai, jog verslo riziką didina mokesčių nepastovumas ir yra sudėtinga tvarka norint pasinaudoti ES parama.



26 pav. Teiginių, susijusių su SVV eksporto skatinimu, vertinimas

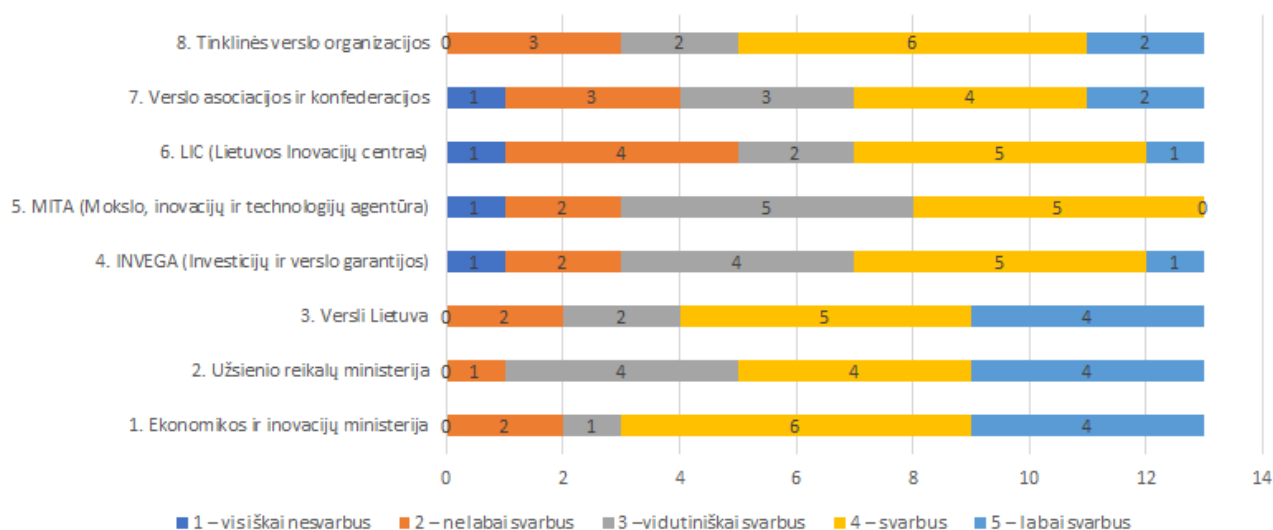
Ekspertų vertinimui pateikus 4 teorinėje darbo dalyje nagrinėtas eksporto skatinimo priemonės (27 pav.) ir paprašius jas įvertinti, daugumos ekspertų nuomone, visos priemonės yra svarbios, o tarp svarbiausių - šios:

- Vyriausybės pastangos sumažinti biurokratinės kliūtis tiek šalyje, tiek užsienyje, išaiškinti eksporto procesą ir sukurti palankesnę prekybos aplinką sudarant dvišalius ir daugiašalius susitarimus;
- SVV žinomumo didinimas užsienio šalyse. Informacijos teikimas ir reklama potencialiems klientams.



27 pav. Eksporto skatinimo priemonių vertinimas

Teorinėje darbo dalyje nemažai dėmesio skirta SVV eksportą skatinančioms institucijoms bei organizacijoms. Apklausos ekspertai paprašyti pagal svarbą įvertinti eksportą skatinančių institucijų ir organizacijų indėlį į SVV eksporto skatinimą, didžiausią svarbą teikia Ekonomikos ir inovacijų ministerijai, VšĮ „Versli Lietuva“, Užsienio reikalų ministerijai bei tinklinėms verslo organizacijoms (28 pav.).

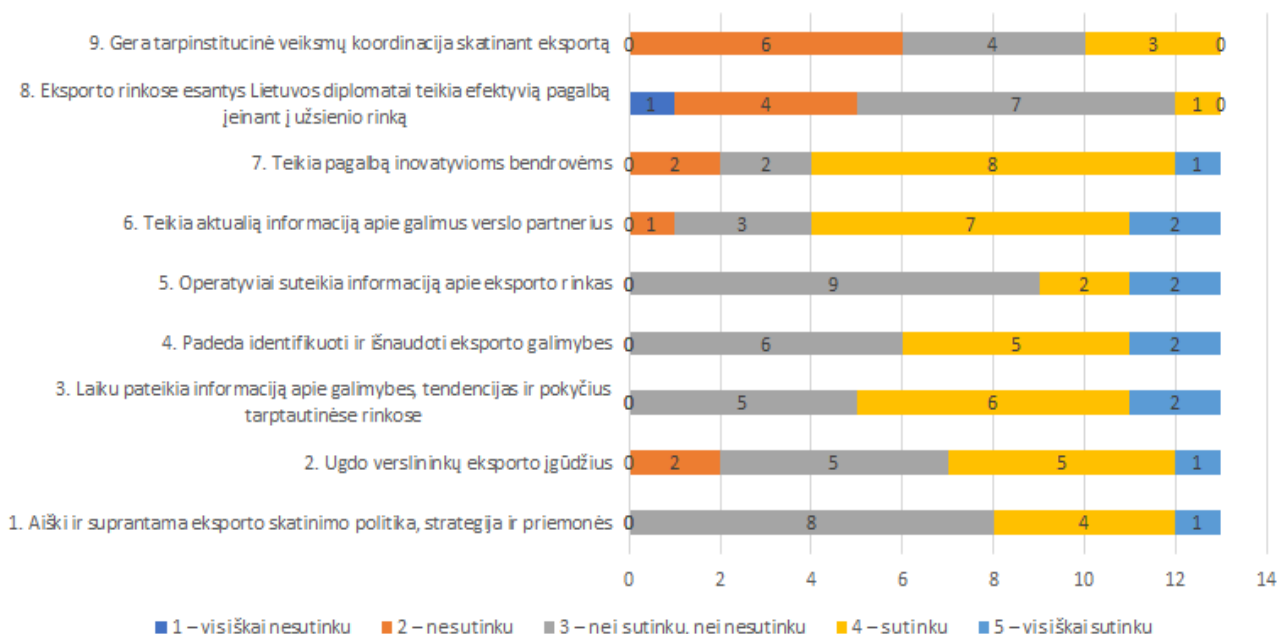


28 pav. Eksportą skatinančių organizacijų indėlio į SVV eksporto skatinimą vertinimas

Ekspertų išsakyta nuomonė apie verslą skatinančių organizacijų, asociacijų ar institucijų teikiamą pagalbą SVV eksporto plėtrai nebuvo itin teigiama. Gana kritiškai ekspertai atsiliepia apie eksporto rinkose esančių Lietuvos diplomatų teikiamos pagalbos įeinant į užsienio rinkas efektyvumą bei tarpinstitucinę veiksmų koordinaciją skatinant eksportą. Eksporto skatinimo politika, strategija ir priemonės yra aiškos ir suprantamos mažiau kaip pusei apklausos ekspertų. Mažiau nei pusė respondentų pritaria teiginiams, jog verslą skatinančios organizacijos operatyviai suteikia informaciją apie eksporto rinkas (su teiginiu sutinka tik 4 respondentai) bei ugdo verslininkų įgūdžius (su teiginiu sutinka 6 respondentai). Kiek geresnio ekspertų vertinimo sulaukė:

- laiku pateikiama informacija apie galimybes, pokyčius ir tendencijas tarptautinėse rinkose;
- aktualios informacijos apie galimus verslo partnerius teikimas;

- pagalba inovatyvioms bendrovėms
- pagalba identifikuojant ir išnaudojant eksporto galimybes.



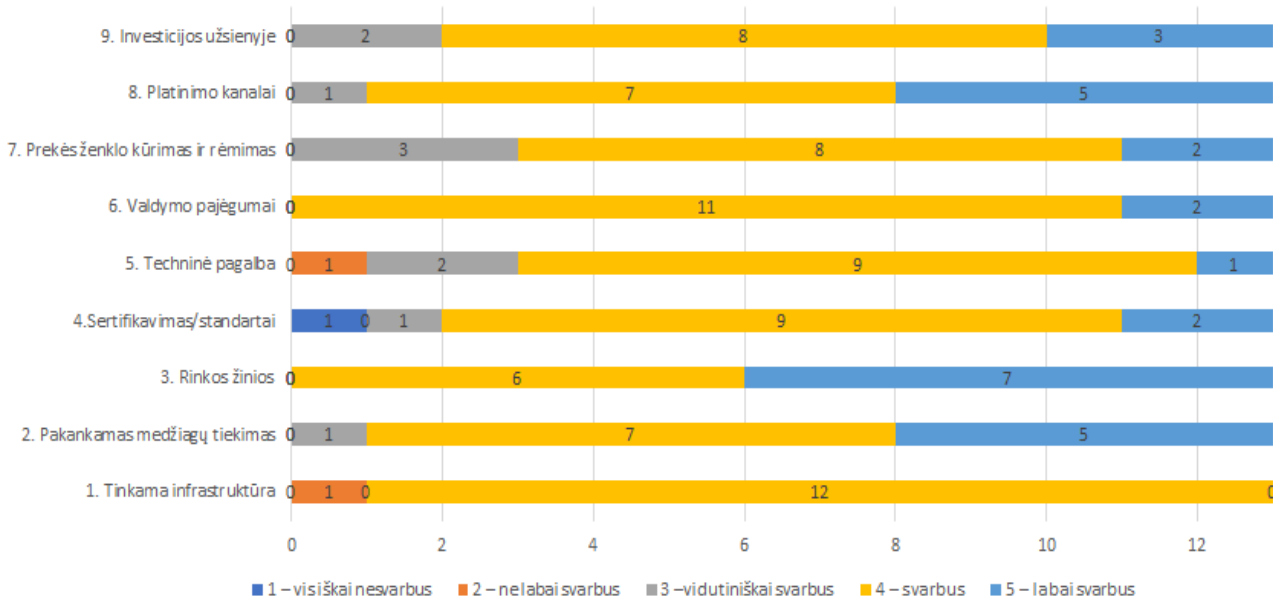
29 pav. Verslą skatinančių institucijų teikiamos pagalbos vertinimas

SVV eksportą stipriai veikia įvairūs vidaus ir išorės veiksniai. Antroji ekspertinės apklausos dalis skirta SVV konkurencingumą eksporto rinkose didinantiems veiksniams įvertinti. Pirmuoju klausimu ekspertai paprašyti įvertinti pagal svarbą, kokį poveikį SVV eksporto plėtrai turi vidinės aplinkos veiksniai. Šiuo klausimu ekspertai sutarė, jog visi 15 vertinimui pateiktų vidinių veiksmų yra svarbūs SVV konkurencingumui eksporto rinkose. Vidaus veiksmus išreitingavus pagal ekspertų jiems teikiamą svarbą, jų sąrašas atrodytų taip (1. – svarbiausiais veiksnys):

1. patikimas verslo partneris;
2. pastovūs patikimi tiekėjai;
3. įmonės savininkų/vadovų išsilavinimas bei požiūris į eksporto plėtrą; tarptautinio verslo žinios ir patirtis; gebėjimas įeiti į naujas rinkas;
4. užsienio kalbų mokėjimas; lankstumas ir prisitaikymo galimybės; glaudus kontaktas su klientais;
5. darbuotojų išsilavinimo, kvalifikacijos lygis; investicijos į žmogiškuosius išteklius; vadovaujančio personalo požiūris į inovacijas;
6. riboti finansiniai ištekliai;
7. gebėjimas pritraukti finansavimą;
8. naudojamos įrangos patogumas ir naujumas;
9. specializacija atskiruose segmentuose.

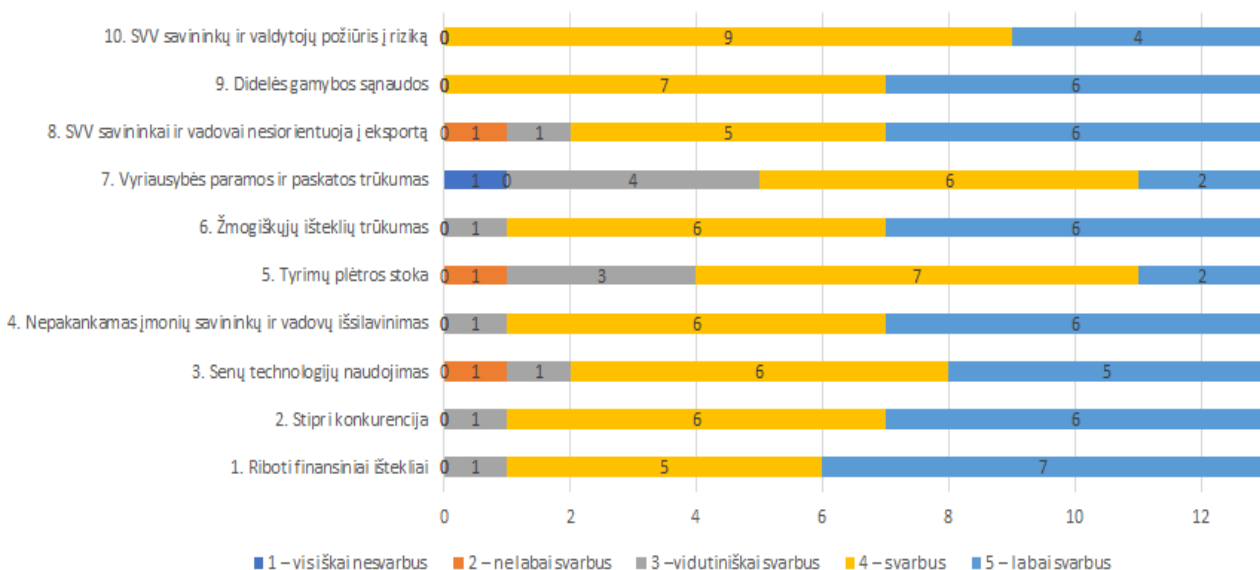
Vertinant pagal svarbą išorinės aplinkos veiksmų poveikį SVV eksporto plėtrai ekspertų nuomonė nežymiai skyrėsi, tačiau visi 15 išorės veiksniai įvertinti kaip svarbūs SVV eksporto plėtrai. Tarp pačių svarbiausių: verslui palankūs įstatymai, investicijos į technologijas, finansų ir ekonominės krizės, ekonominiai šokai, pandemijos, tarptautinės prekybos politika ir sąlygos.

Apklausoje dalyvavusių ekspertų vertinimui pateiktos 9 SVV eksportui būtinos sąlygos, kurias paprašyta įvertinti pagal svarbą. Daugumos ekspertų nuomone, visos šios sąlygos SVV eksportui yra svarbios arba labai svarbios (30 pav.). Tarp pačių reikšmingiausių – rinkos žinios ir valdymo pajėgumai.



30 pav. SVV eksportui būtinų sąlygų vertinimas

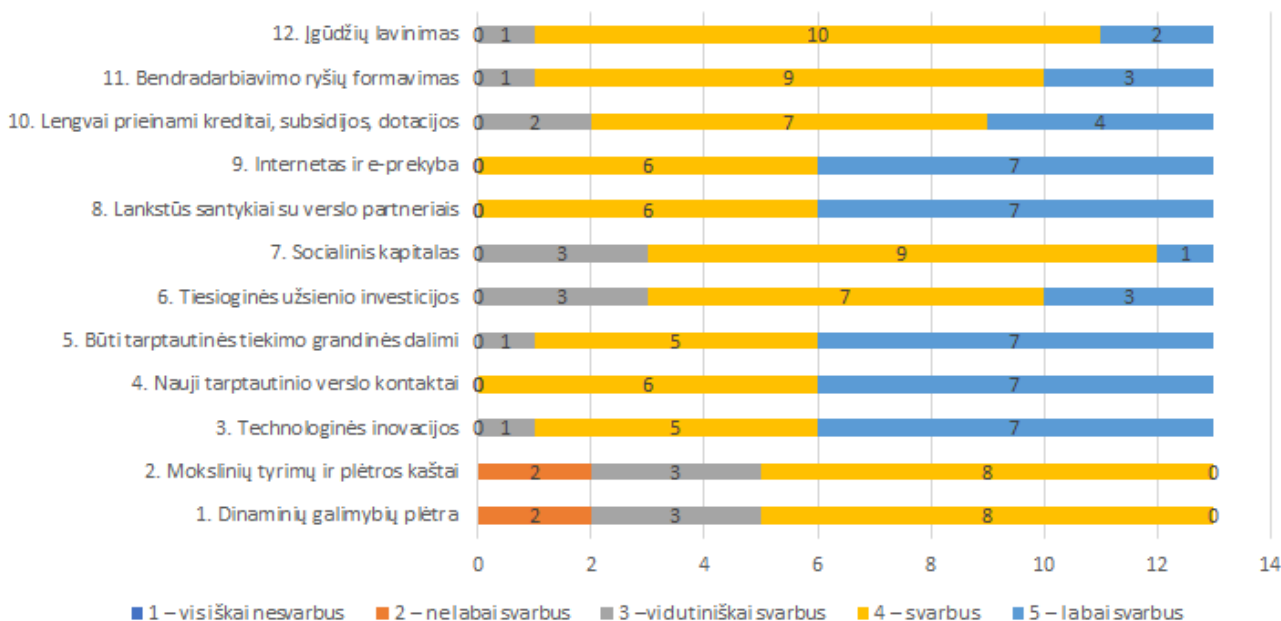
SVV eksporto plėtrą riboja daug įvairių veiksnių. Ekspertų apklausos respondentai vertino pagal svarbą 10 SVV eksporto plėtrą ribojančių veiksnių, kurie, daugumos ekspertų nuomone, yra svarbūs arba labai svarbūs SVV eksporto plėtrai. Ekspertai vieningai sutaria, jog labiausiai SVV eksporto plėtrą ribojantys veiksniai yra didelės gamybos sąnaudos ir SVV įmonių savininkų bei valdytojų požiūris į riziką. SVV eksporto plėtrą stabdo ir riboti finansai, stipri konkurencija, nepakankamas įmonės savininkų ir vadovų išsilavinimas bei žmogiškųjų išteklių trūkumas. Šiuos eksporto plėtrą ribojančius veiksnius kaip svarbius ir labai svarbius pasirinko 12 iš 13 respondentų.



31 pav. SVV eksporto plėtrą ribojančių veiksnių vertinimas

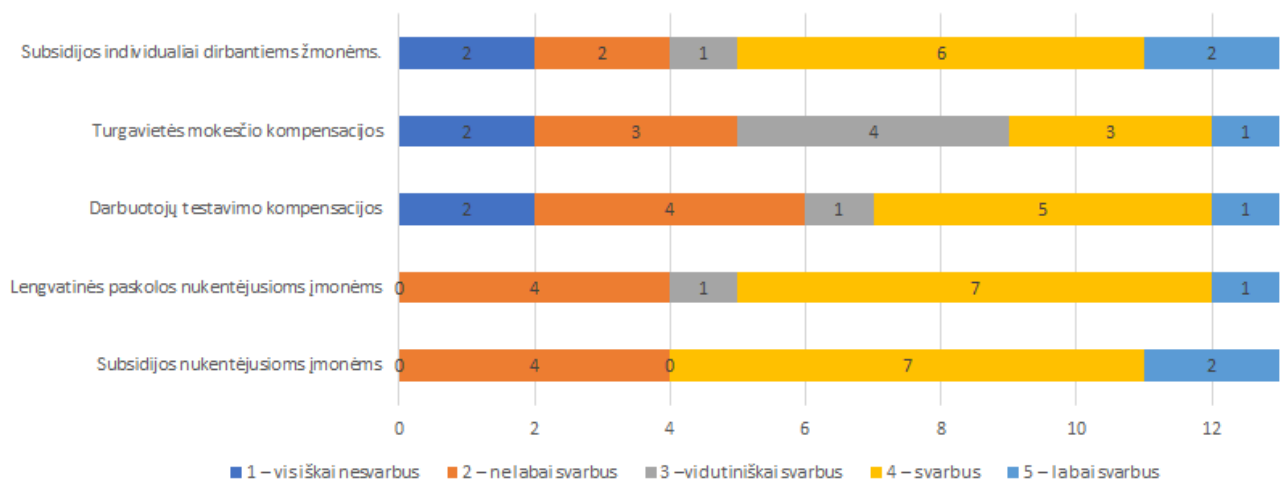
Teorinėje darbo dalyje nagrinėtos įvairios priemonės bei jų poveikis SVV konkurencingumui. Analizuotoje mokslinėje literatūroje internetas ir e-prekyba, inovacijos, priklausymas tarptautinėms tiekimo grandinėms ir kitos priemonės nurodomos kaip neatsiejamos nuo sėkmingos SVV eksporto veiklos. Ekspertinė apklausa tik patvirtina teorinėje dalyje aptartas mokslininkų išvagas. Apklausos ekspertai vieningai sutarė dėl itin reikšmingo interneto ir e-prekybos, naujų tarptautinių verslo kontaktų, lanksčių santykių su verslo partneriais poveikio SVV konkurencingumui eksporto rinkose.

Ekspertų nuomone, ne mažiau svarbūs veiksniai, lemiantys sėkmingą eksportą, yra priklausymas tarptautinėms tiekimo grandinėms, technologinės inovacijos, įgūdžių lavinimas bei bendradarbiavimo ryšių formavimas. Du ekspertai iš trylikos nelabai svarbiais SVV konkurencingumui laiko mokslinių tyrimų ir plėtros kaštus bei dinaminių galimybių plėtrą.



32 pav. Priemonių ir jų poveikio SVV konkurencingumui eksporto rinkose vertinimas

Tebesitęsiant Covid-19 pandemijai parama nukentėjusioms įmonėms yra labai svarbi siekiant sušvelninti krizės pasekmes, išvengti gyvybingų įmonių nemokumo. Tai ypač aktualu SVV įmonėms, kurių skolos išaugo dėl su Covid-19 pandemija susijusių apribojimų. Ne mažiau svarbu tinkamai parinkti priemones, kad jos būtų veiksmingai ir efektyviai panaudojamos. Lietuvoje taikytos 5 pagrindinės pagalbos nuo Covid-19 pandemijos nukentėjusiam SVV priemonės, kurias pagal svarbą įvertino ekspertinės apklausos dalyviai. Vertinant paramos priemones, ekspertų nuomonės išsiskyrė. Daugiausia ekspertų kaip svarbią ir labai svarbią vertina subsidijų nukentėjusioms įmonėms priemonę. Tačiau 4-iems iš 13 ekspertų ši priemonė nėra labai svarbi. Daugiau kaip pusės ekspertų teigimu, subsidijos individualiai dirbantiems žmonėms ir lengvatinės paskolos nukentėjusioms įmonėms yra svarbios arba labai svarbios. Mažiau kaip pusė ekspertų svarbiomis laiko darbuotojų testavimo ir turgavietės mokesčio kompensavimo priemones.



33 pav. Pagalbos priemonių nuo Covid-19 pandemijos nukentėjusiam SVV vertinimas

Diskusija

Apibendrinant atliktą tyrimą galima teigti, kad tyrimo rezultatai patvirtino hipotezę, jog nepaisant stebimų pozityvių SVV eksporto plėtros rodiklių bei Vyriausybės pastangų padėti eksportuojančioms ir norinčioms pradėti eksportuoti SVV įmonėms, taikomos skatinimo priemonės naudojamos nepakankamai tiksliai ir efektyviai. Nors poreikis SVV eksporto skatinimui yra ir verslas mano, jog valstybė turi skatinti SVV eksportą, eksporto skatinimo politika, strategija ir priemonės verslui nėra pakankamai aiškūs ir suprantami. Kaip nepakankamai efektyvi vertinama Lietuvos diplomatų pagalba SVV įmonėms įeinant į užsienio rinkas, stinga tarpinstitucinės veiksmų koordinacijos skatinant eksportą. ES paramos priemonių, nukreiptų į SVV eksporto skatinimą mastas taip pat nėra toks didelis, kad kurtų didelę SVV eksporto vertę.

SVV eksporto plėtra priklauso nuo daugelio veiksnių. Visų pirma – nuo tokių išorinių veiksnių kaip bendra ekonominė situacija, mokestinė aplinka, prognozuojama užsienio politika, tiesioginės užsienio investicijos. Svarbiausios SVV eksportui būtinos sąlygos – rinkos žinios ir valdymo pajėgumai. SVV eksporto plėtrą labiausiai riboja didelės gamybos sąnaudos ir įmonių savininkų požiūris į riziką, riboti finansai, stipri konkurencija, nepakankamas įmonės savininkų ir vadovų išsilavinimas bei žmogiškųjų išteklių trūkumas.

Eksportuojančių SVV įmonių konkurencingumo svarba įmonių augimui, turimų pozicijų eksporto rinkose išlaikymui bei stiprinimui yra neabejotina, todėl reikšmingiausios SVV eksporto plėtrai yra skatinimo priemonės, nukreiptos į SVV įmonių konkurencingumo stiprinimą.

Ekonominių šokų, tokių kaip koronaviruso pandemijos laikotarpiu tikslinė ir savalaikė pagalba įmonių gyvybingumui išsaugoti ir plėtrai paskatinti yra itin svarbi, todėl yra išsamesnio kiekybinio eksportuojančių, ypač labiausiai nuo Covid-19 pandemijos nukentėjusių turizmo ir transporto sektoriaus įmonių tyrimo poreikis, siekiant išsiaiškinti Covid-19 pandemijos poveikį eksporto rezultatams ir galimas tikslines skatinimo priemones.

Tyrimo apribojimai

Atliekant tyrimą paaiškėjo, jog tikslų duomenų apie Covid-19 pandemijos poveikį SVV eksportuotojams kol kas nėra. Šiuo metu naujausi prieinami yra 2019 m. Lietuvos SVV eksporto rodikliai. Statistiniai 2020 m. Lietuvos SVV eksporto duomenys bus skelbiami tik 2022 m. rugpjūčio mėn.

Išvados

1. SVV eksporto svarba Lietuvos ekonomikos augimui yra neabejotina. Ekonominių šokų, tokių kaip Covid-19 pandemijos laikotarpiais eksportas tampa vienu pagrindinių veiksnių, lemiančių šalies ekonomikos atsigavimą, nors tuo pačiu metu susiduria su globalios prekybos sistemos iššūkiais, o taip pat ir ekonominių, geopolitinių bei socialinių sąlygų veikiama pokyčiais šalies viduje. Globalizacijos poveikis SVV įmonėms visų pirma priklauso nuo SVV įmonių konkurencingumo bei sugebėjimo iššūkius paversti galimybėmis. Nepaisant pastangų padėti SVV įmonėms prasiskverbti bei įsitvirtinti naujose rinkose bei skatinti didesnės pridėtinės vertės prekių ir paslaugų eksportą, eksportu užsiima mažiau nei penktadalis visų SVV įmonių ir nors smulkiojo ir vidutinio verslo indėlis ir reikšmė kasmet po truputį auga, Lietuvos SVV pagal sukuriamą eksporto vertę vis dar atsilieka nuo ES vidurkio. Atsižvelgiant į SVV subjektų ypatybes bei į jų svorį Lietuvos ekonomikoje, būtina skirti reikiamą dėmesį tolimesniam SVV gyvybingumui, vystymuisi ir augimui užtikrinti.
2. Mokslinės literatūros analizė atskleidė, jog sėkmingas eksporto skatinimo programų valdymas ir priemonių parinkimas yra sudėtinga užduotis, reikalaujanti žinių, pastangų ir išteklių. Eksporto plėtros iššūkiai globalizacijos kontekste kelia naujus reikalavimus valstybėms, jų nacionalinėms institucijoms bei verslo subjektams. Atsiranda būtinybė priimti naujus strateginius eksporto plėtros sprendimus, skatinančius susitelkti į naujų priemonių, leidžiančių peržengti tradicinio verslo ribas ir įgyti konkurencinį pranašumą užsienio rinkose, kūrimą. Eksporto skatinimo pagalba valstybės sąmoningai gali daryti įtaką eksportuojamų prekių ir paslaugų apimčiai bei rūšims. Kiekvienos valstybės eksporto skatinimo politika yra unikali. Lietuvoje eksporto skatinimas yra viena iš prioritetinių Vyriausybės ekonominės politikos veiklos sričių, kuriuo siekiama gerinti prieigą prie užsienio rinkų, teikti pagalbą užmezgant naujus verslo kontaktus su galimais užsienio verslo partneriais, didinti Lietuvos įmonių žinomumą užsienyje bei skatinti eksporto plėtrą. Nustatant prioritetines eksporto skatinimo priemones, vienas svarbiausių kriterijų yra eksportuojančio ar ketinančio eksportuoti verslo poreikiai.
3. Smulkiojo ir vidutinio verslo įmonių sugebėjimas ir noras vystyti tarptautinę plėtrą priklauso nuo daugelio tiek vidaus, tiek išorės veiksnių. Sėkmingai SVV eksporto plėtrai svarbiausias išorinis veiksnys yra palanki verslo aplinka bei SVV eksportui tinkamos sąlygos. Vienas iš reikšmingiausių vidaus veiksnių yra žinios. SVV eksporto plėtrą stabdo žmogiškųjų išteklių trūkumas. Kiti svarbūs veiksniai: riboti finansiniai ištekliai, didelė konkurencija, senų technologijų naudojimas, nepakankams įmonės savininkų ir vadovų išsilavinimas ir kompetencija. SVV eksporto specifikos žinojimas, eksporto kliūčių ir barjerų identifikavimas ir vertinimas yra svarbūs nustatant, kodėl kai kurioms SVV įmonėms nesiseka eksportuoti, kokios eksporto skatinimo priemonės galėtų paskatinti SVV eksporto plėtrą, naujų eksportuojančių SVV atsiradimą, kurių iš taikomų priemonių poveikis yra efektyviausias.
4. SVV įmonių kūrimosi ir plėtros rodikliai yra teigiami. Lėtesnį ekonominį įmonių efektyvumą ateityje gali reikšti SVV įmonių, taip pat ir eksportuotojų smulkėjimo tendencija. Nors SVV indėlis ir reikšmė eksporto srityje kasmet auga, Lietuva atsilieka nuo ES šalių tiek pagal eksportuojančių SVV įmonių skaičių, tiek pagal sukuriamą eksporto vertę. Didesnis eksportuojančių įmonių skaičiaus negu sukuriamos eksporto vertės augimas skatina taikyti

priemonės, kurios būtų nukreiptos į eksporto sukuriamos vertės didinimą, SVV pozicijų eksporto rinkose stiprinimą bei paskatintų eksporto augimą. SVV eksportui skatinti skirtų ES lėšų įsisavinimas, lyginant su ankstesniais finansiniais laikotarpiais, vertintinas teigiamai. Didžiausią pridėtinę vertę kuria tarptautiškumo skatinimo priemonė „Naujos galimybės LT“. Šios priemonės poveikis reikšmingas dėl naujų kontaktų su užsienio verslo partneriais bei naujų užsienio prekybos sutarčių sudarymo. Atsižvelgiant į tai, kad ES paramos priemonių mastas nėra didelis, tiesiogiai prie SVV eksporto augimo ES paramos priemonės prisideda ribotai. Stiprų poveikį SVV eksporto plėtrai turi daugelis kitų veiksnių. Visų pirma – ekonominė aplinka. Koreliacinė analizė patvirtino, jog SVV eksporto vertei statistiškai reikšmingą poveikį turi BVP ir TUI.

5. Ekspertinės apklausos rezultatai patvirtino SVV eksporto plėtos priklausomybę nuo daugelio veiksnių bei efektyvaus SVV eksporto skatinimo poreikį. Lietuvos SVV eksporto plėtrą labiausiai riboja nepastovi mokestinė aplinka, nenuosekli užsienio politika, nepakankamas įmonių konkurencingumas, sudėtinga tvarka norint pasinaudoti ES parama. SVV eksporto plėtrai taip pat svarbūs yra verslui palankūs įstatymai, investicijos į technologijas, tarptautinės prekybos politika ir sąlygos, patikimi verslo partneriai, tiekėjai, įmonės savininkų/vadovų kompetencija bei požiūris į eksporto plėtrą, tarptautinio verslo žinios ir patirtis, gebėjimas įeiti į naujas rinkas. Svarbiausios eksporto skatinimo priemonės yra palankios aplinkos užsienio prekybai sukūrimas bei SVV eksportuotojų žinomumo užsienio šalyse didinimas. Ekspertų nuomone, įvairūs ekonominiai šokai SVV eksportui taip pat turi reikšmingą įtaką, todėl koronaviruso pandemijos laikotarpiu tikslinė pagalba įmonių gyvybingumui išsaugoti ir plėtrai paskatinti yra itin svarbi. Visos priemonės, nukreiptos į SVV įmonių konkurencingumo didinimą, gali teigiamai paveikti SVV eksporto plėtrą. Išlieka aktualūs finansiniai eksporto skatinimo instrumentai – parama plečiant verslo kontaktų tinklą, įvedant į užsienio rinką naujus produktus ir pan. Technologinių išteklių stiprinimo skatinimas taip pat labai svarbus siekiant užtikrinti gamybos efektyvumą, produktyvumo didinimą, orientaciją į aukštesnės pridėtinės vertės prekių ir paslaugų eksportą. SVV konkurencingumo stiprinimas neatsiejamas nuo investicijų į žmogiškuosius išteklius, SVV įmonių vadovų ir darbuotojų kompetencijų stiprinimo.

Rekomendacijos dėl SVV eksporto plėtos skatinimo tobulinimo

- Naujajame ES programavimo laikotarpyje prioritetą skirti toms paramos priemonėms, kurios padėtų SVV įmonėms išryškinti jų specifinius konkurencinius pranašumus bei nukreipti verslą iš mažos į didelės pridėtinės vertės kūrimą; skatinti SVV įmones gaminti ir eksportuoti aukštos pridėtinės vertės produkciją.
- Efektyvinti Lietuvos diplomatų teikiamą pagalbą įmonėms įeinant į užsienio rinką bei gerinti tarpinstitucinę veiksmų koordinaciją skatinant eksportą. Eksporto skatinimo politika, strategija ir priemonės turi būti žinomos, aiškos ir suprantamos verslui.
- Efektyvinti ES paramos skirstymo mechanizmą, užtikrinant didesnę tikslinių SVV įmonių įtraukimą į paramos gavimą ir stipresnį poveikį SVV eksporto plėtrai.
- Kuriant ir taikant SVV eksporto skatinimo politiką, strategiją ir priemones, naudotis gerąja tokių užsienio šalių kaip Danija, Vokietija patirtimi eksporto skatinimo srityje.
- Sukurti ir taikyti tikslines eksporto skatinimo priemones SVV eksportuotojams, nukentėjusiems nuo Covid-19 pandemijos.

Literatūros sąrašas

1. Ahmedova, S. (2015). Factors for increasing the competitiveness of small and medium – sizes enterprises (SMEs) in Bulgaria. *Procedia – Social and Behavioral Sciences*, Vol. 195.
2. Arteaga-Ortiz, J., & Fernández-Ortiz, R. (2010). Why don't we use the same export barrier measurement scale? *Journal of Small Business Management*, 48(3).
3. Auwal, A. M. ir kt. (2018). External pressure influence on entrepreneurship performances of SMEs: a case study of Malaysian herbal industry. *Journal of Small Business and Entrepreneurship*.
4. Bernatonytė, D., Normantienė, A. (2008). Smulkiųjų ir vidutinių įmonių vaidmuo Lietuvos užsienio prekyboje. *Ekonomika ir vadyba*: 2008, 13. ISSN1822 – 6515.
5. Bernatonytė, D., Vilkė, R. (2009). Lietuvos smulkaus ir vidutinio verslo užsienio prekybos sąlygų pokyčiai Europos ekonominės integracijos kontekste. *Ekonomika ir vadyba*, ISSN 1822-6515.
6. Beck, T. (2013). Bank financing for SMEs-lessons from the literature. *National Institute Economic Review*, 225(1).
7. Becker, S., Egger, P. (2013). Endogenous product versus process innovation and a firm's propensity to export. *Empirical Economics*, Vol. 44, iss. 1.
8. Booltink L., Saka-Helmhout A. (2017). The effects of R&D intensity and internationalization on the performance of non-high-tech SMEs.
9. Cernat, L., Jakubiak, M., Preillon, N. (2020). The Role of SMEs in extra-EU Exports: Key performance indicators.
10. Chaundry N. I., Khalid I. N., Farooq H. (2018), Analyzing the interaction among factors hindering the growth of SMEs: evidence from cutlery sector of Pakistan. *Abasyn Journal of Social Sciences*, 11 (1).
11. Czinkota, M.R., Johanson and Ronkainen, I.A. (2002). *International Business* (4th Edn.). Harcourt Brace and Company.
12. Čekanavičius, V., Murauskas, G. (2014). Taikomoji regresinė analizė socialiniuose tyrimuose. Prieiga per internetą: <http://www.statistika.mif.vu.lt/wp-content/uploads/2014/04/regresine-analize.pdf>
13. Doh, S., & Kim, B. (2014). Government support for SME innovations in the regional industries: The case of government financial support program in South Korea. *Research Policy*, 43(9).
14. Eravia, D., Handayani, T. & Julina, (2015). The opportunities and threats of small and medium enterprises in Pekanbaru: comparison between SMEs in food and restaurant industries. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, Vol. 169.
15. Ferreira, M. P., Simoes, L. G. (2016) .The interrelationships between resources, capabilities, export competitive advantages and export performance. *International Journal of Export Marketing*. 1(2):142.
16. Gamage, N., Kumara, S., (2019). Global challenges and survival strategies of the SMEs in the era of economic globalization: a systematic review. *University of Sri Lanka*.
17. Gencturk, E. F., Kotabe, M. (2001). The effect of export assistance program usage on export performance: a contingency explanation. *Journal of international marketing*.

18. Gilmore, A., Galbraith, B., & Mulvenna, M. (2013). Perceived barriers to participation in R&D programmes for SMEs within the European Union. *Technology Analysis & Strategic Management*, 25(3).
19. Geyer, G., Uriep, A. (2012). Strategien der Internationalisierung von KMU. Hamburgisches Welt Wirtschafts Institut (HWWI) | 2012, ISSN XISSN 1862-4960
20. Grebliauskas, A., Stonys, M. (2012). Lietuvos pramonės eksporto konkurencingumo vertinimas. *Taikomoji ekonomika: sisteminiai tyrimai*: 2012.6/2.
21. Haneef, T. (2010). Barriers to growth of SMEs in Lahore and their effects on SMEs.
22. Heinonen, J., Hytti, U. (2014). Entrepreneurship mission and content in finish policy programmes. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 23(1).
23. Jinjarak, Y., Wignaraja, G., (2016). An empirical assessment of the export-financial constraint relationship: how different are small and medium enterprises? *World Development*, Vol. 79.
24. Köksal, M. H., Özgül, E. (2010). The export competitive advantages of Turkish manufacturing companies. *Marketing Intelligence & Planning*, 28(2).
25. Kostinas, A., Vilniškis, M. (2021). Lietuvos eksporto konkurencingumas: ne kainos veiksniai. Lietuvos bankas, 2021.
26. Krammer, S. M., Strange, R., Lashitew, A. (2018). The export performance of emerging economy firms: the influence of firm capabilities and institutional environments. *International Business Review*, Vol.27, No.1.
27. Leonidou, C. (2004). An analysis of the barriers hindering small business export development. *Journal of Business Management*, Vol. 42, iss. 3.
28. Love, J. H., Roper, S., Zhou, Y. (2016). Experience, age and export. *International Business Review*, Vol. 25.
29. Maarof, M. G. & Mahmud, F., (2016). A Review of Contributing Factors and Challenges in Implementing Kaizen in Small and Medium Enterprises. *Procedia Economics and Finance*, Vol. 35.
30. Marakova, V., Kvasnova, D., Wolak-Tuzimek, A. (2016). The impact of globalization on tourism destination marketing management in Slovakia. *The 16th International Scientific Conference Globalization and its socio-Economic Consequences*. part. III, 1296-1304, ISBN 978-80-8154-191-9.
31. Man, M., Macris, M., (2014). Analysis of the SMEs development in Romania in the current European context affected by the global economic crisis. *Procedia Economics and Finance*, Vol. 15.
32. Matanda, J. M. (2012). Internationalization of established small manufacturers in a developing economy: A case study of Kenyan SMEs. *Thunderbird International Business Review*, 54(4).
33. Millath, A., Thowseaf, S. (2016). Factors influencing export - a conceptual analysis.
34. Mukaka (2012). Statistics corner: a guide to appropriate use of correlation coefficient in medical research.
35. Ndeye, Lutfi Abdul Razak, Ruslan Nagayev, and Adam Ng. (2018). Demystifying small and medium enterprises' (SMEs) performance in emerging and developing economies. *Borsa Istanbul Review* 18.

36. Navarro-Garcia, A., Peris-Ortiz, M., Barrera-Barrera, R.(2016). Market intelligence effect on perceived psychic distance, strategic behaviours and export performance in industrial SMEs. *Journal of Business & Industrial Marketing*. Vol.31, No.3.
37. Nugroho, Mahendra Adhi, Arief Zulyanto Susilo, M. Andryzal Fajar, and Diana Rahmawati. (2017). Exploratory study of SMEs technology adoption readiness factors. *Procedia Computer Science*.
38. Onkelinx, J.; Manolova, T. S.; Edelman, L. F. (2012). The role of employee human capital in the accelerated internationalization of SMEs: empirical evidence from Belgium. *Frontiers of Entrepreneurship Research* 32(16).
39. Oura, M.M.(2016). Innovation capacity, international experience and export performance of SMEs in Brazil. *International Business Review*. Vol.25 No 4.
40. Pilinkienė, V. (2016). Tarptautinė ekonomika. Leidykla „Technologija“. ISBN 978-609-02-1215-8.
41. Rajasekar, P. R. (2015). *International Business Management*. Chennai: Thakur.
42. Sasina, A., Höfferer M., Grausberg-Ladinig, P. (2020) *Grundlagen Export und Internationalisierung*. Verlag: Springer Fachmedien Wiesbaden.
43. Sener, S., Savrul, M. & Aydin, O. (2014). Structure of small and medium-sized enterprises in Turkey and global competitiveness strategies. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, Vol.150.
44. Stern, N. (2002). *A strategy for development*. The World Bank, Washington, DC.
45. Stoian, M. C., Rialp, A., Rialp, J. (2011). Export performance under the microscope: a glance through Spanish lenses. *International Business review*. Vol.20, No.2.
46. Sung, Chang-Young, Ki-Chan Kim, Sungyong, In. (2016). Small and medium-sized enterprises policy in Korea from the 1960s to the 2000s and beyond. *Small enterprise research*.
47. Ščeuvslovs, D., Sarkane E. G. (2014), *Impact of e-environment on SMEs business development*, Riga Technical University, Latvia.
48. Tidikis, R.(2003). *Socialinių mokslų tyrimų metodologija*. Vilnius: Lietuvos teisės universiteto Leidybos centras.
49. Todaro, M. P., Smith, S.C. (2012) , *Economic development*.
50. Vainienė, R. (2005), *Ekonomikos terminų žodynas* Leidykla: Tyto alba, ISBN: 9789986164180.
51. Vilpišauskas, R. (2004). *Tarptautinis konkurencingumas ir Lietuvos eksporto rinka*. Pinigų studijos, Nr.1.
52. Zhang, L., Yunhui, L. (2020). Potential interventions for novel coronavirus in China: A systematic review.

Informacijos šaltinių sąrašas

1. Internationalisierungsstrategien des Mittelstands (2010). Eine Untersuchung der IHK Bochum, http://www.bochum.ihk.de/linebreak4/mod/netmedia_document/data/Broschuere_merz.pdf, 13.04.2012.
2. Prekyba visiems. Atsakingesnės prekybos ir investicijų politikos kūrimas (Europos komisija, 2015). https://trade.ec.europa.eu/doclib/docs/2016/january/tradoc_154147.pdf
3. Versli Lietuva (2020). Apie eksporto strategijų projektus. Prieiga per internetą: <https://www.verslilietuva.lt/eksportuok/eksporto-strategijos/apie-eksporto-strategiju-projektus/>
4. OECD. Fostering greater SME participation in a globally integrated economy (2018). Discussion paper SME Ministerial Conference). Prieiga per internetą: <https://www.oecd.org/cfe/smes/ministerial/documents/2018-SME-Ministerial-Conference-Plenary-Session-3.pdf>
5. Europos Komisija (2020). Šalies ataskaita. Lietuva 2020 [žiūrėta 2021-05-16]. Prieiga per internetą: https://ec.europa.eu/info/sites/info/files/2020-european-semester-country-report-lithuania_lt.pdf
6. Visuotinė lietuvių enciklopedija, Miškinis, G. (2015), Lietuvos užsienio prekyba.. Prieiga per internetą: <https://www.vle.lt/straipsnis/lietuvos-uzsienio-prekyba-1/>
7. World Bank Group. Doing business, 2020. Prieiga per internetą: <https://www.doingbusiness.org/en/doingbusiness>
8. Lietuvos Bankas (2020). Lietuvos ekonomikos apžvalga 2020. Prieiga per internetą: https://www.lb.lt/uploads/documents/files/musu-veikla/ekonomikos-analize-prognozes/Lietuvos_ekonomikos_apzvalga_2020-09.pdf
9. Lietuvos banko pristatymas (2021), J.Markevičius: „Lietuvos ekonomikos tendencijos ir padėtis nekilnojamojo turto rinkoje: Ar negresia perkaitimas?“
10. Annual report on European SMEs 2020/2021. Digitalisation of SMEs : background document. Prieiga per internetą: <https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/849659ce-dadf-11eb-895a-01aa75ed71a1>
11. Žiniasklaidos pranešimai iš “Tripartite Social Summit“. Prieiga per internetą: <https://www.consilium.europa.eu/lt/press/press-releases/2021/03/24/main-messages-from-the-tripartite-social-summit-24-march-2021/>
12. Smulkiojo ir vidutinio verslo konkurencingumo skatinimo poveikio vertinimo ataskaita: <https://www.visionary.lt/wp-content/uploads/2019/05/2014-2020-m-vp-pazangos-vertinimo-ataskaita.pdf>