



LIETUVOS RESPUBLIKOS ŪKIO MINISTRAS

ĮSAKYMAS DĖL LIETUVOS EKSPORTO PLĖTROS 2014–2020 METŲ GAIRIŲ PATVIRTINIMO

2014 m. sausio 27 d. Nr. 4-58
Vilnius

Vadovaudamasis Lietuvos Respublikos Vyriausybės 2012–2016 metų programos įgyvendinimo prioritetinėmis priemonėmis, patvirtintomis Lietuvos Respublikos Vyriausybės 2013 m. kovo 13 d. nutarimu Nr. 228 „Dėl Lietuvos Respublikos Vyriausybės 2012–2016 metų programos įgyvendinimo prioritetinių priemonių patvirtinimo“:

1. T v i r t i n u Lietuvos eksporto plėtros 2014–2020 metų gaires (pridedama).
2. R e k o m e n d u o j u valstybės institucijoms ir įstaigoms vadovautis šio įsakymo 1 punktu patvirtintomis Lietuvos eksporto plėtros 2014–2020 metų gairėmis.

Ūkio ministras

Evaldas Gustas

Parengė
Ūkio ministerijos
Investicijų ir eksporto departamento
Eksporto skyriaus vyriausioji specialistė

Gintara Viskantė

LIETUVOS EKSPORTO PLĖTROS 2014–2020 METŲ GAIRĖS

I SKYRIUS

BENDROSIOS NUOSTATOS

1. Lietuvos eksporto plėtros 2014–2020 metų gairės (toliau – Gairės) nustato prioritetinius eksporto plėtros tikslus, siektinus rezultatus, skatinimo prioritetus, kriterijus ir veiklas.

2. Lietuvos eksporto plėtros strateginis tikslas – diversifikavus eksporto rinkas, padidinti prekių ir paslaugų eksportą, ypač didelį dėmesį skirti lietuviškos kilmės prekių ir paslaugų eksportui.

Siektinas rezultatas – prekių ir paslaugų eksporto dalies pagal bendrąjį vidaus produktą (toliau – BVP) padidėjimas iki 100 proc. 2020 metais (skaičiuojant nuo 2013 metų lygio).

3. Gairėse vartojamos sąvokos:

3.1. **Didesnės pridėtinės vertės produktai** – ekonominės veiklos, kurios sukuriama pridėtinė vertė yra didesnė nei Lietuvos ūkio produktyvumo (per faktiškai dirbtą valandą) vidurkis (prekės, kurių vertė kiekvienoje gamybos stadijoje padidėja dėl inovacijų ar naujų technologijų, arba žiniomis grįstų technologijų paslaugos), produktas.

3.2. **Ekspertas** – prekių išvežimas iš Lietuvos Respublikos muitų teritorijos ar paslaugų teikimas už Lietuvos Respublikos muitų teritorijos ribų.

3.3. **Inovatyvūs produktai** – tai nauji ar iš esmės patobulinti į rinką išleisti produktai – prekės ir paslaugos, kurios tam tikromis savybėmis ar panaudojimo galimybėmis skiriasi nuo anksčiau gamintų prekių ar teiktų paslaugų. Inovatyvūs produktai gali būti dviejų tipų: technologiškai nauji ir technologiškai patobulinti.

3.4. **Įmonių kooperacija** – įmonių (nebūtinai vienos valstybės) dalijimasis galutinės produkcijos gamybos ar paslaugų teikimo operacijomis ir jų išleidimo į rinką funkcijomis.

3.5. **Lietuviškos kilmės paslauga** – Lietuvos Respublikoje įsisteigusio paslaugos teikėjo savarankiška už užmokestį atliekama ūkinė komercinė veikla.

3.6. **Lietuviškos kilmės prekė** – prekė, kilusi iš Lietuvos Respublikos, t. y. prekė, išgauta, užauginta, pagaminta arba sumontuota, surinkta arba perdirbta Lietuvoje.

3.7. **Regionai** – tai yra visos Lietuvos apskritys ir savivaldybės, išskyrus Vilniaus, Kauno ir Klaipėdos savivaldybes.

3.8. **Santykinai mažiau eksportuojantys sektoriai** – tai sektoriai, per metus mažiau kaip 63 proc. savo produkcijos eksportuojantys pramonės sektoriai ir mažiau kaip 9 proc. produkcijos eksportuojantys paslaugų sektoriai.

II SKYRIUS

LIETUVOS EKSPORTO 2007–2013 METŲ APŽVALGA IR SVARBA ŠALIES EKONOMIKAI

4. Lietuvos 2014–2020 m. Europos Sąjungos struktūrinės paramos panaudojimo pagrindinis tikslas – skatinti ekonomikos konkurencingumą, apimančią ir į eksportą orientuotos ekonominės veiklos, sukuriančios didesnę pridėtinę vertę ir naudojančios pažangiąsias technologijas, plėtrą. Prekių ir paslaugų eksportas padeda didinti BVP, užtikrina Lietuvos ekonomikos augimą.

5. Lietuvos ūkis kasmet vis labiau orientuojasi į užsienio rinkas, nes prekių ir paslaugų eksportas didina ūkio subjektų pelningumą, skatina veiklos plėtrą ir internacionalizaciją, greičiau atsiperka investicijos, kuriamos naujos darbo vietos, o tai daro tiesioginę įtaką ekonomikos augimui. Pastaraisiais metais Lietuvos eksporto augimo tempas buvo spartesnis nei vidutiniškai Europos Sąjungos (toliau – ES) valstybėse narėse. 2012 m. eksportas buvo pagrindiniu Lietuvos ekonomikos augimo veiksniumi ir sudarė 84,1 proc. BVP. Reikia pažymėti, kad Lietuvos eksporto augimui poveikį daro ne tik kitų valstybių makroekonominė situacija, bet ir paties verslo konkurencingumas. Jam palaikyti ypač reikalingos produktyviosios investicijos (t. y. į mašinas ir įrenginius). Palengvintos patekimo į kitas rinkas sąlygos suteikia galimybę išplėsti eksportuojamos produkcijos ir teikiamų paslaugų vartotojų skaičių užsienio rinkose.

6. Sparčiai augančią užsienio prekybos apimtį greičiausiai lemia įprasti Lietuvos konkurenciniai pranašumai: palanki geografinė padėtis, konkurencingos darbo užmokesčio sąnaudos (santykinai mažesnė produkcijos savikaina), išsilavinusi ir gebanti mokytis darbo jėga, gebėjimas gaminti klientų poreikiams pritaikytą produkciją mažomis partijomis per trumpą laiką, geresnis Rytų rinkų verslo poreikių suvokimas, išvystyta transporto ir logistikos infrastruktūra ir kita.

7. Lietuvos statistikos departamento duomenimis, bendras Lietuvos prekių ir paslaugų eksportas 2007–2012 m. vidutiniškai kasmet augo po 12,4 proc. ir 2012 m. prekių ir paslaugų eksportas sudarė 95,5 mlrd. Lt. Pagal šį rodiklį Lietuva užėmė pirmąją vietą ES, antroje vietoje buvo Latvija, kurios eksportas vidutiniškai kasmet padidėdavo po 8,8 proc., trečiojoje – Estija (7,9 proc.). Lietuvos prekių eksportas tuo pačiu laikotarpiu vidutiniškai kasmet augo po 13 proc., o paslaugų – po 9,4 proc. 2012 m. prekių eksportas padidėjo 14,5 proc., jo vertė siekė 79,7 mlrd. Lt. Tai buvo geriausias metinis prekių eksporto rezultatas nepriklausomos Lietuvos istorijoje. Atitinkamai 2012 m. paslaugų eksportas padidėjo beveik 23 proc. ir siekė 15,8 mlrd. Lt. Per 2013 m. sausio–lapkričio mėn., palyginti su atitinkamu 2012 m. laikotarpiu, Lietuvos prekių eksportas išaugo 7,3 proc. ir sudarė 77,8 mlrd. Lt. Pirminiais duomenimis, paslaugų eksportas 2013 m. sausio–lapkričio mėn., palyginti su tuo pačiu 2012 m. laikotarpiu, išaugo 15 proc. ir sudarė 16,7 mlrd. Lt.

8. Prekių ir paslaugų santykis Lietuvos eksporto sektoriuje 2007–2012 m. keitėsi nedaug. Bendro eksporto prekių ir paslaugų dalis svyravo trijų procentinių punktų diapazonu: prekių eksporto – nuo 81 proc. iki 84,4 proc., o paslaugų – nuo 15,7 proc. iki 19 proc. 2012 m. prekių

eksportas sudarė 83,4 proc. viso eksporto, paslaugų eksportas – 16,6 proc. Tačiau 2013 m. sausio–lapkričio mėnesiais prekių eksportas sudarė 61,2 proc., o paslaugų eksportas išaugo iki 38,8 proc.

9. 2007–2012 m. lietuviškos kilmės prekių eksportas sparčiausiai augo į Nepriklausomų valstybių sandraugos (toliau – NVS) valstybes – vidutiniškai po 14,5 proc. kasmet, į ES valstybes – po 10,7 proc., į kitas šalis – po 11 proc. Lietuvos pramonės eksporto į NVS valstybes dalis minėtuoju laikotarpiu padidėjo nuo 10,2 proc. iki 11,8 proc., o eksporto į ES valstybes nars dalis sumažėjo nuo 75,9 proc. iki 74,4 proc. Eksporto į kitas valstybes dalis išliko panašaus lygio – apie 14 proc. Pažymėtina, kad ES rinkai tenka daugiau kaip du trečdaliai lietuviškos kilmės prekių (įskaitant žemės ūkio ir maisto pramonės produkciją) eksporto, tačiau pastaraisiais metais pamažu didėja ir NVS valstybių rinkų svarba Lietuvos gamintojams. Iš kitų valstybių grupės reikėtų išskirti Norvegijos ir Jungtinių Amerikos Valstijų rinkas, nes joms tenka daugiau negu trečdalis viso eksporto į kitas valstybes. Be to, auga Lietuvos įmonių susidomėjimas kitomis rinkomis: Tolumų Rytų, Pietų Amerikos, Vidurio Rytų. 2013 m. sausio–lapkričio mėn. lietuviškos kilmės prekių daugiausia eksportuota į ES valstybes nars – 74,7 proc., NVS valstybes – 11,7 proc., Europos laisvosios prekybos asociacijos valstybes – 3,2 proc. ir į kitas valstybes – 10,4 proc.

10. 2012 m. 5,7 proc. viso eksporto, išskyrus naftos produktus, sudarė investicinės prekės, 34,8 proc. – vartojimo prekės, 59,5 proc. – tarpinio vartojimo prekės. Santykinai didesnę eksporto į labiau išsivysčiusias valstybes (pvz., ES) dalį, palyginti su mažiau išsivysčiusiomis valstybėmis (pvz., NVS), sudaro tarpinio vartojimo prekės. To priežastis – užsakomoji pramoninė gamyba. Tačiau į mažiau išsivysčiusias valstybes (pvz., Rusiją, Baltarusiją, Ukrainą), palyginti su ES valstybėmis, santykinai daugiau eksportuojama investicinių ir vartojimo prekių.

11. Kitos Lietuvos įmonėms patrauklios užsienio rinkos, turinčios santykinai aukštą Lietuvos eksporto investicinių prekių dalį, yra šios: Japonija, Norvegija, Danija, Ukraina, Kazachstanas, Azerbaidžanas. Į šias rinkas daugiausia eksportuojama šių investicinių prekių: mašinų ir mechaninių įrenginių, elektros mašinų ir įrenginių ir transporto priemonių.

12. Rinkos, į kurias eksportuojame santykinai daugiau vartojimo prekių, palyginti su kitomis valstybėmis, yra šios: Vokietija, Švedija, Jungtinė Karalystė, Norvegija, Danija, Nyderlandai, Jungtinės Amerikos Valstijos, Estija, Kinija, Italija, Ispanija ir Japonija. Santykinai didelį vartojimo prekių eksportą į šias rinkas lemia maisto produktų bei tekstilės ir drabužių eksportas.

13. 2007–2012 m. vidutiniškai 58 proc. viso prekių reeksporto teko NVS valstybių rinkai, o 39 proc. – ES rinkai, kitoms valstybėms – 3 proc. Tačiau prekių reeksportas nediversifikuotas, nes aštuonioms didžiausioms prekių reeksporto rinkoms (Rusijai, Latvijai, Baltarusijai, Lenkijai, Estijai, Kazachstanui, Vokietijai ir Ukrainai) 2012 m. teko 86 proc. viso prekių reeksporto. Reeksportas taip pat yra svarbi Lietuvos užsienio prekybos dalis, nes įmonės užmezga tarptautinius ryšius, o tai vėliau joms padeda internacionalizuotis.

14. Lietuvos paslaugų eksporto sektoriuje dominuoja transporto paslaugos, kurios 2007–2012 m. sudarė apie 60 proc. viso paslaugų eksporto, antroje vietoje yra turizmas (26 proc.), visoms kitoms paslaugų rūšims teko tik 14 proc. paslaugų eksporto, todėl, siekiant skatinti paslaugų eksporto plėtrą, reikėtų koncentruotis į tradiciškai stiprių sektorių konkurencingumo išlaikymą ir didinimą, taip pat į aukštą pridėtinę vertę kuriančių paslaugų (informacinių technologijų, mokslinių

tyrimų ir technologinės plėtros, verslo paslaugų ir kt.) ir statybos paslaugų spartesnę eksporto didinimą.

15. 2007–2012 m. Lietuvos paslaugų eksporto rinkos kito nedaug: ES valstybių dalis sumažėjo nuo 29,9 proc. iki 25 proc., NVS valstybių didėjo nuo 16 proc. iki 20,2 proc., o kitų valstybių dalis padidėjo nuo 54,1 proc. iki 54,8 proc.

16. Didesnės pridėtinės vertės produktų ir aukštųjų technologijų sektoriai bendroje Lietuvos eksporto struktūroje kol kas sudaro tik 3 proc. viso eksporto. Likusią dalį sudaro tradicinės pramonės sektoriai. Dėl inovatyvumo ir efektyvumo didinimo, vadybinių gebėjimų ugdymo, Lietuvos mokslinio potencialo išnaudojimo ir verslo ir mokslo bendradarbiavimo net ir nedidelis tradicinės gamybos (kartu ir eksporto) augimas gali daryti teigiamą poveikį visai ekonomikai ir sukurti sąlygas Lietuvai ilgainiui tapti inovatyvių aukštųjų technologijų šalimi.

III SKYRIUS

PRIORITETINIAI EKSPORTO PLĖTROS TIKSLAI IR SIEKTINI REZULTATAI

17. Prioritetiniai Lietuvos eksporto plėtros tikslai:

17.1. išlaikyti turimas eksporto pozicijas užsienio rinkose;

17.2. skverbtis į naujas, ypač trečiųjų valstybių, rinkas;

17.3. skatinti didesnės pridėtinės vertės prekių ir paslaugų eksporto plėtrą.

18. Siektini Lietuvos eksporto plėtros rezultatai:

18.1. bendro prekių ir paslaugų eksporto padidėjimas vidutiniškai po 7 proc. kasmet, skaičiuojant nuo prieš tai buvusių metų lygio;

18.2. kasmetinis prekių ir paslaugų eksporto į trečiąsias valstybes padidėjimas po 10 proc., skaičiuojant nuo prieš tai buvusių metų lygio;

18.3. kasmetinis galutinio vartojimo produkcijos ir investicinių prekių eksporto padidėjimas po 10 proc., skaičiuojant nuo prieš tai buvusių metų lygio.

IV SKYRIUS

EKSPORTO PLĖTROS SKATINIMO PRIORITETAI, KRITERIJAI IR VEIKLOS

19. Lietuvos eksportas yra pakankamai diversifikuotas tarp Rytų ir Vakarų pagrindinių rinkų, tiesiogiai nesusijusių viena su kita. Tačiau, atsižvelgiant į tai, kad šių krypčių rinkos nėra geografiškai tolimos, išlieka grėsmė, kad gali vienu metu susidaryti krizinė situacija daugumoje iš jų (arba net visose iškart), o tai darytų didelį neigiamą poveikį eksportui, kartu ir visai Lietuvos ekonomikai. Norint šią grėsmę kuo labiau sumažinti, reikėtų didinti eksportą į tolimas rinkas.

20. Siekiant skatinti eksporto ir įmonių konkurencingumo augimą, pirmiausia vertėtų nustatyti prioritetinių eksporto rinkų ir eksporto plėtros sektorių grupes. Vertėtų teikti daugiau aktualios informacijos eksportuotojams apie ekonominę situaciją ir teisinį reguliavimą konkrečioje rinkoje, jos ekonomikos augimo potencialą ir poreikius, apie prekybos barjerus trečiosiose

valstybėse, taip pat apie reikalavimus dėl importuojamos produkcijos ir pan., reguliariai informuoti Lietuvos verslininkus apie ES vykdomas ir baigtas derybas su trečiosiomis valstybėmis dėl laisvosios prekybos ir tokiose derybose siekti atverti rinkas svarbiausiems eksporto sektoriams. Taip pat labai svarbu panaudoti jau sukauptą Lietuvos eksporto skatinimo patirtį ir sukurtą infrastruktūrą, VŠĮ „Versli Lietuva“ ir kitų institucijų turimą kompetenciją ir patirtį, sukurtas ir pasiteisinusias eksporto skatinimo priemones.

21. Atsižvelgus į rinkos dydį ir augimo potencialą, aktyvų Lietuvos verslo interesą, Lietuvos eksportuotojams palankias sąlygas, geografinį aspektą, rinkos paklausos atitiktį Lietuvos eksporto galimybėms ir eksporto tendencijas, nustatytos trys lygiavertės prioritetinių eksporto rinkų grupės:

21.1. Pirmoji grupė. Tikslas – išlaikyti ir stiprinti pozicijas (valstybės: Švedija, Vokietija, Norvegija, Suomija, Jungtinė Karalystė, Prancūzija, Lenkija, Belgija, Danija, Nyderlandai, Latvija, Estija).

21.2. Antroji grupė. Tikslas – diversifikuoti produkciją ir mažinti riziką (valstybės: Rusija, Ukraina, Baltarusija, Kazachstanas, Azerbaidžanas, Jungtinės Amerikos Valstijos, Turkija, Italija).

21.3. Trečioji grupė. Tikslas – tirti galimybes, ieškoti nišų ir įsilieti į naujas rinkas (valstybės: Kinija, Pietų Korėja, Izraelis, Japonija, Indija, Brazilija, Argentina, Kanada, Meksika, Čilė, Turkmėnistanas, Moldova, Armėnija, Gruzija, Malaizija, Indonezija, Jungtiniai Arabų Emyratai, Pietų Afrikos Respublika, Vietnamas, Omanas, Mongolija).

22. Atsižvelgus į sektorių gamybos potencialą, plėtros galimybes, orientaciją į didesnės pridėtinės vertės produktų gamybą ar paslaugų teikimą, taip pat į jų eksportą ir gebėjimą greitai reaguoti į pasaulinės rinkos pokyčius, nustatyti kriterijai, kuriais remiantis bus skatinama eksporto plėtra:

22.1. Pirmasis kriterijus – lietuviškos kilmės prekes ir paslaugas eksportuojantys sektoriai. Lietuviškos kilmės prekių ir paslaugų eksportas sukuria didesnę dalį pridėtinės vertės nei reeksportas, taip pat daug eksportuojantys Lietuvos pramonės ir paslaugų sektoriai sukuria daugiau darbo vietų ir tiesiogiai ar netiesiogiai aprūpina užsakymais susijusius sektorius. Sėkmingai eksportuojantys Lietuvos pramonės ir paslaugų sektoriai didina tarptautinį Lietuvos konkurencingumą, be to, vidaus paklausos svyravimas jiems daro mažesnę įtaką.

22.2. Antrasis kriterijus – inovatyvius ir didesnės pridėtinės vertės produktus kuriantys sektoriai. Panaudojus Lietuvos mokslo potencialą, šių sektorių gaminamos produkcijos ir teikiamų paslaugų eksporto skatinimas ir didinimas, , leistų sparčiau didinti bendrąją sukuriama pridėtinę vertę, o eksporto rinkose gautos pajamos būtų panaudotos investicijoms ir vidaus vartojimui skatinti. Žinioms imlūs ir energetinio efektyvumo siekiantys sektoriai sudarys galimybę užtikrinti spartesnę ekonomikos pažangą, todėl tikslinga skatinti mokslo ir verslo partnerystę ir verslo investicijas į mokslinius tyrimus, technologinę ir inovacijų plėtrą.

22.3. Trečiasis kriterijus – santykinai mažiau eksportuojantys sektoriai (ypač tie, kurių įmonės yra regionuose), siekiant skatinti jų eksportą. Šiuo atveju mažėtų sektorių priklausomybė nuo vietos rinkos, didėtų jų produkcijos konkurencingumas, būtų diversifikuota rizika. Atsižvelgiant į tai, kad ES ypatingą dėmesį skiria mažų ir vidutinių įmonių, kurių didžioji dalis yra regionuose, konkurencingumo didinimui ir plėtrai ir šiems tikslams numato skirti struktūrinių fondų

lėšų ir naujuoju programavimo laikotarpiu (2014–2020 metais), šių sektorių skatinimas taip pat padėtų spręsti regionų užimtumo ir socialines problemas.

22.4. Ketvirtasis kriterijus – įmonių kooperacija ir klasterizacija. Lietuvos įmonėms sunku integruotis į tarptautines rinkas su nežinomu prekės ženklu. Lietuvos įmonių klasterizacija yra labai svarbi, siekiant pašalinti pagrindines įmonių konkurencingumą ribojančias priežastis ir palengvinti įsiliejimą į dideles užsienio rinkas (Rusijos, Vokietijos, Kinijos ir pan.). Mažos ir vidutinės įmonės dėl gamybos pajėgumų stokos nepajėgia vykdyti stambių užsakymų, todėl negali pritraukti stambių prekių ir paslaugų pirkėjų. Šią problemą iš dalies jos galėtų išspręsti, jei susijungtų į klasterius. Įmonių kooperacija arba klasterizacija, taip pat prisijungimas prie tarptautinių tinklų bent iš dalies padėtų spręsti šias problemas, paskatintų kurti lietuviškus prekės ženklus ir padėtų juos populiarinti užsienio rinkose. Siekiant skatinti verslo ir mokslo subjektus jungtis į klasterius, įmonės bus konsultuojamos klasterių kūrimo ir plėtros klausimais. Įmonių kooperacijos skatinimas sudaro sąlygas įmonėms didinti prekių tiekimo ir paslaugų teikimo efektyvumą (pvz., kartu su partneriais užsisakyti didesnę žaliavų kiekį palankesnėmis sąlygomis) ir taip prisidėti prie įmonių konkurencingumo didinimo. Be to, įmonių bendradarbiavimas, sutelkus ribotus išteklius rinkodarai užsienio rinkose, didina įmonių tarptautinės plėtros galimybes. Ypač perspektyvi eksporto plėtros forma yra Lietuvos įmonių dalyvavimas tarptautiniuose tinkluose (vertės kūrimo grandinių veikloje), t. y. įsiliejimas į įmonių grupę, gaminančią prekes ar teikiančią paslaugas daugiau nei vienoje valstybėje. Įmonės įsitraukia į tarptautinius tinklus, nes tuomet įgauna konkurencinį pranašumą (tai gali būti patentuotas produktas, įranga ar technologija, taip pat vadybos metodai ir įmonės darbuotojų kompetencijos nematerialios vertybės).

23. Lietuvos verslo ateities perspektyvos daugiausia susijusios su prekių ir paslaugų eksportu. Net ir padidėjus vidaus paklausai, eksporto reikšmė nemažės, nes orientuojantis tik į vidaus rinką daugumos prekių gamybos išlaidos tampa pernelyg didelės. Galimybė eksportuoti produkciją daugeliui įmonių padeda ne tik išsilaikyti rinkoje, bet ir didinti gamybos ir prekybos apimtį, gauti masto ekonomiją, išlaikyti ir kurti naujas darbo vietas. Tarp pagrindinių veiksnių, lemiančių Lietuvos eksporto plėtrą, yra valstybės vykdoma eksporto skatinimo politika ir palankių sąlygų eksportuotojams sudarymas – aktyviai išnaudojamos ES dvišalių ir daugiašalių laisvosios prekybos susitarimų teikiamos galimybės, ginami Lietuvos įmonių interesai užsienio valstybėse, išnaudojamos tarpvyriausybinių ekonominio bendradarbiavimo komisijų galimybės, rengiami aukšto lygio pareigūnų vizitai, verslo misijos ir pan.

24. Viena iš pagrindinių Lietuvos verslo, ypač mažų ir vidutinių įmonių, pradedančių veiklą, plėtros kliūčių – sudėtinga prieiga prie reikalingų finansavimo šaltinių, todėl 2014–2020 m. numatoma diegti ir įgyvendinti įvairius verslo finansavimo modelius, ypatingą dėmesį skirti verslą pradedančioms įmonėms: skatinti jų konkurencingumo didinimą, ugdyti papildomus darbuotojų įgūdžius, padėti užmegzti ryšius su užsienio įmonėmis ir skatinti jų produkcijos patekimą į užsienio rinkas.

25. Veikiantys ar ketinantys pradėti veiklą smulkiojo ir vidutinio verslo subjektai dėl ribotų kvalifikacinių galimybių dažnai negali gauti išsamios reikiamos informacijos rinkos tyrimų ir konsultacijų, potencialių rinkų paieškos, naujų technologijų diegimo ir kitais verslo organizavimo

klausimais, todėl numatoma didinti prieigą prie viešųjų verslo paslaugų, gerinti viešųjų verslo paslaugų kokybę: diegti naujas viešųjų paslaugų teikimo verslui priemones (taikyti naujus konsultavimo būdus ir kt.), įtraukti potencialius šių paslaugų teikėjus, prireikus užtikrinsiančius galimybę kiekviename regione gauti informacinę (konsultacinę) pagalbą verslo pradžios ir verslo plėtros klausimais.

26. Parama rinkodaros ir organizacinėms inovacijoms diegti sudarytų palankias sąlygas padidinti smulkiojo ir vidutinio verslo įmonių konkurencingumą ir plėtrą tarptautinėse rinkose, nes paskatintų įmonių rinkodarą,ėjimo į naujas tarptautines rinkas strategijų rengimą, taip pat naujų verslo organizavimo formų kūrimą ir taikymą, efektyvesnį informacinių išteklių valdymą. Tai sudarytų palankias sąlygas sukurti naujus produktus ir paslaugas ar tobulinti esamas (-us) ir jas (juos) pristatyti tarptautinėse rinkose. 2014–2020 m., pritaikius įvairias finansavimo formas, numatoma toliau investuoti į įmonių organizacinės veiklos tobulinimą ir optimizavimą, pasirengimą eksportuoti ir kitas priemones.

27. Numatomos eksporto plėtros skatinimo veiklos:

27.1. informuoti ir konsultuoti įmones:

27.1.1. reguliariai atnaujinti ir teikti susistemintą informaciją apie prioritetinių eksporto rinkų ekonominę situaciją, tendencijas, potencialą ir pagrindinius teisės aktus, reguliuojančius tarptautinę prekybą – tarifinį ir netarifinį reguliavimą ir pagrindinius prekybos barjerus, reikalavimus importuotojams ir jų produkcijai;

27.1.2. pagal įmonių poreikius rengti prioritetinių rinkų apžvalgas ir rinkos tyrimus, teikti pasiūlymus dėl jų produkcijos eksporto galimybių;

27.1.3. teikti informacines ir konsultacines paslaugas klasterių kūrimo ir jų plėtros klausimais;

27.1.4. konsultuoti eksporto, įmonių ir jų produkcijos pristatymo tarptautinėse parodose ir mugėse klausimais;

27.1.5. teikti naudingas nuorodas į kitų valstybių internetines svetaines;

27.1.6. kurti palankų Lietuvos įvaizdį, skleisti informaciją apie Lietuvos ekonomikos galimybes;

27.2. skatinti užmegzti verslo ryšius:

27.2.1. skatinti verslo forumų, misijų, tarptautinių parodų, kontaktų mugių ir kitų renginių organizavimą;

27.2.2. skatinti Lietuvos įmonių (jų grupių) dalyvavimo tarptautinėse parodose, misijose ir mugėse – pristatyti įmonių ir jų produkcijos jungtinį standą – organizavimą;

27.2.3. skatinti įmonių vizitų iš Lietuvos ir į Lietuvą organizavimą ir atsakyti į suinteresuotų įmonių paklausimus;

27.2.4. vykdyti aktyvią užsienio įmonių – galimų lietuviškų prekių ir paslaugų pirkėjų (importuotojų) – paiešką;

27.2.5. pildyti eksportuotojų duomenų bazę;

27.2.6. plėsti lyderių tinklą „Globali Lietuva“;

27.3. teikti ekspertines paslaugas, rengti pratybas ir seminarus:

27.3.1. teikti ekspertines paslaugas ir organizuoti seminarus (įsiliejimo į rinką, vadybinių gebėjimų stiprinimo), formuoti konkrečių įmonių konkurencingumo ir eksporto gebėjimų didinimo paslaugų paketus ir pan.;

27.3.2. teikti specializuotas paslaugas (licencijų, leidimų, pažymų gavimo, standartizavimo, sertifikavimo, prekių ženklinimo, prekių ženklų kūrimo ir jų žinomumo didinimo, dizaino, pakavimo ir kitais klausimais);

27.3.3. analizuoti įmonių tarptautinį konkurencingumą ir konsultuoti jo didinimo klausimais;

27.4. stiprinti ir tobulinti ekonominį atstovavimą užsienyje.

V SKYRIUS BAIGIAMOSIOS NUOSTATOS

28. Gairių įgyvendinimas finansuojamas iš atitinkamų metų Lietuvos Respublikos valstybės biudžeto ir savivaldybių biudžetų finansinių rodiklių patvirtinimo įstatyme atitinkamoms institucijoms patvirtintų bendrųjų asignavimų, ES fondų ir kitų teisėtai gautų lėšų.
