



KAUNO TECHNOLOGIJOS UNIVERSITETAS
EKONOMIKOS IR VERSLO FAKULTETAS

Alina Jaškūnaitė

LIETUVOS BALDŲ PRAMONĖS EKSPORTO
KONKURENCINGUMO VEIKSNIAI

Baigiamasis magistro projektas

Vadovė

doc. dr. Asta Sabonienė

KAUNAS, 2020

KAUNO TECHNOLOGIJOS UNIVERSITETAS

EKONOMIKOS IR VERSLO FAKULTETAS

**LIETUVOS BALDŲ PRAMONĖS EKSPORTO
KONKURENCINGUMO VEIKSNIAI**

Baigiamasis magistro projektas

Verslo ekonomika, 6211JX042

Vadovė

..... doc. dr. Asta Sabonienė

(parašas) 2019 12 18

Recenzentas

..... prof. dr. Vaidas Gaidelys

(parašas) 2019 12 18

Projektą atliko

..... Alina Jaškūnaitė

(parašas) 2019 12 18

KAUNAS, 2020



KAUNO TECHNOLOGIJOS UNIVERSITETAS

Ekonomikos ir verslo fakultetas

Alina Jaškūnaitė

Verslo ekonomika, 6211JX042

Baigiamojo magistro projekto „Lietuvos baldų pramonės eksporto konkurencingumo veiksniai“

AKADEMINIO SAŽININGUMO DEKLARACIJA

2019 m. gruodžio 18 d.

Kaunas

Patvirtinu, kad mano, **Alinos Jaškūnaitės**, baigiamasis magistro projektas tema „Lietuvos baldų pramonės eksporto konkurencingumo veiksniai“ yra parašytas visiškai savarankiškai, o visi pateikti duomenys ir tyrimų rezultatai yra teisingi ir gauti sąžiningai. Šiame projekte nėra viena dalis nėra plagijuota nuo jokių spausdintinių ar internetinių šaltinių, visos kitų šaltinių tiesioginės ir netiesioginės citatos nurodytos literatūros nuorodose sąrašė. Įstatymų nenumatytų piniginių sumų už šį projektą niekam nesu mokėjusi.

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

(vardą ir pavardę įrašyti ranka)

(parašas)

Jaškūnaitė, Alina. Lietuvos baldų pramonės eksporto konkurencingumo veiksniai. Magistro baigiamasis projektas / vadovė doc. dr. Asta Sabonienė; Kauno technologijos universitetas, Ekonomikos ir verslo fakultetas.

Studijų kryptis ir sritis: Socialiniai mokslai, Ekonomika.

Reikšminiai žodžiai: *eksporto konkurencingumas, pramonė, konkurencingumo veiksniai.*

Kaunas, 2020. 72 p.

SANTRAUKA

Baigiamasis magistro projektas yra skirtas Lietuvos baldų pramonės eksporto konkurencingumo veiksniams analizuoti. Pastaruosius du dešimtmečius akademiniuose tyrimuose vis daugėja diskusijų, kurios susijusių su konkurencingumo sąvoka. Eksporto konkurencingumas ir eksporto plėtra yra svarbūs šalies ekonomikos augimui, o jų reikšmingumas yra svarbus augančiai ekonominei integracijai ir globalizacijai. Taigi konkurencingumas padeda pasiekti pramonės pranašumą tarptautinėje rinkoje per eksportą.

Tyrimo objektas - Lietuvos baldų pramonės eksporto konkurencingumo veiksniai.

Tyrimo tikslas – atlikti Lietuvos baldų pramonės konkurencingumo veiksnių vertinimą.

Tyrimo uždaviniai:

1. išanalizuoti Lietuvos baldų pramonės veiklos kitimo tendencijas ir išskirti problematiką;
2. išanalizuoti eksporto plėtrą sąlygojančius teorinius veiksnius ir rodiklius;
3. ištirti baldų pramonės gamybos ir eksporto pokyčius analizuojamu 2014–2018 m. laikotarpiu;
4. atlikti Lietuvos baldų pramonės eksporto konkurencingumo vertinimą RCA indeksu;
5. įvertinti išskirtų eksporto konkurencingumą sąlygojančių veiksnių ir Lietuvos baldų pramonės eksporto apimčių ryšį.

Taikyti tyrimo metodai: mokslinės literatūros analizė, duomenų grupavimas, lyginimas ir grafinės pateiktys. Taikyti koreliacinės ir regresinės analizės metodai.

Projekto struktūra susideda iš 4 dalių, pirmoje darbo dalyje išanalizuota, kad Lietuvos baldų pramonės produkcija pagal vertę 2014–2018 m. augo, taip pat kasmet augo ir įmonių bei darbuotojų skaičius, tai įrodo, kad didėja rinkos paklausa. Nustatyta, kad apie 70 proc. Lietuvos baldų pramonės pagaminamos produkcijos yra skirta užsienio rinkoms, taigi konkurencingumo lygis pramonei yra ištis svarbus. Išskirta, jog baldų pramonės eksporto rinkų diversifikacija yra ribota, nes didžioji dalis eksporto skirta, būtent Europos Sąjungos šalims. Išskirta problematika, jog pastarąjį dešimtmetį, kasmet augančios vienos pagrindinių baldų pramonės žaliavų – medienos kainos, tiesiogiai veikia produkcijos kainas, o tai sąlyginai mažina konkurencingumą tarptautinėse rinkose. Antroje darbo dalyje analizuotas konkurencingumo sąvokos apibrėžimas ir nustatyta, kad vienas tikslus apibrėžimas neegzistuoja, o plačiąją prasme sąvokos analizė apima tris pagrindinius lygius: mikro-, mezo- ir makro-. Analizuojant mokslinę literatūrą, nustatyta, kad eksporto konkurencingumą galima pasiekti tiekiant kokybišką produkciją, konkurencingomis kainomis bei sugebant greitai reaguoti į užsienio rinkų paklausos pokyčius. Antroje dalyje nustatyti pagrindiniai vidiniai eksporto konkurencingumo veiksniai: rinkodaros žinių ir informacijos veiksniai; finansiniai veiksniai; žmogiškųjų išteklių veiksniai; techniniai veiksniai. Taip pat išskirti ir išoriniai eksporto konkurencingumo veiksniai:

institucinės sistemos; infrastruktūra; švietimas; pinigai, infliacija ir valiutų kursai; rinkos veiksniai; tiesioginės užsienio investicijos; išlaidos moksliniams tyrimams ir eksperimentinei plėtrai. Trečioje baigiamojo magistro projekto dalyje pateikta tyrimo metodologija, išskirti rodikliai ir eksporto konkurencingumo veiksniai, kurie buvo vertinami koreliacinės ir regresinės analizės metodais lyginant su baldų pramonės eksporto apimtimis. Taikant parengtą tyrimo metodologiją, ketvirtoje dalyje atliktas Lietuvos baldų pramonės eksporto konkurencingumo veiksnių vertinimas. Analizuojant mėnesinius baldų pramonės gamybos apimčių pokyčius, nustatyta, kad vyrauja gamybos apimčių augimo svyravimai, tai galimai veikia pokyčiai susiję su produkcijos kainomis ar rinkos paklausos sumažėjimas. Tiriant baldų pramonės eksporto rodiklius, nustatyta, kad prekybos balansas analizuojamu laikotarpiu buvo perteklinis, o tai įrodo Lietuvos baldų pramonės produkcijos konkurencingumą užsienio rinkose. Apskaičiavus Lietuvos baldų pramonės eksporto konkurencingumą atskleistojo santykinio pranašumo indeksu, įvertinta, kad baldų pramonė analizuojamu laikotarpiu turi santykinį pranašumą pasaulinėje rinkoje. Apskaičiavus Lietuvos baldų pramonės eksporto apimčių ir išskirtų veiksnių koreliacijos ir regresijos koeficientus bei įvertinus jų reikšmingumą nustatyta, kad pritraukiamos tiesioginės užsienio investicijos ir materialinės investicijos į Lietuvos baldų pramonę yra reikšmingiausi eksporto konkurencingumo veiksniai.

Alina, Jaškūnaitė. Factors of Export Competitiveness of Lithuanian Furniture Industry. Master's Final Degree Project/ supervisor assoc. prof. Asta Sabonienė; School of Economics and Business, Kaunas University of Technology.

Study area, study field: Social Science, Economics.

Keywords: *export competitiveness, industry, factors of competitiveness.*

Kaunas, 2020. 72 pages.

SUMMARY

The final master's project is designed to analyze export competitiveness factors of the Lithuanian furniture industry. There has been a growing debate over the last two decades in academic research, regarding the concept of competitiveness. Export competitiveness and export development are important for the country's economic growth, and their significance for growing economic integration and globalization. Thus, competitiveness helps the industry to gain international advantage through exports.

Object of the research - export competitiveness factors of the Lithuanian furniture industry.

The aim of the research - to carry out the evaluation of competitiveness factors of the Lithuanian furniture industry.

Tasks of the research:

1. to analyze the tendencies of the activity of the Lithuanian furniture industry and to highlight the problems;
2. to analyze the theoretical factors and indicators determining export development;
3. to investigate the production and export volumes of the furniture industry during the analyzed period of 2014–2018 period;
4. to analyze export competitiveness of the Lithuanian furniture industry with RCA index;
5. to carry out the analysis of the relationship between the factors determining export competitiveness and the export volumes of the Lithuanian furniture industry.

Applied research methods: analysis of scientific literature, data grouping, comparison and graphical presentations. Correlation and regression analysis methods were applied.

The structure of the project consists of 4 parts. The first part of the work analyses that the Lithuanian furniture industries production by value in 2014–2018. Growth, as well as the number of companies and employees every year, is evidence of an increasing market demand. It is estimated that about 70 percent of the production in the Lithuanian furniture industry is aimed for foreign markets, so the level of competitiveness in the industry is crucial. The diversification of export markets of the furniture industry was limited, as most of the exports were directed to the countries of the European Union. The problem is that the prices of one of the main raw materials in the furniture industry – wood – has a direct impact on the prices of the production in the last decade, which in turn reduces competitiveness in international markets. The second part of the paper analyses the definition of the concept of competitiveness and states, that one precise definition does not exist, but in the broad sense, the concept analysis covers three main levels: micro-, meso- and macro-. Analyzing scientific literature, it has been found that export competitiveness can be achieved by supplying quality products

at competitive prices and being able to react quickly to changes in demand for foreign markets. The second section identifies key internal export competitiveness factors: marketing knowledge and information; financial factors; human resources factors; technical factors. The external factors of export competitiveness are also highlighted: institutional systems; infrastructure; education; money, inflation and exchange rates; market factors; foreign direct investment; expenditure on research and development. The third part of the final master's project presents research methodology, distinguished indicators and export competitiveness factors, which were evaluated by correlation and regression analysis methods in comparison with furniture industry export volumes. Applying the developed research methodology was performed in the fourth part evaluation of the Lithuanian furniture industry export competitiveness factors. Analyzing monthly changes in the production volumes of the furniture industry, it was found that there are prevailing fluctuations in the growth of the production volumes, which may be influenced by changes in production prices or a decrease in market demand. Examining the export indicators of the furniture industry, it was found that the trade balance was in surplus during the analyzed period, which proves the competitiveness of the Lithuanian furniture industry production in foreign markets. Calculating the export competitiveness of the Lithuanian furniture industry by the revealed relative advantage index, it is estimated that the furniture industry has a comparative advantage in the global market during the analyzed period. Calculating the correlation and regression coefficients of the export volumes of the Lithuanian furniture industry and the factors that have been singled out, and assessing their significance, it has been determined that attracted foreign investments and material investments into the Lithuanian furniture industry are the most significant factors of export competitiveness.

Turinys

Lentelių sąrašas.....	9
Paveikslų sąrašas	10
Įvadas.....	11
1. Baldų pramonės eksporto konkurencingumo pokyčiai ir problematika	13
1.1. Lietuvos baldų pramonės gamybos, eksporto tendencijos bei problemos.....	13
1.2. Baldų pramonės eksporto konkurencingumo tyrimai.....	17
2. Teoriniai pramonės eksporto konkurencingumo ir eksporto plėtros veiksniai.....	19
2.1. Konkurencingumo samprata.....	19
2.2. Eksporto konkurencingumas ir jį charakterizuojantys rodikliai.....	23
2.3. Vidiniai eksporto konkurencingumo ir eksporto plėtros veiksniai.....	30
2.4. Išoriniai eksporto konkurencingumo ir eksporto plėtros veiksniai	36
3. Lietuvos baldų pramonės eksporto konkurencingumą sąlygojančių veiksnių tyrimo metodologija.....	42
4. Lietuvos baldų pramonės eksporto konkurencingumo veiksnių vertinimas	46
4.1. Lietuvos baldų pramonės gamybos apimčių analizė	46
4.2. Lietuvos baldų pramonės eksporto rodiklių analizė	48
4.3. Lietuvos baldų pramonės eksporto konkurencingumo vertinimas RCA rodikliu	50
4.4. Eksporto konkurencingumą sąlygojančių veiksnių vertinimas	53
4.4.1. Pritrauktų tiesioginių užsienio investicijų ir Lietuvos baldų pramonės eksporto apimčių ryšys.....	54
4.4.2. Materialinių investicijų ir Lietuvos baldų pramonės eksporto apimčių ryšys.....	55
4.4.3. Nematerialinių investicijų ir Lietuvos baldų pramonės eksporto apimčių ryšys.....	57
4.4.4. Išlaidų moksliniams tyrimams bei eksperimentinei plėtrai ir Lietuvos baldų pramonės eksporto apimčių ryšys	58
Išvados ir rekomendacijos	60
Literatūros sąrašas	62
Priedai.....	66
1 priedas. Eksportuojamų baldų pramonės produkcijos vertės įvairiose šalyse, 2014–2018 m.....	66
2 priedas. Lietuvos baldų pramonės produkcijos vertė 2014–2018 m.	67
3 priedas. Lietuvos baldų pramonės produkcijos eksporto augimas pagal vertę 2014–2018 m.	68

4 priedas. Lietuvos ir pasaulio baldų pramonės eksporto rodikliai pagal skirtingas produkcijos klases 2014–2018 m.	69
5 priedas. Materialinės investicijos į Lietuvos baldų pramonę, pagal finansavimo šaltinius 2014–2018 m.....	70
6 priedas. Nematerialinės investicijos į Lietuvos baldų pramonę, pagal finansavimo šaltinius 2014–2018 m.....	71

Lentelių sąrašas

1 lentelė. Lietuvos baldų pramonėje dirbančių asmenų skaičius 2013–2017 m. laikotarpiu	15
2 lentelė. Konkurencingumo sąvokos apibrėžimai.....	20
3 lentelė. Porter „Deimanto“ modelio veiksniai ir juos apibrėžiantys rodikliai.....	27
4 lentelė. Eksporto konkurencingumo vertinimo veiksniai ir rodikliai	30
5 lentelė. Materialių ir nematerialių investicijų skirtumai.....	31
6 lentelė. Eksporto plėtrą veikiantys vidiniai veiksniai ir jų kintamieji	34
7 lentelė. Koreliacijos koeficiento reikšmių vertinimas	43
8 lentelė. Lietuvos baldų pramonės eksporto apimtys BVP struktūroje, 2014–2018 m.	49
9 lentelė. Lietuvos baldų pramonės produkcijos eksporto dalis tenkanti EU28 šalims	50
10 lentelė. Lietuvos baldų pramonės produkcijos eksporto RCA indekso vertinimas, 2014–2018 m.	51
11 lentelė. Lietuvos baldų pramonės atskirų produkcijos grupių RCA indekso vertinimas 2014–2018 m.	52
12 lentelė. Pagrindinių, kitų baldų ir jų dalių produkciją eksportuojančių šalių RCA indekso vertinimas 2018 m.	53
13 lentelė. TUI į Lietuvos baldų pramonę ir Lietuvos baldų pramonės eksporto apimčių dinamika 2014–2018 m., mln. EUR.....	54
14 lentelė. Materialinės investicijos į Lietuvos baldų pramonę ir Lietuvos baldų pramonės eksporto dinamika 2014–2018 m., mln. EUR.....	56
15 lentelė. Nematerialinių investicijų ir Lietuvos baldų pramonės eksporto dinamika 2014–2018 m., mln. EUR.....	57
16 lentelė. Išlaidų moksliniams tyrimams bei eksperimentinei plėtrai ir Lietuvos baldų pramonės eksporto dinamika 2014–2018 m., mln. EUR	58

Paveikslų sąrašas

1 pav. Lietuvos apdirbamosios pramonės struktūra pagal sukurta pramonės produkcijos kiekį 2018 m., proc.	13
2 pav. Lietuvos apdirbamosios pramonės ir baldų pramonės produkcijos pokyčiai ir augimo tempai 2014 – 2018 m. laikotarpiu, mln. EUR ir proc.	14
3 pav. 2018 m. Lietuvoje veikiančių baldų pramonės įmonių pasiskirstymas pagal darbuotojų skaičių, proc.	15
4 pav. Lietuvos baldų produkcijos pardavimai pagal realizavimo kryptis, proc.	16
5 pav. Lietuvos baldų pramonės eksporto ir importo dinamika 2014 – 2018 m. laikotarpiu, mln EUR ir proc.	16
6 pav. Skirtinga erdvinė konkurencingumo perspektyva	21
7 pav. Eksporto konkurencingumo vertinimo rodikliai	25
8 pav. Porter „Deimanto“ modelio struktūra	26
9 pav. Vidiniai eksportą veikiančys veiksniai	32
10 pav. Išoriniai eksportą veikiančys veiksniai	37
11 pav. Tiesiogines užsienio investicijas sąlygojantys veiksniai	39
12 pav. Pagrindiniai išoriniai ir vidiniai veiksniai darantys įtaką eksporto konkurencingumui	42
13 pav. Lietuvos baldų pramonės produkcijos dalis visoje apdirbamojoje pramonėje 2014–2018 m., proc.	46
14 pav. Lietuvos baldų pramonės produkcijos gamybos apimčių pokyčiai, 2014–2018 m. mėnesiais, proc.	47
15 pav. Lietuvos baldų pramonės produkcijos gamybos apimčių pokyčiai, 2014–2018 m. pagal produktų vertes, proc.	48
16 pav. Lietuvos baldų pramonės eksporto ir importo apimčių dinamika 2014–2018 m.	49
17 pav. TUI į Lietuvos baldų pramonę ir Lietuvos baldų pramonės eksporto apimčių ryšys 2014–2018 m.	54
18 pav. Materialinių investicijų į Lietuvos baldų pramonę ir Lietuvos baldų pramonės eksporto apimčių ryšys 2014–2018 m.	56

Įvadas

Temos aktualumas. Tarptautinė prekyba per pastaruosius kelis dešimtmečius tapo viena iš stipriausių ekonomikos varomųjų jėgų ekonomikos augime. Pramonės sektoriaus eksporto konkurencingumas iš esmės priklauso nuo ūkio subjekto gebėjimo parduoti produktą, kuris turi paklausą tarptautinėje rinkoje. Prekių ir paslaugų eksportas didžiaja dalimi yra svarbus visų šalių makroekonomikos tikslas, o eksporto plėtra yra viena efektyviausių strategijų siekiant nacionalinio plėtros tikslo – pramonės augimo (UNCTAD, 2005). Eksporto konkurencingumas yra šalių ir įmonių sugebėjimas įgyti didelę rinkos dalį pasaulinėse rinkose, tačiau jį lemia įvairūs kintamieji tokie, kaip: technologiniai sprendimai, efektyvumas, kokybė, rinkodaros modeliai ir kt. Baldų pramonės eksportas turi didelę reikšmę beveik visose Europos Sąjungos valstybėse. Atsižvelgiant į apyvartos dalį bei sukuriama pridėtinę vertę galima teigti, kad pasaulinė baldų prekyba per pastaruosius dešimtmečius sparčiai augo, todėl baldų pramonė vaidina svarbų vaidmenį ir Lietuvos eksporto politikoje. Analizuojant statistinius duomenis yra pastebima, kad daugiau kaip du trečdaliai baldų pramonės sukuriamos produkcijos yra eksportuojama į tarptautinę rinką (Lietuvos statistikos departamentas, 2019). Sparčiam baldų pramonės augimui ir konkurencingumui įtakos turi pakavimo ir gabenimo naujovės, tokios, kaip jau surinkti ir apmušti baldai, baldų rinkos plėtra ir kiti veiksniai. Eksporto konkurencingumą veikiančių veiksnių nustatymas yra sudėtingas procesas, reikalaujantis atsižvelgti į įvairius pramonės šakos rodiklius, numatant silpnybes bei pranašumus. Tyrimas dėl eksporto konkurencingumo ir jį lemiančių veiksnių – gali paaiškinti, ar Lietuvos baldų pramonė yra konkurencinga tarptautinėje rinkoje ir kas veikia pramonės konkurencingumą.

Problema. Nepaisant to, kad mokslinėje literatūroje yra pateikta nemažai įvairių pramonės eksporto tyrimų, tačiau pateikiamos išvados dėl eksporto konkurencingumą veikiančių veiksnių dažnai nėra tinkamos visoms pramonės šakoms. Nors Lietuvos baldų pramonės eksporto rodikliai turi tendenciją augti, tačiau yra svarbu plėstis į naujas rinkas bei tiekti produkciją taip pat efektyviai ar produktyviai, kaip ir konkurentai. Todėl siekiant didinti baldų pramonės eksporto konkurencingumą yra būtina tirti konkurencingumą sąlygojančius veiksniai.

Tyrimo objektas – Lietuvos baldų pramonės eksporto konkurencingumo veiksniai.

Tyrimo tikslas – atlikti Lietuvos baldų pramonės konkurencingumo veiksnių vertinimą.

Tyrimo uždaviniai:

1. išanalizuoti Lietuvos baldų pramonės veiklos kitimo tendencijas ir išskirti problematiką;
2. išanalizuoti eksporto plėtrą sąlygojančius teorinius veiksniai ir rodiklius;
3. ištirti baldų pramonės gamybos ir eksporto pokyčius analizuojamu 2014–2018 m. laikotarpiu;
4. atlikti Lietuvos baldų pramonės eksporto konkurencingumo vertinimą RCA indeksu;
5. įvertinti išskirtų eksporto konkurencingumą sąlygojančių veiksnių ir Lietuvos baldų pramonės eksporto apimčių ryšį.

Tyrimo metodai. Magistro baigiamajame darbe siekiant atskleisti eksporto konkurencingumo ir eksporto plėtros veiksniai analizuota mokslinė literatūra. Lietuvos baldų pramonės gamybos apimčių ir eksporto pokyčiams identifikuoti surinkta statistika iš Lietuvos statistikos departamento ir Tarptautinės prekybos centro (*International Trade Center*) portalų, surinktus duomenis sugrupuojant, palyginant ir duomenis pateikiant grafiškai. Siekiant išanalizuoti, kokie veiksniai veikia Lietuvos

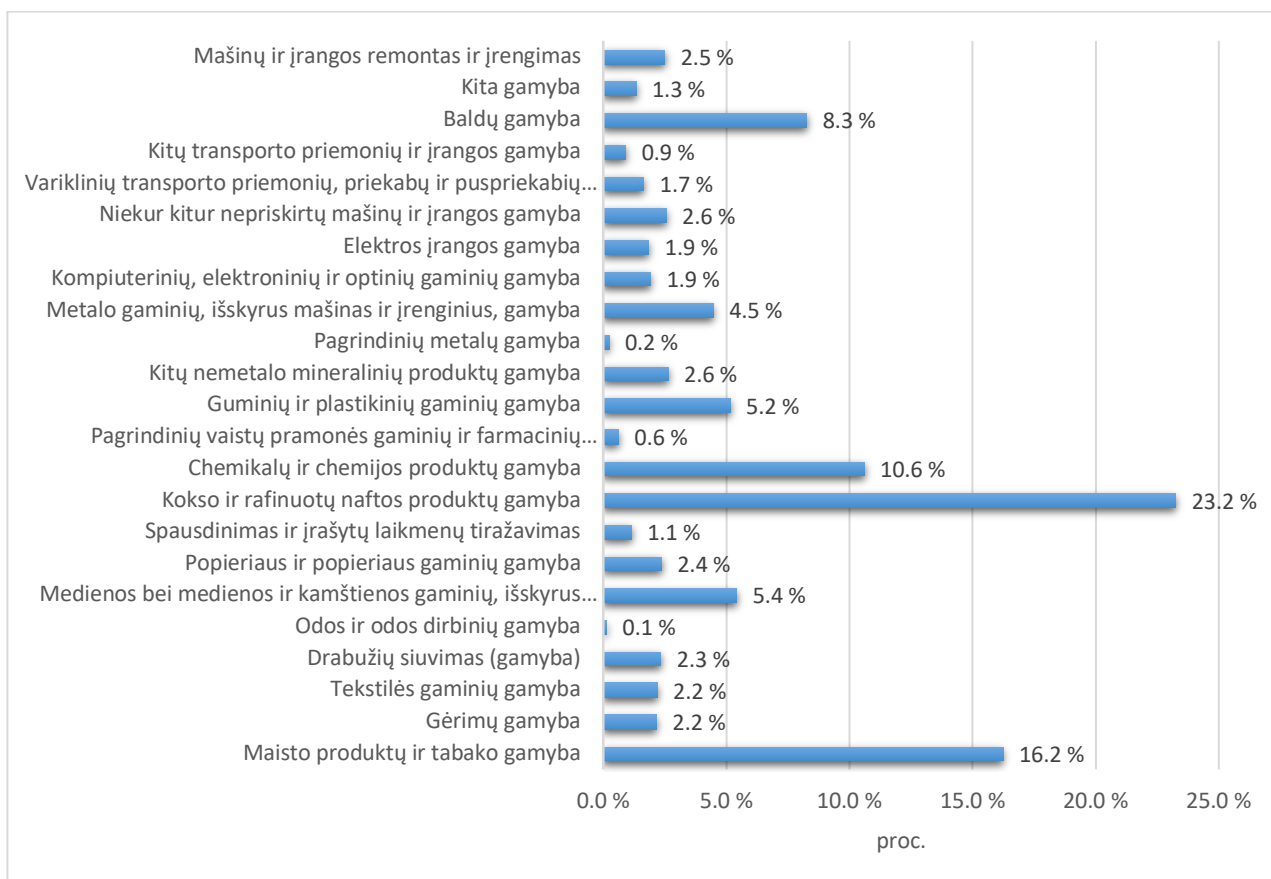
baldų pramonės eksporto konkurencingumą, buvo taikyti koreliacinės ir regresinės analizės metodai ir įvertintas koeficientų reikšmingumas Stjudento ir Fišerio kriterijais.

1. Baldų pramonės eksporto konkurencingumo pokyčiai ir problematika

1.1. Lietuvos baldų pramonės gamybos, eksporto tendencijos bei problemos

Sparčiai auganti Lietuvos baldų pramonė, šalies ekonomikos augimas, užsienio investicijos ir klestintis eksportas – dėl šių veiksnių baldų pramonė tapo ištis pažangi. Kasmet baldų produkcijos gamybos kiekiai kinta, taip darydami įtaką ir eksporto apimties indekso pokyčiams. Lietuvos baldų pramonė, pagal ekonominės veiklos rūšių klasifikatoriaus 2 redakciją (toliau – EVRK 2 red.) yra priskiriama C sekcijai – apdirbamajai gamybai (Lietuvos statistikos departamentas, 2019). Apdirbamosios gamybos sekciją sudaro 24 sektoriai, o baldų pramonė yra priskirta C31 sektoriui. Remiantis EVRK 2 red. baldų gamyba skirstoma į: 31.01) įstaigų ir prekybos įmonių baldai; 31.02) virtuvės baldai; 31.03) čiužinių gamyba; 31.09) kitų baldų gamyba (Lietuvos statistikos departamentas, 2019).

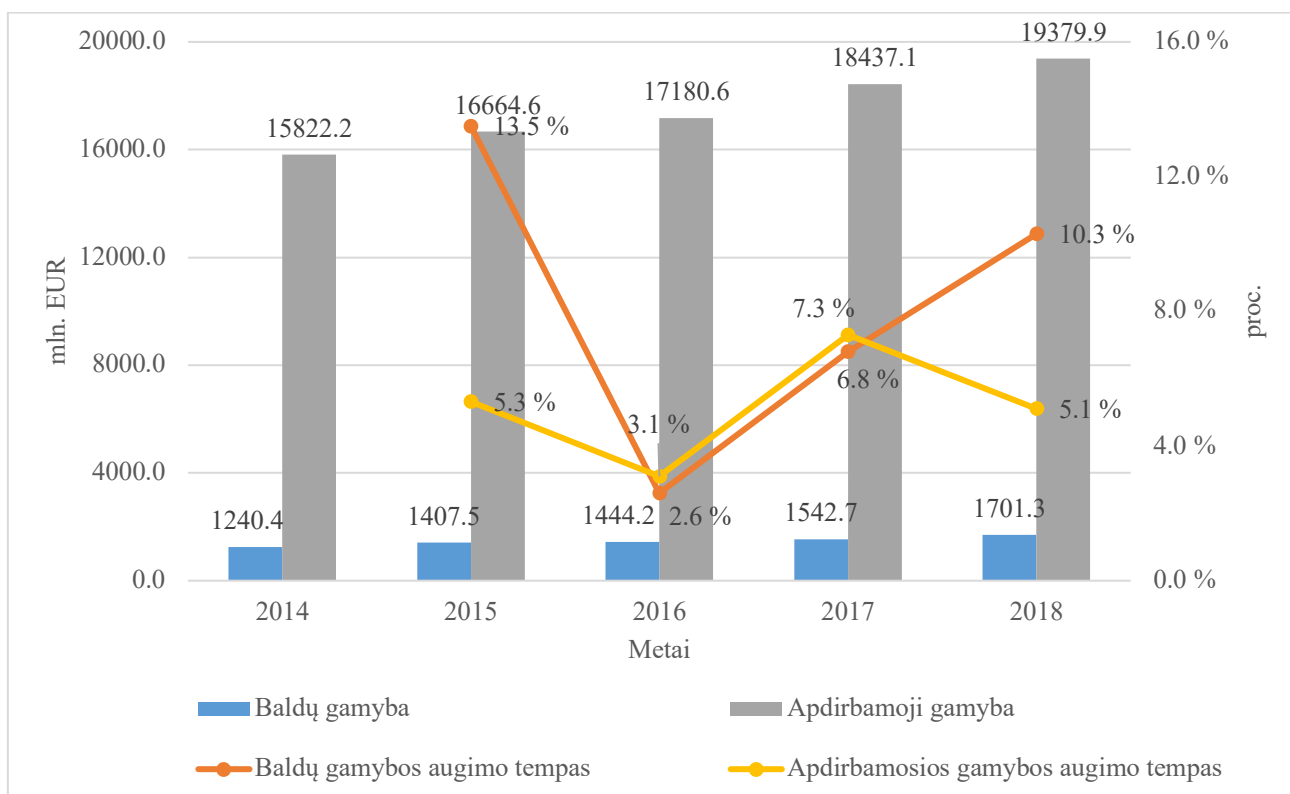
Analizuojant 2018 m. statistiką, baldų pramonė yra viena iš daugiausiai pridėtinę vertę sukuriančių pramonės šakų Lietuvoje ir sudaro 8,3 % visos pagaminamos apdirbamosios pramonės produkcijos (žr. 1 pav.).



1 pav. Lietuvos apdirbamosios pramonės struktūra pagal sukurimą pramonės produkcijos kiekį 2018 m., proc. (sudaryta autorės pagal Lietuvos statistikos departamento duomenis, 2019)

Sudarytame 2 paveiksle galima matyti baldų gamybos ir bendrai apdirbamosios gamybos produkcijos pokyčius ir augimo tempus išreikštus procentais. Ekonomikos augimas dažnai apibrėžiamas, kaip produkcijos gamybos padidėjimas. Paprastai gamybos didėjimas yra išreiškiamas procentine išraiška, parodančia realiosios produkcijos augimą. Baldų gamybos augimą galima sieti su produktyvumo augimu, kuris laikomas vienu iš ekonominių inovacijų rodikliu. Sėkmingas naujų produktų ar

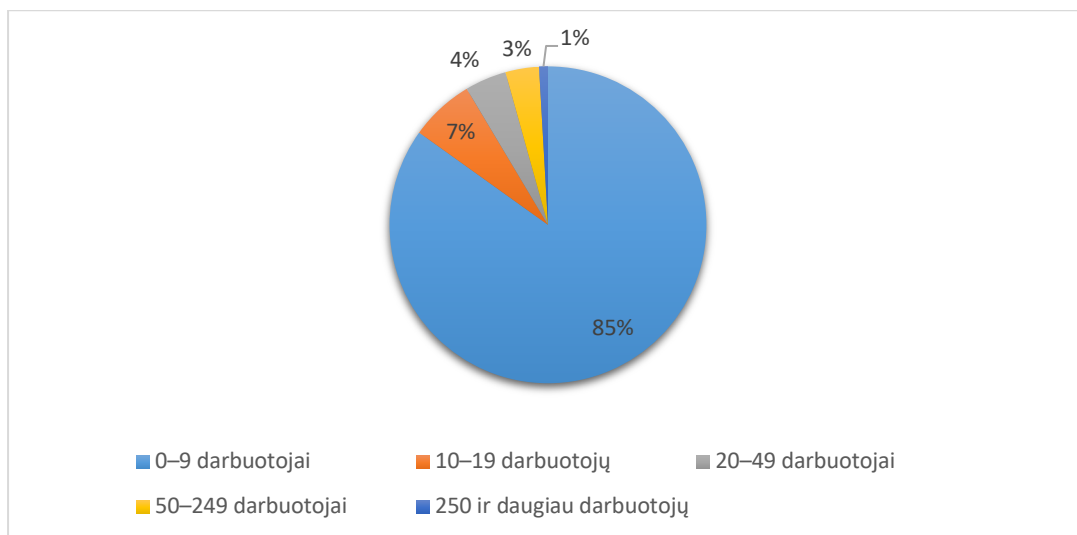
patobulintų procesų, organizacinių struktūrų, sistemų ir veiksmingų verslo modelių įvedimas veikia produkcijos augimą.



2 pav. Lietuvos apdirbamosios pramonės ir baldų pramonės produkcijos pokyčiai ir augimo tempai 2014–2018 m. laikotarpiu, mln. EUR ir proc. (sudaryta autorės pagal Lietuvos statistikos departamento duomenis, 2019)

Kasmet baldų produkcijos apimtys augo, nuo 2016 m. ir 2017 m. tiek apdirbamosios gamybos, tiek ir baldų gamybos augimo tempai buvo panašūs. 2016 m. baldų pramonės produkcija išaugo 2,6 % ir sudarė 1444,17 mln. EUR to meto kainomis, o apdirbamosios gamybos produkcija išaugo 3,10 % ir sudarė 17180,63 mln. EUR (žr. 2 pav). 2017 m. baldų pramonės ir apdirbamosios pramonės produkcijos augimas buvo tolygus lyginant su 2016 m., didėjimo tempai išaugo 4,2 % . Remiantis Lietuvos statistikos departamento duomenimis, didžiausias augimas matomas nuo 2017 m. iki 2018 m., kuomet 2018 m. baldų gamybos augimas siekė 10,3 % ir sudarė 1701,3 mln. EUR. Gamybos apimčių augimas baldų pramonėje 2018 m. lenkė apdirbamosios gamybos augimą beveik dviem kartais. Šį pastovų baldų pramonės augimą galima sieti su augančia prekių paklausa ir nuo 2017 m. išaugusia produkcijos pardavimo ne Lietuvos rinkoje verte.

Galima teigti, kad kasmet pagaminamų baldų vertės augimą lemia ir naujai steigiamos įmonės. Iki 2013 m. pabaigos Lietuvoje veikė tik 1645 gamintojai, o 2018 m. registruotų įmonių skaičius išaugo iki 2217 įmonių (Lietuvos statistikos departamentas, 2019). Baldų pramonės yra išteklių ir daug darbo reikalaujanti gamybos šaka. Ši pramonė Lietuvoje yra susiskaldžiusi ir ją sudaro nedidelė dalis didelių firmų ir daugybė mažų baldų gamintojų (žr. 3 pav.).



3 pav. 2018 m. Lietuvoje veikiančių baldų pramonės įmonių pasiskirstymas pagal darbuotojų skaičių, proc. (sudaryta autorės pagal Lietuvos statistikos departamento duomenis, 2019)

Iš veikiančių baldų pramonės įmonių – galima išskirti vienas didžiausių: SBA koncernui priklausančios AB „Klaipėdos baldai“ ir AB „Šilutės baldai“ įmonės, UAB „Zbiga“, UAB „Lyra Group“ ir kt. Baldų pramonės įmonių skaičiaus augimas rodo, kad yra didėjanti rinkos paklausa ir patrauklūs išoriniai verslo finansavimo instrumentai.

Augant įmonių skaičiui, remiantis Lietuvos statistikos departamento duomenimis, tolygiai augo ir dirbančiųjų skaičius (žr. 1 lent.). Galima teigti, kad kasmet augantis darbuotojų skaičius sukuria didesnę pridėtinę vertę. Remiantis pateiktais paskutiniais 2017 m. duomenimis, baldų pramonėje dirbo 29365 asmenys ir tai sudarė apie 2,8 % visų dirbančiųjų Lietuvoje.

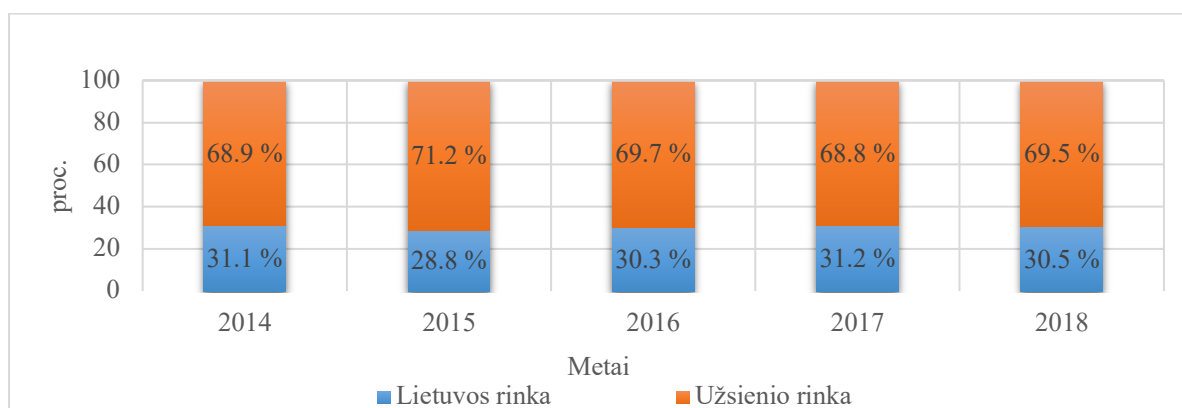
1 lentelė. Lietuvos baldų pramonėje dirbančių asmenų skaičius 2013–2017 m. laikotarpiu (sudaryta autorės pagal Lietuvos statistikos departamento duomenis, 2019)

	Dirbančių asmenų skaičius				
	2013	2014	2015	2016	2017
Iš viso pagal darbuotojų skaičių	25206	27114	27724	28596	29365
0–9 darbuotojai	2422	2753	2858	2898	3028
10–19 darbuotojų	1699	1776	1893	2110	2015
20–49 darbuotojai	2713	2781	3165	2937	2931
50–249 darbuotojai	8295	8690	8252	8517	8413
250 ir daugiau darbuotojų	10077	11114	11556	12134	12978

1 lentelėje galima pastebėti, jog didžiausias dirbančiųjų skaičiaus pokytis matomas 2013–2017 m., kuomet didelėse įmonėse dirbančių asmenų skaičius išaugo nuo 10077 iki 12978. Ryškiausias darbuotojų augimas nuo 2016 m. iki 2017 m. matomas 1–9 darbuotojus turinčių įmonių ir didžiausiose įmonėse, kuriose dirba 250 ir daugiau darbuotojų. Lietuvos baldų pramonės įmonės

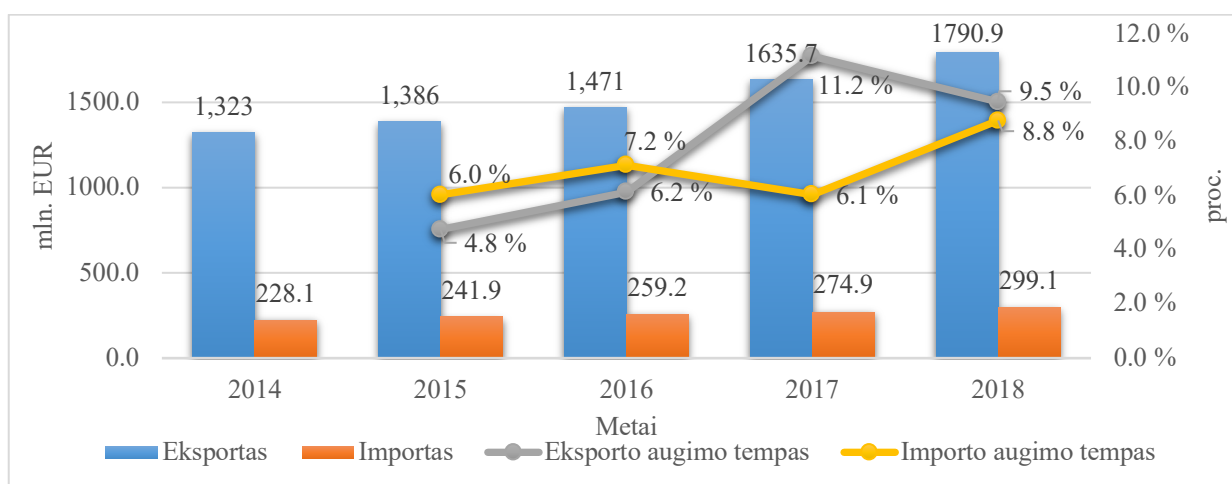
turinčios mažiausią skaičių dirbančiųjų ne tik užima didžiausią dalį bendroje įmonių sudėtyje, tačiau prisideda ir prie užimtumo didinimo. Galima daryti išvadą, jog augantis įmonių ir darbuotojų skaičius baldų pramonėje įrodo, kad didėja rinkos paklausa.

Be tiesioginių užsienio investicijų, eksportas yra vienas iš veiksnių, palaikančių aukštesnį ekonomikos lygio augimą šalyse. Eksportuojamos produkcijos mastai yra tiesiogiai susiję su pramonės eksporto konkurencingumu. Lietuvos baldų pramonė išsiskiria iš kitų apdirbamosios gamybos šakų, tuo, kad didžioji dalis – beveik 2/3 pagamintos produkcijos yra eksportuojama į užsienio rinką (žr. 4 pav.).



4 pav. Lietuvos baldų produkcijos pardavimai pagal realizavimo kryptis, proc. (sudaryta autorės pagal Lietuvos statistikos departamento duomenis, 2019)

Kadangi didžioji dalis baldų produkcijos eksportuojama, tai įrodo, kad ši pramonės šaka yra konkurencinga. Apie 70 % baldų produkcijos apyvartos yra generuojama užsienio rinkos, todėl yra svarbu išlaikyti aukštą konkurencingumo lygį.



5 pav. Lietuvos baldų pramonės eksporto ir importo dinamika 2014 – 2018 m. laikotarpiu, mln EUR ir proc. (sudaryta autorės pagal *International Trade Center* duomenis, 2019)

Eksportuojamos produkcijos augimą iš dalies lemia visame pasaulyje besikeičiantys eksporto modeliai, kurie kinta dėl liberalizacijos ir technologinių patobulinimų (Irsahd, Xin, 2017). Kaip galima matyti 5 paveiksle, baldų pramonės eksportas kasmet augo, nors 2018 m. matomas augimo tempo lėtėjimas. 2018 m. eksporto augimo lėtėjimą galima sieti su antrąja metų puse, kuomet pasaulio pramonės produkcijos ir eksporto augimas sulėtėjo (Lietuvos Bankas, 2019). Baldų produkcijos importas į Lietuvą sudaro išties mažą dalį lyginant su eksportu (žr. 5 pav.), kadangi Lietuvos rinka yra nedidelė, todėl tarptautinė prekyba yra labai svarbi ekonomikos augimui.

Pagrindinės baldų produkcijos eksporto kryptys yra Švedija, Vokietija, Norvegija, Jungtinė Karalystė, Jungtinės Valstijos, Danija – į šias šalis 2018 m. buvo eksportuota apie 60 % visos eksportui skirtos produkcijos vertės (Lietuvos statistikos departamentas, 2019). Kadangi didžioji dalis eksporto tenka Skandinavijos šalims, baldų pramonės augimą galėjo veikti ir išaugusios Skandinavijos nekilnojamojo turto kainos, kurios galėjo daryti įtaką vidinei baldų gaminių paklausai. Taip pat fiksuotas 2018 m. nežymus augimo lėtėjimas ir į Jungtinę Karalystę. Galima išskirti, kad išryškėja tam tikri Lietuvos baldų pramonės iššūkiai, kadangi Jungtinė Karalystė siekia įgyvendinti išstojimą iš Europos Sąjungos (toliau – ES) *Brexit*. Nors *Brexit* poveikis dar nėra tiksliai įvertintas ir nėra pateiktas tikslus patvirtinimas ar Jungtinė Karalystė liks ES muitų sąjungos nare, galima tik prognozuoti, kad baldų pramonės produkcijos konkurencingumas gali sumažėti. Konkurencingumo mažėjimą gali lemti Lietuvos baldų pramonės eksportui į Jungtinę Karalystę taikomi importo muitai, kurie didins produkcijos kainas, o importo muitai gali didinti ir pačios Jungtinės Karalystės bei iš trečiųjų šalių importuojamos baldų pramonės produkcijos konkurencingumą.

Lietuvos baldų pramonės eksporto pagrindinė rinka yra ES, 2018 m. ES šalims teko 74,4 % užsienio rinkoms skirtos produkcijos. Ši didelė procentinė dalis susideda ir iš to, jog Lietuva yra viena didžiausių Švedijos koncerno „IKEA“ baldų tiekėja bei patenka į pagrindinių tiekėjų penketuką.

Remiantis statistikos duomenimis (žr. 1 priedas), Lietuva pagal eksportuojamą baldų pramonės vertę pasauliniu mastu yra 21 vietoje (*International Trade Center*, 2019). 2018 m. didžiausiais baldų eksportuotojais pasaulyje tapo Kinija, Vokietija, Lenkija, Italija ir Jungtinės valstijos. Kinijai, kaip pagrindinei baldų gamintojai 2018 m. teko apie 38 % pasaulinės baldų gamybos vertės. Nuo 2009 m. iki 2018 m. gamyba Azijoje ir Ramiojo vandenyno teritorijoje išaugo daugiau nei dvigubai, o kituose regionuose pokyčiai buvo palyginti nedideli. Todėl 2018 m. daugiau nei pusė pasaulio baldų gamybos buvo gaminama Azijoje ir Ramiojo vandenyno regione (*International Trade Center*, 2019). Galima daryti išvadą, jog Lietuvos baldų pramonė gali susidurti su tam tikrais iššūkiais, kadangi didėjanti Kinijos ir kitų Azijos šalių pasaulinė baldų produkcijos eksporto dalis didina konkurenciją.

Lietuvos baldų pramonės produkcijos gamybai daugiausiai naudojama medienos žaliava, o 2018 m. Lietuvos ir visos Europos medienos kainos augo bei buvo nustatytos, kaip vienos didžiausių per dešimt metų (Baltpool, 2019). Didėjant Lietuvos baldų pramonės produkcijos apimtims, kadangi pramonėje kinta gamybiniai pajėgumai, taip pat didėja ir žaliavinės medienos poreikis, taigi žaliavos kainos auga taip pat tolygiai. Todėl galima teigti, kad eksporto konkurencingumą galimai sąlygoja ir augančios žaliavos kainos.

Galima teigti, kad auganti bendroji baldų produkcijos paklausa visame pasaulyje skatina ekonomikos augimą, todėl yra svarbu tirti Lietuvos baldų pramonės konkurencingumą bei nustatyti veikiančius veiksnius.

1.2. Baldų pramonės eksporto konkurencingumo tyrimai

Daugelis autorių siekia atskleisti konkurencingumą lemiančius veiksnius atlikdami įvairius tyrimus. Autoriai Sujova, Hlavačkova ir Marcinekova (2015) analizavo baldų produkcijos konkurencingumą Čekijoje ir Slovakijoje. Tyrime buvo analizuota baldų produkcijos grupių konkurencingumas, nustatant santykinius pranašumus ir naudojant pasirinktus matavimo metodus pramonės lygiu. Tyrime analizuojamų šalių baldų pramonės konkurencingumas buvo matuojamas RCA indekso verte, *Michaely* indeksu ir CTB (angl. *Contribution to Trade Balance Index*) indeksu. Taip pat buvo atlikta koreliacinė analizė. Tarptautinė užsienio prekybos kiekybinė analizė ir lyginamieji pranašumai

parodė, kad baldų gamybos pramonė Čekijoje ir Slovakijoje buvo konkurencinga nacionaliniu ir tarptautiniu lygiu, taip pat ir ES lygiu. Remiantis pateikta kiekybine analize, lyginamieji pramonės pranašumai padidėjo išaugus teigiamoms grynojo eksporto vėrtėms. Tačiau baldų gamybos pramonė analizuojamose šalyse prarado šį potencialą dėl kelių veiksnių: mažesnių kainų, sumažėjusio eksportuotų prekių kiekio ar padidėjusio baldų produkcijos importo. Analizuotų šalių prarastą konkurencingumą patvirtino žemos RCA indeksų reikšmės ir jų mažėjimo tendencija, žema Michaely indekso reikšmė ir neigiama CTB indekso reikšmė.

Tyrime dėl Čekijos ir Slovakijos baldų pramonės konkurencingumo autoriai išskyrė, kad atlikta analizė patvirtino labai žemą šalių specializaciją baldų produkcijos tarptautinėje prekyboje ir, kad pramonė nesugeba prisidėti prie aktyvios nacionalinės prekybos pusiausvyros, todėl sumažėjo esami lyginamieji pramonės pranašumai tarptautinėse rinkose (Sujová et al., 2015) Nustatyta, kad RCA indeksas baldų pramonėje turėtų būti analizuojami platesniame kontekste, kadangi RCA indeksą gali iškreipti Vyriausybės politinės priemonės. Atliktos analizės rezultatai patvirtino hipotezę, jog baldų pramonėje konkurencingumo potencialas išnaudojamas nepakankamai.

Autoriai Augustyniak'as ir Mińska–Struzik'as (2018) moksliniame darbe nagrinėjo Lenkijos baldų eksporto konkurencingumą naudojant duomenis apie eksporto pridėtinę vertę. Taip pat rėmėsi Eurostat TEC (angl. *Focus on enterprise characteristics*) ir TiVA (angl. *Trade in Value-Added*) duomenimis. Dėl baldų pramonės eksporto konkurencingumo, tyrime buvo išanalizuota, jog reikėtų labiau akcentuoti vietinės pridėtinės vertės kūrimo skatinimą, tai galėtų būti pasiekta daugiau investuojant į baldų pramonės, ypač dizaino, ir (arba) į rinkodaros ir pardavimų veiklas, įskaitant stiprių prekės ženklų kūrimą ir prieigą prie platinimo kanalų. Kadangi baldų pramonei būdingas požiūris „iš apačios į viršų“, t. y. į naujoves ir, kad geriausi rezultatai yra pasiekiami, kai dizainas ir gamyba yra kartu.

Autoriai Camfield'as ir Sellitto (2018) atliko baldų pramonės konkurencingumo rodiklių vertinimą. Šis tyrimas nustatė baldų pramonės konkurencingumo prioritetus Pietų Brazilijoje veikiančioje įmonėje, naudojant analitinės hierarchijos proceso (toliau – AHP) metodą. AHP atsižvelgia į vertinimo kriterijų ir alternatyvių variantų rinkinį, tarp kurių, turi būti priimamas geriausias sprendimas, kitaip tariant, tai struktūrizuota sprendimų priėmimo technika. Tyrimas buvo vykdomas dalyvaujant keturiems pasirinktos didelės baldų gamyklos skyrių vadovams, kurie užima atitinkamai logistikos, gamybos, kokybės ir pirkimų skyrių vadovų pareigas. Taikant AHP metodą tyrime, dėl Pietų Brazilijoje veikiančios baldų įmonės konkurencingumo, buvo išskirti šie konkurencingumą veikiantys veiksniai: kaina, kokybė, pristatymas, pramonės lankstumas ir inovatyvumas. Nustatyta, kad įmonė galėtų panaudoti bendro konkurencijos prioritetus, kad didintų savo gamybos strateginius rezultatus, ji turėtų iš esmės apsvarstyti konkurencingumo vertinimo metu išskeltus veiksmus: sutrumpinti gaminių modifikacijų įgyvendinimo laiką, didinti tiekėjų tinklo patikimumą ir plėsti paslaugų lygį.

Eksporto konkurencingumo vertinimas yra svarbi priemonė, galinti atskleisti, ar pagrindinės pramonės šakos ekonomikos sąlygos yra tinkamos. Galima teigti, kad tyrimai baldų pramonės eksporto konkurencingumo tema pasižymi vertinimo metodų ir ištirtų veiksnių įvairove. Todėl sekančiame skyriuje bus detalai analizuojama mokslinėje literatūroje išskirta eksporto konkurencingumo ir eksporto plėtros teorija, kad būtų plačiai išanalizuotas baigiamojo magistro projekto objektas.

2. Teoriniai pramonės eksporto konkurencingumo ir eksporto plėtros veiksniai

Ekonomikoje, konkurencingumas – yra viena iš dažniausiai pateikiamų sąvokų, kuris mokslinėje literatūroje yra apibūdinamas gan įvairiai. Konkurencingumas, kaip reiškinys lėmė didelius pokyčius verslo sektoriuje bei tarptautinėje prekyboje. Tačiau atsižvelgiant į konkurencingumo sąvokos sudėtingumą, nėra visuotinai priimto vieno apibrėžimo. Platesnė konkurencingumo samprata yra susijusi polinkiu konkuruoti, sugebėjimu laimėti ir išlaikyti rinkos padėtį bei didinti rinkos dalį ir pelningumą. Kitaip tariant, terminas reiškia pramonės šakos veiklos sėkmingumą. Siekiant iširti Lietuvos baldų pramonės eksporto konkurencingumo veiksnius, šiame skyriuje bus detalai analizuojama mokslinė literatūra tam, kad būtų galima suprasti konkurencingumo sąvoką tiek siaurąja, tiek plačiąja prasme, iširti eksporto konkurencingumą ir konkurencingumo vertinimo metodus, išanalizuoti teorinius eksporto konkurencingumą ir eksporto plėtrą veikiančius vidinius bei išorinius veiksnius.

2.1. Konkurencingumo samprata

Tyrėjams vis nepavyksta pasiekti bendro sutarimo dėl konkurencingumo sąvokos, nepaisant plataus sąvokos naudojimo moksliniuose tyrimuose, universalus ir tikslus konkurencingumo apibrėžimas neegzistuoja (Hickman, 1992; Kitson, Martin and Tyler, 2004). Pastaruosius du dešimtmečius akademinuose tyrimuose buvo pateikta daug diskusijų, susijusių su konkurencingumu. Teoriniai argumentai dėl konkurencingumo tradiciškai nukreipti į galimybę išnaudoti prekybos pranašumus, kurie iš esmės lemia didesnį produktyvumą, išnaudojant santykinį pranašumą.

Nuo 1990 m. dauguma ekonomistų ir ekspertų nustatė, kad konkurencingumas apibūdinamas, kaip: „natūralus rinkos ekonomikos dėsnis“ (Kitson et al., 2004). Vis didesnis dėmesys skiriamas konkurencingumui ne tik tvaraus augimo įgalinimo, bet ir dinamiškos konkurencijos šiandieniniame pasaulyje bei yra visuotinai priimta, kad globalizacija lemia padidėjusią konkurencingumo reikšmę (Flanagan, Jewell, Ericsson and Henricsson, 2005). Taigi globalizacija sukūrė susietą ir tarpusavyje priklausomą pasaulį su laisva konkurencija ir laisva prekyba.

Autorė Toming (2007) pabrėžia, kad konkurencingumo sąvokos pagrindiniai raktažodžiai yra: pelnas ir rinkos dalis, tiek vidaus, tiek ir eksporto rinkose. Konkurencingumas apibrėžiamas, kaip laipsnis, kuriuo šalis, laisvos ir sąžiningos rinkos sąlygomis, gali gaminti prekes ir paslaugas, atitinkančias užsienio konkurencijos testą, kartu išlaikydama ir didindama realias savo gyventojų pajamas. Konkurencingumas yra, kaip „tautos gebėjimas sukurti ir išlaikyti aplinką, palaikančią savo įmonių didesnę vertės kūrimą bei gerovę žmonėms“ (*International Institute for Management Development*, 2017).

Konkurencingumas literatūroje pateikiamas, kaip valdymas arba ekonomikos idėja, kuri pranašesnė už tradicinius ekonominius rodiklius, tokius, kaip pelningumas, produktyvumas arba rinkos dalis, kurie laikomi nepakankamai skatinantys nuolatinę veiklos tobulėjimą (Lu, 2006). Galima teigti, kad tradiciniai rodikliai gali atspindėti tik istorinius – kiekybinius faktus. Apimant veiklos, galimybių ir proceso aspektus, konkurencingumas paverčiamas visa apimančia sąvoka, kuri gali būti lengvai integruojama į vadybą ir ekonomiką.

Platesniu požiūriu sąvoka gali būti aiškinama išskiriant keturis esminius kriterijus, tai: pirmaujančių šalių pasivijimas, kurį atspindi greitesnis produktyvumo padidėjimas; prekybos politikos poveikis

augimui ir lyginamajam pranašumui; augimo strategijos pasirinkimas, turinčios įtakos pramonės struktūrai ir techniniams pokyčiams bei ypatumai, susiję su istorija ir šalies vieta (Hickman, 1992).

Mokslinėje literatūroje konkurencijos sąvoka dažniausiai aiškinama įmonių, šalies ar pramonės lygmeniu ir kiekvienas lygis yra labai skirtingas. Konkurencingumo analizė kiekviename lygmenyje apima ir skirtingas teorijas, pavyzdžiui, kaip Porter „Deimanto“ nacionalinė konkurencingumo sistema, kurios pagrindinis konkurencingumo tikslas – užtikrinant įmonės konkurencingumą (Cvetanovic, Nikolic and Cvetanovic, 2019). Be to, skirtingi analizės lygiai suteikia platesnį konkurencingumo sąvokos aiškinimą. Konkurencingumas yra dinamiškas, daugialypis ir hierarchinis reiškinys, apimantis atskiras įmones, įmonių klasterius bei visas įmones tam tikrame sektoriuje, tam tikroje šalyje.

Įmonei konkurencingumas reiškia naujas augimo galimybes, kurios sukuria vertę akcininkams. Socialinei visuomenei konkurencingumas reiškia naujas darbo vietas ir geresnes pragyvenimo sąlygas (Schwab, Porter and Sachs, 2001). Eksporto ir konkurencingumo sąvokos dažnai yra laikomos sinonimais, kadangi šalių konkurencingumas dažnai identifikuojamas būtent dėl eksporto (*Inter-American Development Bank*, 2001). Galima apibendrinti, kad konkurencingumo sąvoka neturi vieno tiksliausio apibrėžimo, ji gali būti analizuojama skirtingais būdais, t. y., priklausomai nuo pasirinktos koncepcijos gali būti analizuojama su skirtingais metodais bei rodikliais.

2 lentelė. Konkurencingumo sąvokos apibrėžimai (sudaryta autorės pagal Buckley, Pass and Prescott, 1992; Chao-Hung, Li-Chang, 2010; Ketels, 2016; Schawab, 2012; Tyson, 1992)

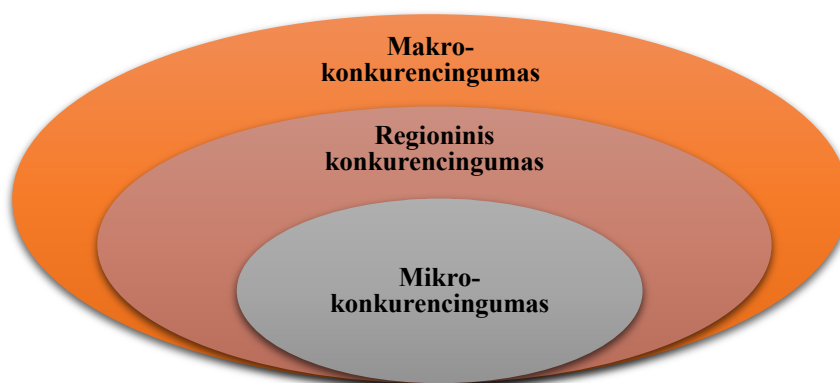
Autorius	Konkurencingumo apibrėžimas	Turinio elementai
Buckley et al. (1992)	Įmonės konkurencingumas reiškia sugebėjimą gaminti ir parduoti aukščiausios kokybės produktus ir paslaugas. Konkurencingumas – tai ilgalaikis įmonės pelnas ir galimybė kompensuoti darbuotojų atlygį ir suteikti grąžą investuotojams.	Aukščiausia kokybė, pelnas, grąža.
Ketels (2016)	Konkurencingumas skatina įmonių galimybes sėkmingai konkuruoti pasaulinėje rinkoje [...] Tai galimybė parduoti savo produktus ir paslaugas, užimti tarptautinę rinkos dalį ir tokiu būdu generuoti įplaukas reikalingas padengti importą.	Pasaulinė rinka.
Tyson (1992)	Konkurencingumas – tai sugebėjimas gaminti prekes ir paslaugas, kurios atitiktų tarptautinės konkurencijos išbandymus, o mūsų piliečiams būtų suteiktas augantis ir tvarus gyvenimo lygis.	Tarptautinė, gyvenimo lygis.
Schawab (2012)	Konkurencingumas, tai institucijų, politikos kryptių ir įvairių veiksmų, lemiančių šalies produktyvumo lygį, visuma.	Produktyvumas.
Chao-Hung, Li-Chang (2010)	Įmonės konkurencingumas yra jos ekonominė stiprybė prieš konkurentus pasaulinėje rinkoje, kur produktai, paslaugos, žmonės ir inovacijos laisvai cirkuliuoja nepaisant geografinių ribų.	Rinka, produktai, paslaugos, žmonės, inovacijos.

Įvairūs autoriai konkurencingumą apibūdino, kaip teorinę, daugialypę sąvoką, susijusią su rinkos mechanizmu (žr. 2 lent.). 2 lentelėje pateikta mokslinėje literatūroje išskirtų apibrėžimų gausa tik įrodo, kad konkurencingumas gali būti analizuojamas skirtingais lygiais.

Labiausiai tinkantis konkurencingumo koncepcijos aiškinimas pagal atliekamą baigiamojo darbo tyrimą – pramonės konkurencingumas. Pramonės konkurencingumas yra susijęs su šalies pramonės gebėjimais generuoti pelną, lyginant su kitose šalyse veikiančių tos pačios pramonės šakos rodikliais. Autorius Porter'is (1980) pramonę apibūdina, kaip įmonių grupę, gaminančią produktus, kurie yra artimi vienas kito pakaitalai. Pramonė yra veiklos sritis, kurioje firmos konkuruoja gamindamos vienodus ar panašius produktus (Langford and Male, 2001). Pagrindiniai pramonės konkurencingumo elementai – tai sugebėjimas gaminti produkciją ir konkurencingai ją eksportuoti, technologinio augimo ir pramonės šakos progresas bei poveikis pasauliniu mastu apdirbamosios pramonės rinkoje ir eksporte (Cvetanovic et al., 2019). Yra svarbus šalių gebėjimas didinti savo įtaką tarptautinėje ir vidaus rinkose, vystant pramonės sektoriaus veiklą ir taip kuriant didesnę pridėtinę vertę.

Anot Porter'io (2001), vienas reikšmingiausių konkurencingumo sąvokos aiškinimų nacionaliniu lygiu, tai nacionalinis produktyvumas. Šalies ekonominio klestėjimo pagrindas yra produktyvesnių pramonės šakų eksporto išplėtimas, mažiau produktyvios veiklos perkėlimas į užsienį per užsienio investicijas ir prekių bei paslaugų pagerinimas tose pramonės šakose, kuriose tauta yra ne tokia produktyvi (Porter, 2001). Tokiu būdu laikui bėgant tarptautinė konkurencija padeda didinti produktyvumą.

Mokslinėje literatūroje pateikiamas konkurencingumo sąvokos aiškinimai tiek mikroekonominiu, tiek regioniniu, tiek ir makroekonominiu lygmeniu (žr. 6 pav.).



6 pav. Skirtinga erdvinė konkurencingumo perspektyva (sudaryta autorės pagal Borozan, 2008)

Norint plačiau analizuoti konkurencingumo reikšmę, reikėtų atkirti mikro–, mezo– ir makro–konkurencingumo aiškinimą. Kaip galima matyti 6 paveiksle, konkurencingumas apima tris lygmenis.

Žvelgiant iš mikroekonominės perspektyvos, konkurencingumas vertinamas, kaip įmonės lygio reiškinys (Dwyer, Kim, 2003). Mikro- konkurencingumas yra nacionalinio ir regioninio konkurencingumo centre. Paprastai tai apibrėžiama, kaip firmos sugebėjimas sėkmingai konkuruoti rinkoje, (t. y. veiksmingai ir efektyviai gaminti prekes ir paslaugas, kurių reikalauja rinka) augti ir ilgainiui tapti pelningu verslu (Borozan, 2008). Reikėtų pažymėti, kad akcentuojant ilgalaikį pelningumą išryškėja atsakingo ir moralinio įmonių elgesio su bendruomene poreikis ir kiekybiškai išmatuotų įmonių tikslų atitikimas bendruomenės interesams (Dwyer, Kim, 2003). Geresni įmonės ekonominiai rezultatai, atspindi jos konkurencingumą rinkoje. Anot Porter'io (1990), konkurencingumas išreiškiamas su rezultatais susijusiais veiklos rodikliais ir tvarumu. Svarbus vaidmuo siekiant konkurencingumo yra „verslumas“, kuris gali būti apibūdinamas, kaip įmonės gebėjimas diegti naujoves gamybos procese, skirtingais ir netradiciniais būdais patekti į naujas rinkas

bei gaminti naujas prekes ir paslaugas, kurių nauda klientams yra pastebima (Porter, 1990). Taigi apibendrinant – yra svarbu, kad įmonė tampa konkurencinga teikdama produktus ir paslaugas, už kuriuos pirkėjai ar klientai nori mokėti atitinkamą kainą. Ilgainiui laisvoje verslo sistemoje konkurencingumas yra vertinamas pagal organizacijos sugebėjimą išlaikyti verslą ir apsaugoti organizacijos investicijas, kad būtų uždirbama tų investicijų grąža ir užtikrintos darbo vietos. Taigi mikro- lygmeniu, konkurencingumas paprastai laikomas įmonės sugebėjimą parduoti produkciją rinkoje ir uždirbti pelną, bent jau ilguoju laikotarpiu.

Žvelgiant iš makroekonominės perspektyvos, konkurencingumas yra pagrindinis nacionalinis tikslas siekiantis gerinti realias bendruomenės pajamas. Analizuojant mokslinę literatūrą – pati nacionalinio ar makroekonominio konkurencingumo samprata mokslininkams kelia daug abejonių, ne tik tai, kad nacionalinis konkurencingumas neturi pagrindinių požymių, bet ir nėra sutarimo dėl nuomonės, ar ši sąvoka iš viso turi prasmę (Borozan, 2008). Anot Dwyer'io ir Kim'o (2003) konkurencingumas yra plačiai suvokiama sąvoka, apimanti visas socialinius, kultūrinius ir ekonominius kintamuosius, kurie daro įtaką šalies našumui tarptautiniu mastu. Makroekonominis konkurencingumas yra gebėjimas ne tik gaminti prekes ir paslaugas, kurios turi pasisekimą tarptautinėje rinkoje, bet ir gebėjimas išlaikyti bei sustiprinti aukštą ir tvarų ekonomikos lygį (Majerova, Nevima, 2015). Makro- lygiu konkurencingumas reiškia ekonomikos sugebėjimą pasiekti aukštą pragyvenimo lygį per pajamų augimą ir kokybinius pokyčius (technologijos, socialiniai ir ekologiniai pokyčiai bei kt.) (Europos Komisija, 2017). Makro- lygmens reikšmė BVP vienam gyventojui yra vienas išsamiausių materialinės gerovės ir eksporto konkurencingumo matų. Tinkama makroekonominė aplinka yra būtina sąlyga, taigi šalies konkurencingumo gerinimas ir tvarumas priklauso nuo mikroekonominių sąlygų ir įmonių gebėjimo įgyti produktyvumą tam tikrose pramonės srityse.

Galima teigti, kad tiek mikroekonominiu, tiek makroekonominiu požiūriu yra pripažįstama, kad įmonės ir šalys susiduria su labai skirtingais iššūkiais ir prioritetais, kai jie pereina nuo išteklių grįstos, prie žinių grįstos ekonomikos.

Tarp mikro- ir makro- ekonominio konkurencingumo yra regioninis konkurencingumas (mezo-) (Borozan, 2008). Literatūroje pateikta daug teorijų apie regioninę konkurencingumo reikšmę, tačiau ji vis dar sunkiai suprantama ir ginčytina sąvoka. Nepaisant idėjos neaiškumo, tai nesumažino susidomėjimo šia sąvoka. Remiantis Europos Komisijos (2017) požiūriu, atsiliekančių Europos regionų konkurencingumo gerinimo politika yra gyvybiškai svarbi siekiant ekonominės ir socialinės sanglaudos. Taip yra todėl, kad skatinant ir stiprinant ES regionų konkurencingumą yra skatinamas ne tik šių regionų ir tautų, bet ir visos ES ekonomikos augimas. Taigi mezo- lygio konkurencingumą galima apibrėžti, kaip konkurenciją tarp skirtingų sektorių (šakų), taip siekiant pritraukti ribotus išteklius (kapitalą, darbą ir kt.) arba, kaip konkurenciją tarp sektorių (šakų) iš skirtingų nacionalinių ar regioninių ekonomikų (Europos Komisija, 2017). Regioninis konkurencingumas, arba kitaip pramonės šakos konkurencingumas yra apibūdinamas, kaip galimybė gaminti pranašesnes nei konkurentų prekes (Sabonienė, 2007). Nors regioninio konkurencingumo požiūriu yra nekreipiamas dėmesys į išorinius veiksnius (tokius, kaip nacionalinės ar globalios jėgos), kuriems regionas negali turėti įtakos, socialinius ryšius ir tinklus su kitais regionais, nacionalinės ar globalios ekonomikos poveikis tam tikru mastu formuoja regionus ir lemia jų plėtrą (Borozan, 2008).

Galima teigti, kad iš pradžių makroekonominis konkurencingumas buvo eksporto veiklos sinonimas, kuriuo remiantis buvo atliekamas ekonominiai vertinimai (Majerova, Nevima, 2015). Tačiau laikui bėgant ši siauresnė koncepcija buvo pakeista platesne koncepcija, apimančia konkurencingumo

sąvoką, aiškinamą, kaip gebėjimą ne tik gaminti prekes ir paslaugas, kurioms gali pasisekti tarptautinėje rinkoje, bet, kaip ir gebėjimą išlaikyti ir tobulinti aukštą bei tvarų požiūrį.

Apibendrinant – konkurencingumo sąvoka moksliniuose darbuose apibrėžiama gan įvairiai, universalus ir tikslus konkurencingumo apibrėžimas neegzistuoja. Galima teigti, kad tikrasis konkurencingumo apibrėžimas atspindi šalies gebėjimą daugiau eksportuoti pridėtinės vertės, nei importuoti, o pagrindiniai sąvokos elementai: pelnas, rinkos dalis. Konkurencingumas gali būti analizuojamas įvairiais lygmenimis: prekės, įmonės, pramonės ar šalies lygmeniu. Detalesnė sąvokos analizė apima tris pagrindinius lygius: mikro-, mezo- ir makro-. Mikro- lygio konkurencingumas apima įmonės ekonomiką, tai veiksminga ir efektyvi prekių ir paslaugų gamyba ir šio lygmens konkurencingumo analizė yra susijusi su veiklos rodikliais. Makroekonominis konkurencingumo lygmuo, susijęs su nacionaline / šalies ekonomika, makro- lygmuo nusako šalies gebėjimą didinti pajamas ir diegti kokybinius pokyčius, tokius, kaip technologijų plėtra, investicijų galimybės, socialiniai ir ekologiniai pokyčiai. Taigi nacionalinis / šalies konkurencingumas parodo sugebėjimą išlaikyti aukštą nacionalinių pajamų lygį ir palankią padėtį pasaulinėje ekonomikoje (pvz., eksporto augime) bei šalies gebėjimą kurti verslo aplinką, kurioje vietos įmonės galėtų konkuruoti tarptautiniu mastu. Mezo-, kitaip regioninio konkurencingumo lygmuo, yra svarbus, dėl ekonominės ir socialinės sanglaudos stiprinimo. Apibendrinus visų lygių svarbiausius elementus, galima teigti, kad konkurencingumas, tai efektyvumas prekių ir paslaugų gamyboje, kurį nusako pajamų augimas ir veikiantys technologiniai, socialiniai, investiciniai, ekologiniai pokyčiai, o konkurencingumą užtikrina padėtis pasaulinėje rinkoje.

2.2. Eksporto konkurencingumas ir jį charakterizuojantys rodikliai

Eksporto konkurencingumas ir eksporto plėtra vaidina svarbų vaidmenį šalies ekonomikos augime. Siaurąja prasme konkurencingumas naudojamas sutelkiant gebėjimus įrodyti pranašumą tarptautinėje rinkoje per eksportą ir tiesiogines užsienio investicijas (toliau – TUI). Eksportas dažnai siejamas su šalies konkurencingumu tarptautiniu lygiu ir yra dažnai apibūdinamas, kaip komercinė veikla bei vienas pagrindinių veiksnių lemiančių ekonomikos augimą (Millath, Thowseaf, 2016).

Eksporto konkurencingumas gali būti vertinamas, kaip dalyvavimo tarptautinėje prekyboje laipsnis, kadangi įvairios šalys turėdamos santykinį pranašumą ir eksportuodamos produkciją, gali įgyti naudos išplečiant savo rinkas per masto ekonomiją (Remeikienė, Gasparėnienė ir Sadeckas, 2019). Eksporto konkurencingumas gali būti matuojamas skirtingais būdais: analizuojant vieną ar kelis šalies eksporto veiksnius, sukuriant sudėtinius indeksus, analizuojant veiksnius ir sąlygas, kurie skatina tarptautinę prekybą ir kt. Siekiant detaliau atskleisti konkurencingumo koncepciją yra svarbu analizuoti, kas yra eksporto konkurencingumas ir kokiais rodikliais eksporto konkurencingumas gali būti vertinamas.

Ankstesniame poskyryje analizuojant konkurencingumo sampratą, buvo išskirtas sąvokos turinio elementas – tarptautinis. Nepaisant to, kad ekonomistai nepritaria sutarimui, kaip apibrėžti tarptautinį konkurencingumą makro- lygiu, literatūroje yra sutariama, kad tarptautinio konkurencingumo sampratos kilmė turėtų būti pagrindinėse tarptautinės prekybos teorijose (Kordalska, Olczyk, 2014). Galime teigti, kad eksporto konkurencingumo samprata, būtent ir kyla iš tarptautinio konkurencingumo ir yra, kaip tarptautinio konkurencingumo sąvokos pratęsimas.

Rinkos ekonomika, tai konkurencinga ekonomika, todėl skirtingos teorijos laiko konkurenciją svarbia ekonominės veiklos dalimi. Didėjančią tarptautinio / nacionalinio konkurencingumo svarbą, galima

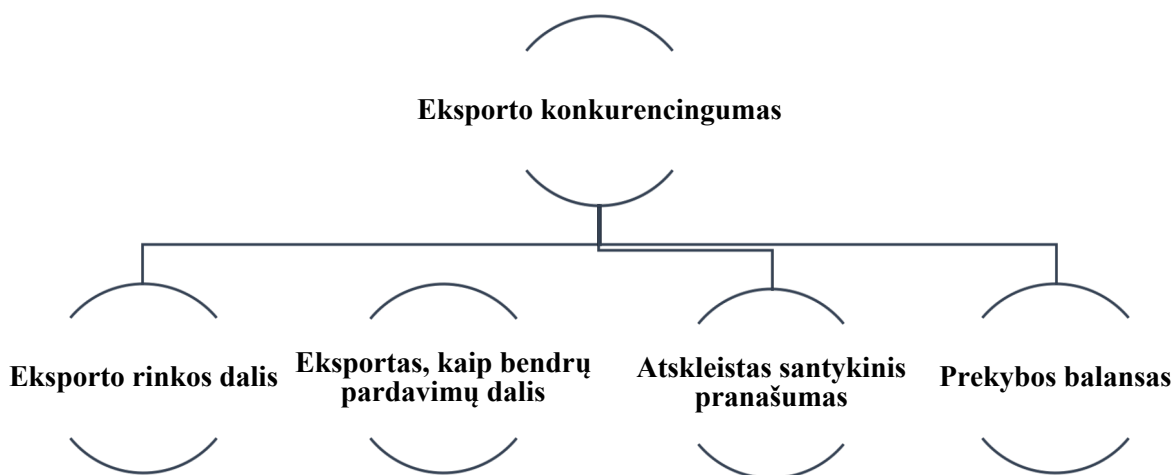
paaikinti augančia ekonomine integracija ir globalizacija, kurioms reikia nuolatinio konkurencingumo augimo (Reiljan, Hinrikus and Ivanov 2000). Galima teigti, kad tarptautinis konkurencingumas, tai šalies galimybė parduoti savo produkciją tarptautinėje rinkoje, o eksporto konkurencingumas, konceptualių požiūriu, atspindi šalies ar regiono eksportuojamų produktų paklausą užsienio rinkose.

Remiantis amerikiečių akademiko Porter'io (1998) nuomone, eksportas yra ekonomikos augimo jėga, kuri daro teigiamą poveikį ekonomikos plėtrai ir industrializacijai. Eksporto efektyvumas ir konkurencingumas yra skirtingi, tačiau susiję reiškiniai. Eksporto sėkmė paprastai yra konkurencingumo pasekmė, t. y. aplinkos, kurioje veikia įmonės, kokybė ir prieinamos galimybės įmonėms plėtoti naujoves ir išnaudoti rinkos galimybes (*Inter-American Development Bank*, 2001). Vienas svarbiausių veiksnių, galinčių paskatinti šalies ūkio plėtrą, yra eksportas, o didesnis eksporto konkurencingumas galėtų padėti šaliai skatinti nacionalinės ekonomikos plėtrą. Eksporto konkurencingumas gali apimti daugybę aspektų, leidžiančių šaliai gaminti ir parduoti prekes užsienio rinkoje, o kuo daugiau produktų ir paslaugų šalis gali parduoti užsienyje, tuo jis laikoma konkurencingesne.

Būtina pažymėti, kad užsienio valiutos didina konkurenciją tarp tautų, didėja naujų technologijų įsigijimas, didėja tautų specializacija eksportuojant tam tikrus produktus ir tobulinama vidaus rinka atveriant naujas rinkos galimybes (Porter, 1990). Eksporto konkurencingumas priklauso ir nuo įmonių gebėjimo tiesiogiai ar netiesiogiai išlaikyti ar išplėsti savo pozicijas tarptautinėse rinkose, laiku tiekiant kokybiškus produktus konkurencingomis kainomis. Tam reikia lankstumo greitai reaguoti į paklausos pokyčius ir įgūdžius, sėkmingai valdyti produktų diferenciaciją, sukuriant novatoriškus sprendimus ir kuriant veiksmingus rinkodaros kanalus (UNCTAD, 2005). Apibendrinant galima teigti, kad eksporto konkurencingumas pasiekiamas tada, kai konkurencingomis kainomis yra tiekiami kokybiški produktai ir greitai reaguojama į užsienio rinkų paklausos pokyčius.

Eksporto konkurencingumo ir plėtros analizė turėtų būti grindžiama ekonominių rodiklių ir rinkos sąlygų, turinčių didžiausią įtaką šalies ekonomikos augimui, vertinimu (Remeikienė et al., 2019). Literatūroje pateikiami įvairūs metodai eksporto konkurencingumui vertinti. Su prekyba susiję rodikliai dažniausiai naudojami vertinant nacionalinės ekonomikos sektoriaus galimybes konkuruoti su kitomis nacionalinėmis ekonomikomis (Europos Komisija, 2017). Eksporto konkurencingumo vertinimui naudojami šie metodai: Porter'io „Deimanto“ modelis; santykiniai atskleisto konkurencinio pranašumo indeksas RCA; eksporto ir importo dinamika; iš užsienio prekybos surinktos pajamos atskaičius išlaidas; eksportuojamos produkcijos dalis užsienio rinkoje; eksporto dalis kitų šalių eksporte (Sabonienė, 2007).

7 paveiksle pateikiami rodikliai, kurie geriausiai atitinka eksporto konkurencingumo vertinimą ir empirinį pagrindimą.



7 pav. Eksporto konkurencingumo vertinimo rodikliai (sudaryta autorės pagal Europos Komisiją, 2017)

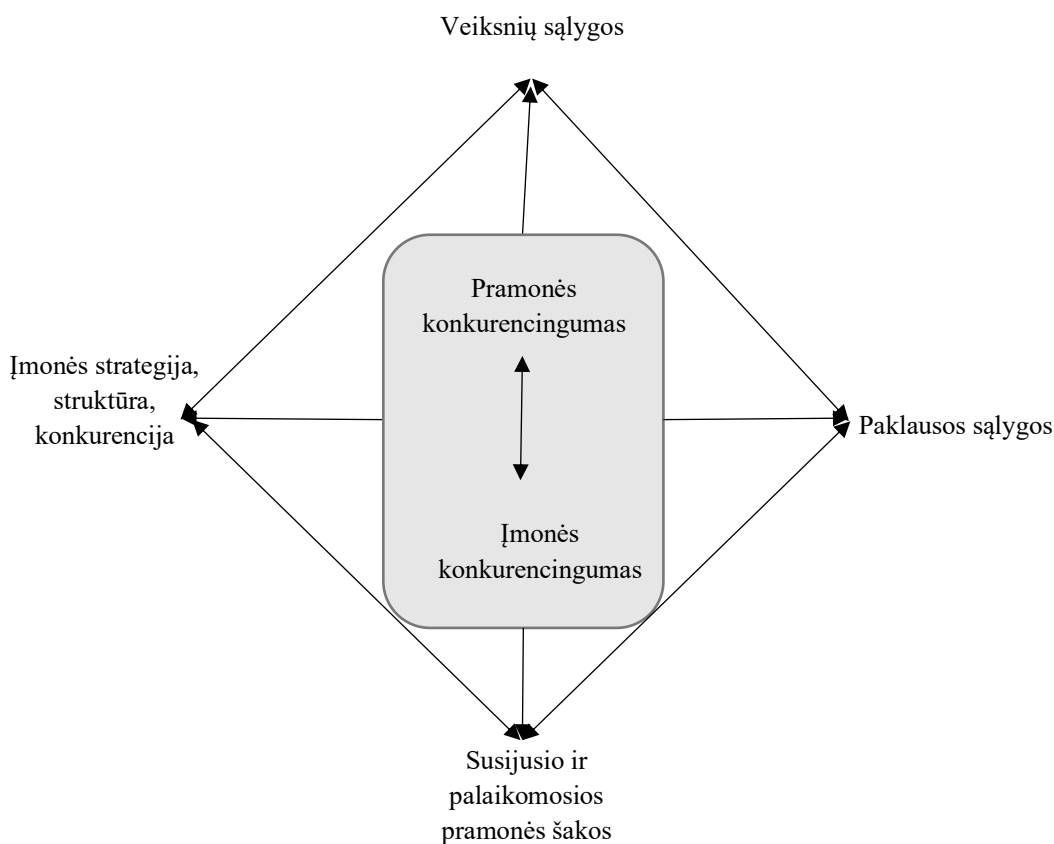
Santykinis prekybos balansas, tai eksportuotų ir importuotų prekių vertės skirtumas per tam tikrą laikotarpį. Tiriant pramonės eksporto prekybos balansą svarbu pažymėti tiek perteklinį balansą, tiek ir deficitinį. Prekybos perteklius yra aukšto konkurencingumo požymis, o deficitas parodo, jog bendra šalies eksportuojama produkcija, ar atskira pramonės šaka nėra konkurencinga. Atskleistas santykinis pranašumas (toliau – RCA), rodo eksporto dalį tam tikrame sektoriuje ir šalyje, palyginti su eksporto dalimi tame pačiame sektoriuje kitų šalių grupėje.

Eksporto konkurencingumas ilgą laiką buvo pagrindinė konkurencingumo tyrimų dalis makrolygmeniu, todėl buvo sukurta daugybė prekybos duomenimis pagrįstų rodiklių (Europos Komisija, 2017). Analizuojant eksporto konkurencingumą svarbu vertinti ir šaltinius, kurie sudaro sąlygas pramonės šakoms ir jose veikiančioms įmonėms tapti konkurencingomis tiek nacionaliniu, tiek tarptautiniu lygiu. Nauja tyrimų sritis, dėl šalies konkurencingumo, atvėrė diskusijas apie tikrąją šalių tarptautinio konkurencingumo prasmę ir supratimą. Nors pramonės šakos konkurencingumo vertinimas pasižymi įvairių metodų gausa, vienas dažniausiai konkurencingumo tyrimuose naudojamų pagrindų – Porter (1990) „Deimanto“ modelis (žr. 8 pav.).

Porter'is (1990) teigia, kad tarptautinėse rinkose konkuruoja įmonės, o ne šalys. Taip pat autorius teigia, kad reikia suprasti, jog įmonės sukuria ir išlaiko konkurencinį pranašumą, kad paaiškintų, kokį vaidmenį procese vaidina tauta. Šalies pramonę sudaro įmonių grupė, konkuruojanti ne tik tarpusavyje, bet, kaip ir visuma prieš tą pačią pramonės šaką kitose šalyse. Įmonės įsitvirtina pramonėje naudodamos skirtingas strategijas, tačiau daugeliu atvejų šalies pramonės įmonės vykdo panašias strategijas, dėl kurių pramonės strategija aiškiai skiriasi nuo tos pačios pramonės strategijos kitoje valstybėje (Porter, 1990). Galima teigti, kad šalies pramonė yra konkurencinga, lyginant su kitomis šalimis, jeigu visa pramonė turi konkurencinį pranašumą, leidžiantį gauti didesnę pelną nei konkuruojančios pramonės šakos kitose šalyse.

„Deimanto“ modelis, skirtas suvokti pramonės konkurencingumą žvelgiant iš apačios į viršų ir yra pritaikomas skirtingoms analizėms, priklausomai nuo tyrimo tikslo (Sabonienė, 2007). Nepaisant mokslinėje literatūroje pateiktos modelio kritikos, jis gali būti naudojamas analizuoti pramonės (sektorius) tarptautinį konkurencingumą (Navickas, Malakauskaitė, 2010).

Porter (1990) sukurtas modelis yra išsamus, nes apima ne tik veiksnių sąlygas, kaip ir dauguma tradicinių teorijų, bet ir atskirus pramonės veiklos kintamuosius. „Deimanto“ modelis, vertinant konkurencingumą atlieka svarbų vaidmenį įvairių tyrėjų ir tarptautinių organizacijų darbuose, susijusiuose su valdymo teorijomis.



8 pav. Porter „Deimanto“ modelio struktūra (Porter, 1990)

Taigi Porter'io (1990) pateikta „Deimanto“ teorija, paaiškina nacionalinį konkurencinį pranašumą. Pagrindinis klausimas, į kurį autorius pateiktu modeliu bando atsakyti, kodėl, kai kurios šalys, tam tikrose pramonės šakose, yra sėkmingesnės nei kitos. Jis išskiria keturias šalies požymių klases, kurios sudaro pagrindines sąlygas ar pagrindą nustatant nacionalinį šalies konkurencinį pranašumą.

Kaip pateikta 8 paveiksle, modeliu išskiriami keturi pagrindiniai elementai, kurie sudaro sąlygas arba pagrindą nustatyti konkurencinius pranašumas, tai yra: veiksnių sąlygos; paklausos sąlygos; susijusios ir palaikomosios pramonės šakos; įmonės strategija, struktūra ir konkurencija.

„Deimantą“ lemiantys veiksniai yra savaiminiai ir sudaro tam tikrą sistemą. Išskirto modelio veiksniai, ypač vidaus konkurencija, turi galią paversti „Deimantą“ sistemos – vidaus konkurencija, nes tai skatina tobulinti visus kitus veiksnius ir geografinę koncentraciją, kadangi didina keturių atskirų įtakų sąveiką (Porter, 1990). 3 lentelėje, pateikta detali modelio veiksnių analizė ir išskirti juos apibūdinantys rodikliai.

Svarbu paminėti, kad „Deimanto“ modelyje yra išskiriami kiti du išoriškai veikiantys veiksniai, tai Vyriausybės politika ir galimybės (atsitiktinumas arba kitaip išoriniai sukretimai), kurie palaiko ir papildo nacionalinio konkurencingumo sistemą, tačiau nesukuria ilgalaikių konkurencinių pranašumų (Porter, 1990).

3 lentelė. Porter „Deimanto“ modelio veiksniai ir juos apibrėžiantys rodikliai (Porter, 1990; Sabonienė, 2007)

Veiksniai	Veiksmių ir rodiklių apibrėžtys
Veiksmių sąlygos	Tradicinės prekybos teorijos apibrėžia veiksmių sąlygas, kaip žemė, darbas ir kapitalas (įskaitant žmogiškąjį kapitalą). Veiksmių sąlygas apibrėžia šie ištekliai / rodikliai: žmogiškieji, fiziniai, žinių, kapitalo ir infrastruktūra. Pagrindiniai rodikliai atspindintys veiksmių sąlygas, tokie, kaip kvalifikuota darbo jėga, žaliavos ir šalies ištekliai, užmokesčio lygis, įmonių skaičius, darbuotojų kaita, materialios ir tiesioginės užsienio investicijos.
Paklausos sąlygos	Paklausos sąlygų veiksnys, verčia šalis nuolat diegti naujoves ir tobulinti savo konkurencinę poziciją, kad produkcija atitiktų aukštus kokybės, savybių ir paslaugų reikalavimus. Paklausos sąlygos vertinamos šiais rodikliais: parduotos produkcijos vietos ir užsienio rinkose santykinis rodiklis; pramonės šakos parduotos produkcijos dalis lyginant su visa rinka.
Įmonės strategija, struktūra, konkurencija	Trečiasis nacionalinio konkurencinio pranašumo veiksnys, pasak Porter'io (1990), yra tvirta įmonės strategija, struktūra ir konkurencija. Įmonių strategijos ir struktūros labai priklauso nuo nacionalinės aplinkos ir skirtingų šalių verslo sektoriaus skirtumų, kurie lemia įmonių konkurencingumą ir konkurencinį pranašumą kiekvienoje šalyje. Įmonės strategijos, struktūros ir konkurencijos veiksnys analizuojamas šiais rodikliais: darbo produktyvumo, bendrojo pelningumo, inovacijų apimčių rodikliais ir šakos koncentracijos laipsniu.
Susijusios ir palaikomosios pramonės šakos	Susijusių ir palaikančių pramonės grupių sukūrimas, kaip atskiras veiksnys nacionalinio konkurencinio pranašumo teorijoje laikoma vienu iš svarbiausių „Deimanto“ modelio dalių. Šis ketvirtasis veiksnys susijęs su palaikančių pramonės grupių kūrimu. Dažniausiai tiriant pramonės konkurencingumą, susijusios ir palaikomosios pramonės šakos veiksmio rodikliais išskiriami klasteriai, tam tikroje pramonės šakoje, ar prieiga prie vietinių tiekėjų susijusiose pramonės šakoje. Klasteris sukuria aplinką klestėjimui, mokymuisi, inovacijų diegimui ir veiklos produktyvumo skatinimui. Teigiama, kad, būtent tokios šalyse veikiančios lokalizuotos grupės yra laikomos pažangios ekonomikos bruožu.

Svarbu paminėti, kad „Deimanto“ modelyje yra išskiriami kiti du išoriškai veikiančios veiksniai, tai Vyriausybės politika ir galimybės (atsitiktinumas arba kitaip išoriniai sukrėtimai), kurie palaiko ir papildo nacionalinio konkurencingumo sistemą, tačiau nesukuria ilgalaikių konkurencinių pranašumų (Porter, 1990). Apibendrinant galima teigti, kad Porter (1990) „Deimanto“ modelis nėra susijęs su prekybos analize, prekybos modeliais, prekybos teikiama nauda, o, tai yra, bendra sistema, skirta analizuoti kiekvienai šaliai būdingus tarptautinio konkurencinio pranašumo veiksmius. Porter'is (1990) teigė, kad vienintelė prasminga nacionalinio lygio konkurencingumo sąvokos reikšmė yra nacionalinis produktyvumas, o produktyvumas atsiskleis, jeigu verslo aplinka bus tvirta ir jeigu konkurencinių deimantų veiksmių sąveika bus intensyvi.

Vienas iš labiausiai naudojamų metodų produkcijos konkurencingumui pasaulinėje rinkoje įvertinti yra Balassa indekso skaičiavimas, kuris padeda atskleisti šalies prekybos pranašumus (Balassa, 1965). Siekiant ištirti pramonės prekių eksporto struktūrą Balassa (1965) apibrėžė tarptautinės prekybos konkurencingumo priemonę, kurią, jis įvardino, kaip „atskleistas santykinis pranašumas“, sutrumpintai – RCA. Siekiant įvertinti eksporto konkurencingumą yra skaičiuojamas santykiniai atskleisto konkurencinio pranašumo indeksas RCA. Indeksu yra lyginama tam tikros šalies prekės ar sektoriaus eksporto dalis su tos prekės ar sektoriaus eksporto dalimi pasaulinėje rinkoje (Sabonienė, 2007). RCA skaičiavimas grindžiamas turimais statistiniais duomenimis apie šalies ar šalių grupės, tam tikrų prekių eksportą.

Taigi RCA indeksas išreiškia šalies / pramonės eksporto dalį visoje pasaulinėje prekyboje, kitaip tariant indeksas parodo santykinį pranašumą, eksportuojant *i* prekes iš šalies *A* ir yra apskaičiuojamas (1) formule:

$$RCA_i^A = \left(\frac{x_i^A}{X^A} \right) / \left(\frac{x_i^W}{X^W} \right); \quad (1)$$

čia x_i^A – šalies A eksportas produkto i; X^A – bendras A šalies eksportas; x_i^W – pasaulio produkto i eksportas; X^W – bendras pasaulio eksportas.

RCA indeksas, kurį pasiūlė Balass'as (1965), yra plačiai naudojamas literatūroje, siekiant ištirti prekių mainų tarp prekybos šalių galimybes. Pasak Ballanc'o, Forstner'io ir Murray (1987) indeksas turėtų būti naudojamas: a) kaip dichotominė priemonė norint suprasti ar šalis turi santykinį pranašumą ar trūkumą tam tikrame sektoriuje; b) kaip esminė priemonė palyginti santykinį pranašumą, kurį šalis (sektoriai) turi, tam tikro sektoriaus (šalies) atžvilgiu; c) kaip įprasta priemonė suskirstyti sektorius (šalis), kitų šalių (sektorių) atžvilgiu. RCA indeksas yra neatsiejama prekybos teorijos taikymo dalis. Indeksas padeda nustatyti pranašumą ar trūkumus, susijusius su įvairių šakų produkcijos eksportu, ir tokiu būdu padeda tikslingiau formuoti į eksporto plėtrą orientuotą valdymą (Deb, Sengupta, 2016).

Taigi teigiama, kad šalis turi santykinį pranašumą prekės atžvilgiu, kai indekso vertė didesnė nei 1. Kai indekso vertė yra mažesnė nei 1, šalis turi neutralų santykinį pranašumą. RCA indeksas gali būti klasifikuojamas pagal 4 grupes (Hinloopen, Marrewijk, 2001):

- 1) $0 < RCA \leq 1$ – konkurencijos nėra;
- 2) $1 < RCA \leq 2$ – konkurencingumas yra silpnas;
- 3) $2 < RCA \leq 4$ – konkurencingumas yra vidutinis;
- 4) $4 < RCA$ – konkurencingumas yra stiprus.

Mokslinėje literatūroje Balassa konkurencingumo indeksas yra dažnai kritikuojamas dėl jo pritaikymo analizuojant konkurencinį pranašumą, todėl kiti tyrėjai indeksui taikė įvairius tobulinimus (Hinloopen, Marrewijk, 2001). Autoriai Madiyarova, Amirbekova ir Syrlybayev (2018) analizuodami Kazachstano santykinius rodiklius, išsamiai vertino RCA indekso pranašumus ir trūkumus. Autorių teigimu, pirminis Balassa indeksas vis dar yra geriausias rodiklis, nurodantis santykinį pranašumą ir konkurencingumo matavimą, o skirtingi RCA indekso skaičiavimai gali, tik sunkinti atliekamą dinaminę RCA analizę.

Tam tikros produkcijos pranašumas gali atsirasti dėl masto ekonomijos (Europos Komisija, 2017). Tarptautiniai eksporto mainai vyksta tarp konkrečių gamybos šakų ir atskirose šakose. Taigi, užsienio prekybos intensyvumas toje pačioje pramonės šakoje, gali būti skaičiuojamas *Grubel–Lloyd* (GL) indeksu. Indeksas parodo produktų kiekius, kuriais prekiaujama tarp kelių šalių, įvertinus eksportą bei importą (Grubel, Lloyd, 1971). Indeksas yra apskaičiuojamas (2) formule:

$$GL_j = 1 - \frac{|X_j - M_j|}{X_j + M_j} X_{iW}; \quad (2)$$

čia X_j – šakos eksportas; M_j – šakos importas; $X_j + M_j$ – bendra prekybos vertė; $X_j - M_j$ – šakos prekybos balansas.

Indekso reikšmės svyruoja tarp 0 ir 1, didesnė vertė rodo didesnę tam tikros šalies pramonės vidinės prekybos dalį (Grubel, Lloyd, 1971). Kadangi tarptautinė prekyba yra svarbiausias konkurencingumo rodiklis, GL indeksas yra svarbus rodiklis vertinant pasaulinę prekybą.

Dar vienas svarbus konkurencingumo vertinimo rodiklis – prekybos balansas. Prekybos balansas apibūdinamas, kaip skirtumas tarp šalies eksporto ir importo, taigi yra lygus šalies bendrosios produkcijos ir vidaus išlaidų skirtumui. Teigiamas grynas eksportas paprastai rodo didesnę konkurencingumą (Europos Komisija, 2017). Prekybos deficitas / perteklius aiškinamas, kaip

konkurencijos silpnumo / stiprumo požymis. Grynasis prekybos balanso indėlis į bendrąją paklausą, yra tiesiogiai susijęs su pramonės ar šalies konkurencingumu.

Santykinis pramonės pranašumas gali būti vertinamas pagal užimamą rinkos dalį. Rinkos dalis yra visos turimos rinkos ar rinkos procentinė dalis (proporcija), kurią užima šalis. Rinkos dalis yra vertinama (3) formule:

$$MS_{ij} = X_{ij} / X_{iw}; \quad (3)$$

čia i – prekė; j – šalis; X – eksportas; X_{ij} – i prekės eksportas į j šalį; X_{iw} – pasaulinis i prekių eksportas.

Eksportas yra susijęs su importu, tačiau tik grynasis eksportas daro tiesioginę įtaką bendrai ekonomikos paklausai. Eksporto rinkos dalis yra konkurencingumo matas, atspindintis skirtingą prekių ir paslaugų pardavimo sėkmę tarptautinėje rinkoje.

Eksporto konkurencingumo svarbiu elementu yra laikoma eksporto koncentracija. Anot autorių Travkinos ir Tvaronavičienės (2011) ekonomikos sektoriaus koncentracijos raida yra svarbus makroekonominis rodiklis, nes koncentracijos laipsnis atspindi šalies poziciją veikiama išorinių sektoriaus veiksmų. Galimas poveikis yra dėl tam tikrų eksporto krypčių arba, tam tikrų produktų paklausos ir pasiūlos šokų, pavyzdžiui, dėl technologinio senėjimo ar ekonomiškai efektyvių konkurentų atsiradimo (Europos Komisija, 2017). „Vienas iš būdų sumažinti galimą poveikį yra eksportuojamos produkcijos diversifikacija pagal prekes ar rinkas“ (Lietuvos bankas, 2013). Vertinant eksporto diversifikacijos lygį, taikomi įvairūs indeksai, o vienas populiariausių yra *Herfindahl–Hirschman* (HHI). Vertinant eksportuojančių pramonės sektorių koncentraciją HHI indeksas yra apskaičiuojamas (4) formule:

$$HHI = \sum s_i w_i; \quad (4)$$

čia s_i – eksportuojančios pramonės sektoriaus dalis i ; w_i – svoris, priskiriamas tam tikros eksportuojančios pramonės sektoriaus eksporto daliai i .

HHI eksporto indekso pokytis parodo, kokia apimtimi pramonės šakos tampa labiau koncentruotos, neatsižvelgiant į tai, kaip keičiasi kitų šalių eksporto struktūros (Travkina, Tvaronavičienė, 2011). Vertinamo eksporto konkurencingumo HHI indekso reikšmės gali svyruoti nuo 0 iki 1, didesnė skaitinė indekso vertė rodo, kad šalis plėtoja eksportą mažesniame sektorių diapazone ir todėl yra labiau koncentruota (Europos Komisija, 2017).

Yra svarbu pabrėžti eksporto konkurencingumo santykį su rodikliais, atspindinčiais tam tikrus vidaus našumo aspektus (Travkina, Tvaronavičienė, 2011). Vertinant eksporto konkurencingumą yra svarbu apžvelgti tarpusavyje susijusius veiksmus, kurie veikia bendrą eksportą. Išsamiai analizuojami duomenys susiję su paklausa, darbo našumu, kapitalu ir kitais rodikliais gali suteikti naujų įžvalgų apie tarptautinės prekybos konkurencingumą. Autorės Bruneckienė ir Paltanavičienė (2012), vertindamos Baltijos šalių sudėtinius indeksus dėl eksporto konkurencingumo, išskyrė rodiklius, kurie apibrėžia pagrindinius tarptautinės prekybos veiklos rezultatus (žr. 4 lent.).

4 lentelė. Eksporto konkurencingumo vertinimo veiksniai ir rodikliai (Bruneckienė, Paltanavičienė, 2012)

Veiksniai	Rodikliai
Eksporto paklausa	Prekių eksporto apimtys mln. EUR Prekių eksporto apimtys, proc. nuo BVP Prekių eksporto pokytis per metus pagal to meto kainas, proc. Prekių eksporto–importo balansas, mln. EUR
Gamybos sąlygos	Tiesioginės užsienio investicijos, tenkančios vienam gyventojui, mln. EUR Investicijos į ilgalaikį materialųjį turtą, tenkantį vienam gyventojui, mln. EUR Veikiančių ūkio subjektų skaičius tenkantis 1000 gyventojų
Įmonių eksporto konkurencingumas	Pajamos iš šalyje pagamintų prekių eksporto, tenkančios vienam gyventojui, EUR Pajamų iš šalies pagamintų prekių eksporto augimas, tenkantis vienam gyventojui, proc.
Politinė – teisinė aplinka	Verslui taikomo pelno mokesčio dydis, proc. Už kiekvieną nustatytą darbo vietą sumokėti darbdavių mokesčiai, proc.
Ekonominė aplinka	Bendrasis vidaus produktas (BVP), mln. EUR Vidutiniai metiniai vartojimo kainų pokyčiai, proc.
Socialinė – demografinė aplinka	Užimtumo lygis, proc. Nedarbo lygis, proc.
Technologinė aplinka	Išlaidos MTEP prieš BVP, proc.

Anot autorių Kordalska ir Olczyk'ės (2014), jeigu grynąjį eksportą (eksporto – importo balansą) laikome eksporto konkurencingumo rodikliu, tada eksporto konkurencingumas suprantamas, kaip ekonomikos sugebėjimas išlaikyti tarptautinę konkurenciją ir aukštą vidaus paklausos lygį, nepakenkiant prekybos balansui. Taip pat analizuojant autorių Bruneckienės ir Paltanavičienės (2012) išskirtus rodiklius 4 lentelėje, dėmesys, vertinant eksporto konkurencingumą, skiriamas tam tikrų veiksnių įtakai: tiesioginėms užsienio ir materialinėms investicijoms, pajamoms iš šalyje pagamintų prekių eksporto, darbo sąnaudoms, našumui, naujovėms ar santykinėms kainoms.

Apibendrinant, galima teigti, kad eksporto konkurencingumas atspindi šalies ar regiono eksportuojamų produktų paklausą užsienio rinkose. Eksportas yra, ypač svarbus, nes prisideda prie ekonomikos augimo ir yra struktūrinių pokyčių jėga. Kuomet konkurencingomis kainomis yra tiekiami kokybiški produktai ir greitai reaguojama į užsienio rinkų paklausos pokyčius – yra pasiekiamas eksporto konkurencingumas. Mokslinėje literatūroje yra pateikiami įvairūs indeksai ir rodikliai eksporto konkurencingumui vertinti: Porter „Deimanto“ modelis; santykiniai atskleisto konkurencinio pranašumo indeksas (RCA); eksporto prekybos balansas; *Grubel–Lloyd* (GL) indeksas; eksportuojančių pramonės sektorių koncentraciją vertinantis *Herfindahl–Hirschman* (HHI) indeksas ir kt.

2.3. Vidiniai eksporto konkurencingumo ir eksporto plėtros veiksniai

Eksportą veikiantys veiksniai yra išskiriami, kaip kliūtys, įskaitant požiūrio, struktūrines, veiklos bei kitus apribojimus, kurios trukdo įmonėms plėtoti ar vykdyti tarptautines veiklas. Daugelis autorių mokslinėje literatūroje išskyrė eksporto plėtros veiksnių klasifikavimo sistemą, nusakančią tiek vidinius, tiek išorinius veiksnius (Sousa, Martinez–Lopez and Coelho, 2008; Tesfom, Lutz, 2006;). Taigi šiame poskyryje bus detalizuojami vidiniai eksporto konkurencingumą ir plėtrą veikiantys veiksniai.

Vidiniai veiksniai dažniausiai skirstomi pagal keturias pagrindines grupes, kurios apima: įmonės vadovų kompetenciją ir valdymo pobūdį, įmonės personalą, gamybos pajėgumus ir turimą apyvartinį kapitalą (Katsikeas, Leonidou and Morgan, 2000). Vidinės eksporto kliūtys yra būdingos įmonei ir paprastai susijusios su nepakankamais įmonės ištekliais, dėl su eksportu susijusios rinkodaros veiklos, taip pat, dėl investicijų, inovacijų, technologijų ar žmogiškųjų išteklių.

Lėšų trūkumas yra vienas iš eksportą sąlygojančių veiksnių, kurį gali padėti įveikti – investicijos. Kuo daugiau investuojama į bendrąjį pagrindinį kapitalą, tuo modernesni yra gamybos metodai, todėl tikimasi didesnių šansų pasiekti eksporto konkurenciją tarptautinėse rinkose (Kordalska, Olczyk, 2014). Materialiosios investicijos apima visą fizinį turtą: turtą, finansines priemones, grynuosius pinigus. Nematerialiosios investicijos apima nefizinį turtą: intelektinę nuosavybę, prestižą, prekės ženklo pripažinimą (žr. 5 lent.). Šios dvi investicijų dedamosios yra svarbūs konkurencingumą veikiantys veiksniai, todėl yra svarbi detalesnė jų analizė.

5 lentelė. Materialių ir nematerialių investicijų skirtumai (sudaryta autorės pagal Madhani, 2012)

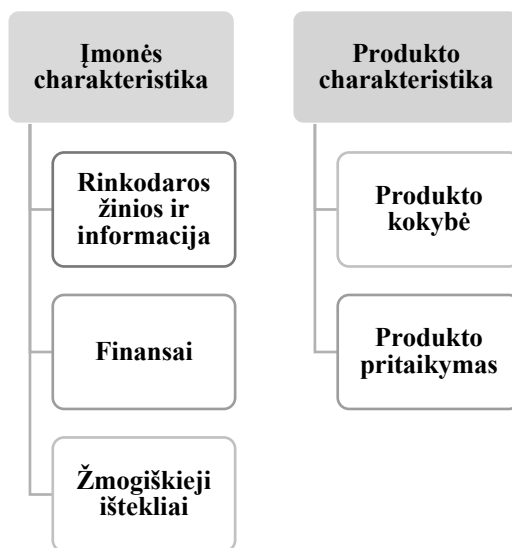
Investicijų rūšis	Apskaitomas turtas		Intelektinis turtas		
	Fizinis	Finansinis	Žmogiškasis	Santykinis	Organizacinis
Materialinės investicijos	Įmonė; nuosavybė; įranga; inventoriūs	Grynieji pinigai; investicijos; gautinos sumos	Sutartys; įgūdžiai	Sutartys su pirkėjais; formalus aljansas	Sistemos; formalizuotas procesas; kodifikuotos žinios
Nematerialinės investicijos	Įmonių lankstumas; priėgų teisės; inventoriūs (nusidėvėjęs ir nebereikalingas)	Kreditingumas; skolinimosi galimybės	Darbuotojų lojalumas; darbuotojų įsitraukimas; gebėjimas spręsti problemas	Klientų lojalumas; sutarčių kokybė; tinklai	<i>Know-how</i> ; neformalūs procesai; reputacija

Mokslinėje literatūroje ištekliai, kaip vidinio konkurencinio pranašumo veiksnys, paprastai klasifikuojamas į fizinius, finansinius, žmogiškuosius ir organizacinius išteklius, arba apibendrintai į materialinius ir nematerialinius išteklius, kurie plačiau apibrėžti 5 lentelėje.

Pramonės sektoriaus įmonės vaidina svarbų vaidmenį visame pasaulyje, todėl investicijos į materialųjį turtą yra svarbus veiksnys. Tradiciniu požiūriu pagrindiniai įmonės ištekliai, kaip fizinis turtas – finansinis turtas yra konkurencinio pranašumo pagrindas, tačiau šių laikų – žinių ekonomikoje, nematerialiosios investicijos tampa svarbiu konkurencingumo šaltiniu. Nors dar visai neseniai nematerialiosios investicijos buvo pabrėžiamos, kaip verslo konkurencinio pranašumo šaltinis, dabartinėje ekonominėje situacijoje jis yra būtinas veiksnys. Dėl globalizacijos apraiškų ekonomikoje, nematerialusis turtas tampa vienu didžiausiu pridėtinės vertės ir inovacijų šaltiniu (Madhani, 2012). Sėkmingas nematerialaus turto valdymas organizacijoje daro teigiamą įtaką verslo įmonės veiklos rezultatams ir rinkos vertei. Pagrindinis nematerialaus turto valdymo tikslas yra priemonių ir rodiklių, skirtų žinioms valdyti ir uždarbiui didinti, sukūrimas versle. Nematerialiųjų išteklių derinimas su strateginiais tikslais ir vertės didinimo priemonėmis, leidžia įmonėms sutelkti savo išteklius ir veiklos tikslus, kad jie būtų veiksmingesni (Madhani, 2012). Apibendrinant – materialūs ir nematerialūs ištekliai yra svarbūs, kad įmonė įgytų konkurencinį pranašumą.

Augantis liberalizmas ir konkurencija pasaulinėje ekonomikoje ir veiklos sunkumai, su kuriais susiduria eksportuojančios įmonės, paaikšina mokslinį susidomėjimą prekybos strategijomis ir

veiklos santykiais (Leonidou, Katsikeas and Samiee, 2002). Autoriai Tesfom'as ir Lutz'as (2006) vidinius įmonę veikiančius veiksnius suskirstė į įmonės ir produkto charakteristikos grupes (žr. 9 pav.).



9 pav. Vidiniai eksportą veikiančys veiksniai (sudaryta autorės pagal Tesfom and Lutz, 2006)

Įmonės vidinės stipriosios ar silpnosios pusės yra labai svarbios nustatant jos galimybes ir konkurencingumą tarptautinėse rinkose. Pagrindinis įmonės turtas ir įgūdžiai yra svarbus tvarios konkurencijos pranašumo šaltinis (Porter, 1985), todėl autoriai Tesfom ir Lutz (2006) įmonių problemas suskirstė į rinkodaros žinių ir informacijos, finansines ir žmogiškųjų išteklių (žr. 9 pav.).

Rinkodaros žinių ir informacijos veiksniai. Rinkodaros žinios ir informacija yra vienas reikšmingiausių šaltinių, galinčių sudaryti sąlygas eksportuojančioms įmonėms sėkmingai veikti. Rinkos galimybės užsienyje gali daryti didelę įtaką įmonės norui pradėti ir plėsti eksportą (Porter, 1990). Tačiau daugelis įmonių susiduria su problemomis, siekdamas veiksmingai nustatyti šias galimybes, o tai glaudžiai susiję su problemomis atliekant užsienio rinkų tyrimus. Daugeliu atveju žinios, susijusios su užsienio rinkodaros galimybių nustatymu, yra atpažįstamos reaguojant ir dažnai pasireiškia kaip savaiminiai užsienio klientų užsakymai arba išorės atstovų konsultaciniai patarimai, todėl maža įmonė yra nepasiruošusi ir netinkamai pasirengusi susidoroti su iššūkiais, kylančiais iš tarptautinio verslo aplinkos (Leonidou, 1995). Galima pažymėti, kad žinių apie potencialias rinkas nustatymas yra viena pagrindinė mažų ar besivystančių šalių eksporto veiksmų.

Pasak Porter (1980), prieš eksportuojant, būtina gauti patikimą informaciją apie potencialias užsienio rinkas. Tačiau, tai tampa dar sunkiau mažoms ir vidutinėms įmonėms, nes joms dažnai trūksta vidinių išteklių, kad būtų galima gauti prieigą prie svarbios informacijos, tuo tarpu didelėse įmonėse paprastai veikia padaliniai, skirti rinkti informaciją ir reklamuoti savo produktus užsienio rinkose. Apibendrinant – daugelis įmonių susiduria su sunkumais nustatant potencialias rinkas (Czinkota, Ronkainen, 2001). Taigi išryškėja problemos susijusios su duomenų šaltinių stygiumi ir informacijos palyginamumu.

Finansiniai veiksniai. Tvirta finansinė bazė padeda užtikrinti konkurencingumo kainą. Tačiau dažnai pasitaiko, kad įmonėms trūksta apyvartinių lėšų, o tai prideda išlaidas, kurios gali kelti riziką visam gamybos procesui (Bodur, 1986). Eksporto veikla reikalauja didelių išlaidų rinkos tyrimams, užsienio klientų lankymui ir pritaikant esamą eksporto rinkodaros strategiją, nes eksporto veikla yra vykdoma

turint reikiamus išteklius. Kadangi eksporto plėtra reikalauja papildomų finansinių išlaidų, tiek renkant reikiamą informaciją, tiek tiriant užsienio rinkas ir samdant logistikos paslaugas ir kt., todėl apyvartinių lėšų trūkumas yra viena iš eksporto kliūčių, kurias gali padėti įveikti – investicijos.

Žmogiškųjų išteklių veiksniai. Įmonės eksporto sėkmė priklauso ir nuo vadovų bei įmonės darbuotojų savybių ir požiūrio. Yra būtina, kad kompetentingi vadovai nustatytų eksporto galimybes, suprojektuotų ir įgyvendintų eksporto rinkodaros funkcijas bei stebėtų užsienyje veikiančias įmones, taip pat tvarkyti eksporto dokumentus ir logistiką (Katsikeas et al., 2000). Būtina išnaudoti kvalifikuotus žmogiškuosius išteklius, kad būtų galima pasinaudoti užsienio rinkų teikiamomis galimybėmis ir nauda. Šiame kontekste kyla žmogiškųjų išteklių kliūtys, tokios, kaip ribotos žinios apie eksportavimą, baimė eksportuoti, taip pat kvalifikuotų vadovų ir personalo trūkumas.

Toliau analizuojant autorių Tesfom'o ir Lutz'o (2006) išskirtus vidinius eksportą veikiančius veiksniai, būtina apibrėžti ir produkto charakteristiką. Cook'as (1983) pažymėjo, kad produkto savybės gali turėti įtakos konkurenciniam pranašumui. Produkto charakteristikos kliūtys gali būti skirstomi į: su kokybę ir techniniu pritaikomumu susijusius veiksniai.

Produkto kokybės veiksniai. Kokybė iš tiesų yra dažnai nurodoma, kaip viena iš svarbiausių sąlygų norint patekti į užsienio rinkas bei išlikti jose. Kiekviena šalis turi skirtingus kokybės standartus, o kokybę, kaip veiksnį apibūdina pakuotės, importuotojų nustatytų kokybės standartų laikymasis, tinkamas produkto dizainas ir įvaizdis eksporto rinkoms. Tačiau daugelį su produkto kokybe susijusių problemų lemia nepakankamos žinios apie rinkos reikalavimus, produkto savybės ir gamybos technologijos (Tesfom, Lutz, 2006).

Techniniai / pritaikymo veiksniai. Daugelyje mokslinių tyrimų pateikta, kad sėkmingos firmos pritaiko savo produktus užsienio rinkoms (Tesfom, Lutz, 2006). Vietiniai produktų standartai, klientų standartai bei pirkimo įpročiai gali būti netinkami produkcijos pardavimams užsienyje ir juos gali reikėti pritaikyti. Anot Tesfom'o ir Lutz'o (2006), dauguma problemų, susijusių su techniniu pritaikomumu, kyla dėl žinių stokos rinkos reikalavimų ar išteklių trūkumo reikalavimams įvykdyti: prasta kokybė, kontrolės būdai, prasta žaliavų kokybė, medžiagos, pakavimo ir ženklinimo reikalavimai, gaminio dizainas ir specifikacija. Susidūrusios su techninėmis / pritaikymo kliūtimis įmonės yra priverstos visus savo verslo elementus pritaikyti prie užsienio rinkų teisinių normų (Terpstra, Sarathy, 2000). Taigi įmonėms gali tektis tobulinti esamą ar sukurti visiškai naują produktą, kuris atitiks užsienio rinkų standartus, nepaisant finansinių, empirinių, tyrimų ar kitų apribojimų.

Užsienio rinkoms skirti produktai turi būti tam tikru būdu supakuoti, kad būtų saugūs juos gabenant, sandėliuojant ir tvarkant, be to, instrukcijos, esančios pakuotėje arba ant jos, turi būti parašytos tam tikra kalba ir dizainu (Ceteora, Graham, 2001). Taigi daugeliui mažų įmonių, šie eksporto pakuočių ir instrukcijų ar kiti pakeitimai, susiję su tinkamumu eksporto rinkai, yra daug laiko reikalaujantys ir brangūs, tačiau tai yra svarbu norint patekti į užsienio rinkas.

Išanalizavus autorių išskirtus eksportą veikiančius vidinius veiksniai, galima teigti, kad besivystančių šalių eksportuotojai privalo turėti technines galimybes ir išmanyti eksportuojamos produkcijos standartus. Taip pat turėti stiprią finansinę bazę bei kvalifikuotą personalą. Pripažįstama, kad pagrindinis įmonės turtas ir įgūdžiai yra konkurencinių pranašumų šaltiniai (Porter, 1985). Įmonės turtas ir įgūdžiai, be kita ko, apima ir įmonės galimybes bei kompetencijas (Sausa et al., 2008), įmonės dydį, tarptautinę patirtį ir orientaciją į rinkas. Autoriai Sousa, Martinez–Lopez ir Coelho (2008) išskirstė vidinius eksporto plėtrą veikiančius veiksniai į tris grupes: eksporto rinkodaros strategija;

įmonės ypatybės ir valdymo ypatybės (žr. 6 lent.). Kiekvienas veiksnys turi juos nusakančius kintamuosius veiksnius, kurie taip pat pateikti 6 lentelėje.

6 lentelė. Eksperto plėtrą veikiantys vidiniai veiksniai ir jų kintamieji (sudaryta autorės pagal Sousa et al., 2008)

Vidiniai veiksniai	Kintamieji
Eksperto rinkodaros strategija	<ul style="list-style-type: none"> – Produkto strategija; – Kainos strategija; – Skatinimo strategija; – Paskirstymo strategija; – Iniciatyvumas / reaktyvumas; <ul style="list-style-type: none"> – Rinkos tyrimai; – Rinkos plėtra; – Paslaugų strategija; – Bendroji eksperto strategija; <ul style="list-style-type: none"> – Naujovės; – Rizika; – Eksperto planavimas; – Platinimo kanalai.
Įmonės ypatybės	<ul style="list-style-type: none"> – Įmonės dydis; – Tarptautinė patirtis; – Orientacija į rinką; – Įmonės galimybės / kompetencijos; <ul style="list-style-type: none"> – Tarptautiškumo laipsnis; – Įmonės kultūra; – Gamybos valdymas.
Valdymo ypatybės	<ul style="list-style-type: none"> – Įsipareigojimas eksportuoti ir parama; <ul style="list-style-type: none"> – Išsilavinimas; – Tarptautinė patirtis; – Novatoriškumas.

Daugybė tyrimų atskleidė eksperto rinkodaros strategijos svarbą eksperto rezultatams, ypač tai, koku mastu rinkodaros programos elementai (produktas, kaina, reklama ir paskirstymas) yra standartizuoti ar pritaikyti įvairiose rinkose (Sousa et al., 2008). Strategijos kūrimas, eksperto rinkodaros strategijoje yra vienas svarbiausių kintamųjų, taip pat svarbus ir iniciatyvumo veiksnys, kuris priklauso nuo to ar įmonė iniciatyviai siekia ieškoti naujų galimybių. Atsižvelgiant į eksperto sprendimų sudėtingumą ir neapibrėžtumą, informacijos gavimas (rinkos tyrimas) yra laikomas svarbia priemone, leidžiančia sumažinti neigiamų padarinių tikimybę tarptautinėje rinkoje.

Svarbus ir vienas pagrindinių veiksnių dėl įmonės ypatybių kintamųjų, tai – įmonės turtas. Ankščiau buvo pažymėtas veiksnys susijęs su finansais, kad įmonės turtas – tai konkurencinis pranašumas. Taip pat pabrėžiamas įmonės dydis, kad didesnės įmonės turi daugiau finansinių ir žmogiškųjų išteklių bei gamybos pajėgumų, todėl pasiekia didesnį masto ekonomijos lygį.

Tarptautinė įmonės patirtis autorių Sousa et al. (2008) išskirta, kaip vienas iš pagrindinių vidinių veiksnių, lemiančių eksperto rezultatus. Įmonės, kurios turi teigiamą patirtį eksperto srityje žino aplinkos sąlygas ir yra linkusios pasirinkti patrauklesnes rinkas bei pritaikyti tinkamas rinkodaros strategijas.

Nustatyta, kad į rinką orientuotos įmonės geriau identifikuoja globalius pokyčius ir galimybes šiandieninėje konkurencingoje aplinkoje ir į jas reaguoja. Rezultatai rodo, kad tiek orientacija į rinką, tiek orientacija į eksportą yra teigiamai susijusios su įmonės eksperto rezultatais (Sousa et al., 2008). Kadangi į rinką orientuota įmonė nuosekliai nustato ir reaguoja į esamus klientų poreikius ir

pageidavimus bei gali numatyti būsimus poreikius ir pageidavimus, todėl įmonė galės geriau atstovauti klientams bei būti konkurencinga.

Autoriai Sousa et al. (2008) išskyrė, kad valdymo ypatybės gali turėti reikšmingos įtakos įmonės eksporto sėkmei. Iš esmės eksporto veiklos pokyčius galima reikšmingai paaiškinti valdymo ypatybėmis (Leonidou, 1995). Kaip ir buvo pažymėta anksčiau, kad įmonės eksporto sėkmė priklauso ir nuo vadovų bei darbuotojų savybių ir požiūrio, tad vadovų požiūris į santykinį eksporto pranašumą yra svarbiausias įmonės eksporto rezultatų rodiklis. 6 lentelėje pažymėtas valdymo veiksnys „įsipareigojimas eksportuoti ir parama“, įrodo, kad įsipareigojimas eksportuoti būtina dalis norint vykdyti sėkmingą eksporto veiklą. Parama nusako, kad pramonės eksporto sėkmei, ypač svarbus aukščiausio lygio vadovų įsipareigojimas, kurie skirtų pakankamai vadybinių bei finansinių išteklių, o tai lemia geresnius rezultatus eksporto plėtroje.

Kiti kintamieji, lemiantys eksporto rezultatus – išsilavinimas ir novatoriškumas bei patirtis. Tai rodo, kad geresnį išsilavinimą turintys specialistai, mokantys užsienio kalbas ir turintys didelę profesinę patirtį, gali labiau prisidėti prie eksporto plėtros (Leonidou, 1995). Įmonėje dirbantys darbuotojai turintys didesnę patirtį tarptautiniame versle, geriau supranta užsienio rinkas, o tai gali padėti įmonei nustatyti galimybes ir išvengti grėsmių tarptautinėse rinkose.

Kaip jau buvo minėta anksčiau, tarp eksporto plėtros ir žmogiškųjų išteklių egzistuoja tiesioginis ryšys ir šis ryšys yra plačiai tyrinėjamas mokslinėje literatūroje (Tesfom, Lutz, 2006; Katsikeas et al., 2000; Remeikienė et al., 2019). Investicijos į žmogiškąjį kapitalą yra svarbus veiksnys, prisidedantis prie eksporto rezultatų, todėl yra būtina jį analizuoti plačiau, kadangi pastaruoju metu vis daugiau dėmesio skiriama intelektinio kapitalo vaidmeniui. Intelektinis kapitalas tapo ne tik žmogiškuoju veiksmu, susijusiu su žiniomis, bet ir veiksmu kuriančiu produkto pridėtinę vertę (Remeikienė et al., 2019). Pagrindinės problemos dėl eksporto konkurencingumo ir plėtros yra susijusios su žmonių migracija, darbo jėga ir užimtumo politika. Palanki demografinė padėtis šalyje ne tik suteikia kvalifikuotos darbo jėgos, bet ir didina vartotojų potencialą., taigi tam tikros šalies demografinis pranašumas yra vienas iš pagrindinių veiksnių, skatinančių verslininkus investuoti ir gauti ilgalaikį pelną.

Darbo našumas yra konkurencingumą veikiantis veiksnys, pagal kurį matuojamas vidutinis vieno asmens ir dirbtos valandos našumas (arba BVP santykis su darbo sąnaudomis). Jei kiti eksporto konkurencingumą ir plėtrą sąlygojantys veiksniai, tokie, kaip darbo sąnaudos, yra pastovūs, tai didesnis darbo našumas reiškia, kad norimą produkcijos kiekį galima pagaminti per trumpesnę laiką arba, kad per tam tikrą laiką buvo sukurta daugiau produkcijos, kuri didina įmonės, pramonės ar šalies konkurencingumą (Europos Komisija, 2017). Darbo našumas priklauso nuo fizinio kapitalo, žmogiškojo kapitalo ir technologijų. Paprastai jis apibūdinamas kaip produkcijos apimties ir darbo sąnaudų dydžio santykis (Remeikienė et al., 2019). Administraciniai duomenys iš statistikos sistemų ar Vyriausybės subjektų, gali pateikti įprastų darbo valandų statistiką, tenkančią didžiajai daliai gyventojų.

Europos Komisija (2017) išskiria, kad darbo našumą labai veikia kapitalo intensyvumas. Pramonėse, kuriose yra didelis kapitalo intensyvumas, darbo našumas paprastai būna didelis, tuo tarpu pramonės šakose, kuriose yra mažesnis kapitalo intensyvumas, darbo našumas yra gana žemas (Europos Komisija, 2017). Galima teigti, kad aiškinant šalių ar pramonės šakų darbo našumą, reikia atsižvelgti

į kapitalo intensyvumą, kuris yra gamybos efektyvumo rodiklis, todėl darbo našumas gali teigiamai veikti eksporto plėtrą.

Apibrėžus darbo našumą, kaip eksporto konkurencingumo veiksnį, galima teigti, kad našumą tiesiogiai veikia darbo sąnaudos, arba kitaip darbo sąnaudos produkcijos vienetui, kur atspindinti vieno pagaminto produkcijos vieneto atlyginimų, kuriuos įmonės moka dirbantiems, pokyčius (Verslo žinios, n.d.). Anot autorių Ark, Stuinwold ir Ypma (2005) šalys, kuriose darbo užmokestis sąlyginai aukštas, yra susirūpinusios dėl savo aukšto darbo sąnaudų lygio gaminant tam tikras prekes ir paslaugas, lyginti su šalimis, kuriose atlyginimai žemi, ypač dėl to, kad tokias mažesnes darbo sąnaudas lemia: mažesni mokesčiai; mažesnės socialinio draudimo įmokos; mažesnės aukštos kvalifikacijos darbo jėga; mažesnės išlaidos moksliniams tyrimams ir plėtrai; mažesnės išlaidos inovacijoms. Kita vertus, mažą atlyginimą gaunančios šalys dažnai skundžiasi protekcionistinėmis tarifų ir netarifinėmis priemonėmis, taikomomis aukšto atlyginimo šalyse, kurios kliudo eksportuoti prekes ir paslaugas (Ark et al., 2005). Tokios protekcionizmo priemonės ne tik daro tiesioginį poveikį eksportui, bet ir riboja technologijų perdavimą į besivystančias šalis ribodamos importą. Taigi galima teigti, kad darbo sąnaudos produkcijos vienetui atspindi išlaidų konkurencingumą. Šalys, kurių darbo sąnaudų lygis, palyginti su kitomis šalimis, yra žemas, gali būti laikomos konkurencingomis, o darbo sąnaudų žemas lygis didina darbo našumą.

Apibendrinant galima teigti, kad vidiniai veiksniai apibūdinami, kaip nepakankami įmonės ištekliai, dėl su eksportu susijusios rinkodaros veiklos, investicijų, inovacijų, technologijų ar žmogiškųjų išteklių. Mokslinėje literatūroje vidiniai veiksniai apibrėžiami, kaip: rinkodaros žinių ir informacijos veiksniai; finansiniai veiksniai; žmogiškųjų išteklių veiksniai; techniniai / pritaikymo veiksniai. Išanalizuota, kad didesnės investicijos į bendrąjį pagrindinį kapitalą, skatina modernesnius gamybos metodus bei tikimasi pasiekti eksporto konkurencingumą tarptautinėse rinkose. Vieni svarbiausių ir mokslinėje literatūroje plačiai analizuoti su eksporto konkurencingumu susiję žmogiškųjų išteklių veiksniai bei išskiriami rodiklių analizėje – darbo našumas ir darbo sąnaudos. Darbo našumas vertinamas pagal, vidutinį vieno asmens ir dirbtos valandos našumą, kurį veikia kapitalo intensyvumas, todėl, tai gali teigiamai veikti eksporto plėtrą. Nustatyta, jog darbo našumą tiesiogiai veikia darbo sąnaudos, kurios atspindi išlaidų konkurencingumą.

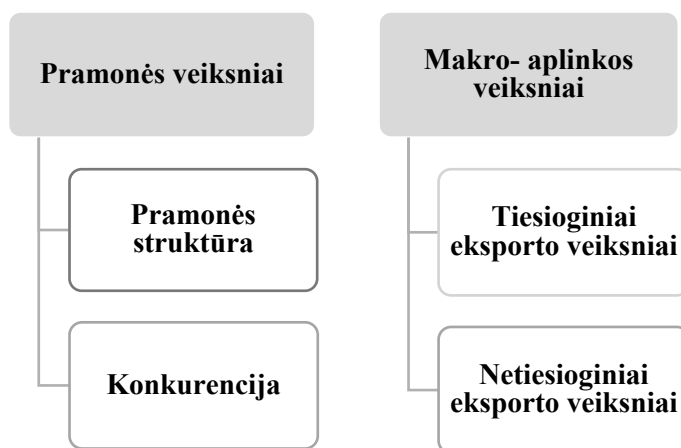
2.4. Išoriniai eksporto konkurencingumo ir eksporto plėtros veiksniai

Konkurencingumą lemia ne tik vidiniai, bet ir išoriniai veiksniai. Tarp daugelio išorinių veiksnių, tokių kaip: institucinės ir reguliavimo sistemos, infrastruktūros aprūpinimas, švietimas, pinigai (infliacija, valiutų kursai) ir rinkos veiksniai (Europos Komisija, 2017).

Svarbus makroekonominis veiksnys – infliacijos lygis, kuris laikomas potencialiu konkurencingumo veiksniumi. Infliacijos poveikį konkurencingumui galima nagrinėti dviem aspektais: a) jeigu yra fiksuojama infliacija, tai gali būti identifikuota, kaip padidėjusios verslo galimybės, nes aukštesnis produktų ir paslaugų kainų lygis gali sukelti didesnius verslininkų lūkesčius dėl verslo uždario, verslo plėtros ir konkurencingumo palaikymo; b) infliacijos gali turėti neigiamos įtakos, nes išauga sąnaudos pradedant verslą ir išauga visos išlaidos rinkoje, kurios susijusios su perkamosios galios ir darbo užmokesčio mažėjimu (Rusu, Roman, 2018). Taigi santykis tarp infliacijos ir konkurencingumo gali būti neigiamas arba teigiamas.

Nemaža dalis eksporto problemų kyla dėl išorinės aplinkos. Išorinių veiksnių problemų pobūdis paprastai būna labai įvairus (žr. 10 pav.): išskirtinės užsienio klientų lengvatos, nežinoma verslo

protokolų ir procedūrų praktika, Vyriausybių įvestos tarifinės kliūtys ir normatyvinė importo kontrolė, konkurencija, valiutų kursų svyravimai ir ribota tarptautinės prekybos valiuta (Tesfom, Lutz, 2006). Taigi šiame poskyryje bus analizuojamos išorinės eksportą veikiančios kliūtys, kurios gali būti klasifikuojamos, kaip pramonės ir makro- aplinkos veiksniai.



10 pav. Išoriniai eksportą veikiantys veiksniai (sudaryta pagal Tesfom and Lutz (2006))

Su pramone susiję veiksniai eksporto veiklos intensyvumas ir eksporto rinkodaros strategijų pobūdis įvairiose pramonės šakose labai skiriasi. Svarbu pažymėti, kad tai daugiausia lemia skirtingas pramonės šakų pobūdis (Porter, 1985). Pramonės struktūra yra vienas iš svarbiausių įmonės strategijos veiksnių vidinės rinkos kontekste (Tesfom, Lutz, 2006).

Pramonės struktūra. Įmonės dydis yra labai susijęs su įmonių eksporto veikla ir susidomėjimu eksportu (Bodur, 1986). Kuo didesnė įmonė, tuo didesnis pranašumas prieš mažesnes organizacijas ir tai dažniausiai turi teigiamą poveikį eksporto veiklai. Porter'is (1980) paminėjo, kad didesnės įmonės turi daugiau laisvų valdymo ir finansinių išteklių, taip pat gamybos pajėgumų, todėl jos gali nukreipti didesnes pastangas į eksportą nei mažesnės įmonės.

Konkurencija. Iš esmės konkurencija neturėtų būti laikoma kliūtimi, jei rinkoje nėra konkurentų informacijos asimetrijos (Tesfom, Lutz, 2006). Kainų konkurencija, agresyvūs konkurentai užsienio rinkoje (Katsikeas et al., 2000), konkurencingų kainų nebūvimas ir arši konkurencija eksporto rinkose yra nurodytos, kaip eksporto kliūtys (Tesfom, Lutz, 2006). Ypač yra pažeidžiamos mažos įmonės, kadangi jos turi ribotus finansinius ir žmogiškuosius išteklius, kurie trukdo surinkti reikiamą informaciją dėl eksporto galimybių. Rinkos ekonomikos sąlygomis įmonės konkuruoja tarpusavyje norėdamos laimėti vartotojus, o konkurencija skatina įmones veikti geriausiai, gaminti aukštos kokybės prekes ir paslaugas. Naujų įmonių įsitraukimas į rinką, suteikia būtiną paskatą prisitaikyti, o įmonės gebėjimas prisitaikyti yra jų efektyvumo arba, kitaip tariant, konkurencingumo matas (UNCTAD, 2005). Galima teigti, kad konkurencija ir konkurencingas spaudimas yra svarbus išorinis konkurencingumo veiksnys.

Makro- aplinkos veiksniai yra nuo įmonės nepriklausantys veiksniai, tokie kaip tinkamų prekybos institucijų trūkumas, nepalankūs valiutų kursai, nacionalinės eksportą skatinančios politikos nebūvimas ir tarptautiniai susitarimai. Apžvelgtoje mokslinėje literatūroje nurodytos problemos yra klasifikuojamos, kaip tiesioginės ir netiesioginės eksporto kliūtys.

Tiesioginiai eksportą veikiantys veiksniai. Vyriausybės ir tarpininkaujančios institucijos gali formuoti tiesiogines eksporto kliūtis. Vyriausybės nuostatos gali būti susijusios su tarifinėmis ir

netarifinėmis kliūtėmis. Literatūros apžvalgoje šalies Vyriausybės eksporto reglamentavimas, nepakankama diplomatinė parama ir protekcionistinės kliūtys, transportavimo kainos, transporto paslaugos ir infrastruktūra gali būti išskirtos, kaip eksporto problemos (Tesfom, Lutz, 2006). Vyriausybė vaidina svarbų vaidmenį kuriant reikalingą infrastruktūrą palengvinant eksportą šaliai. Infrastruktūros problemos vis dar yra paplitusios net ir gana gerai išsivysčiusiose eksportuojančiose šalyse. Tinkamai suprojektuotas ir pagamintas produktas neužims eksporto rinkų, jei jo nebus galima saugiai, tiksliai ir patikimai transportuoti ir pristatyti į importo rinkas (Haque, Bell, Dahlman, Lall and Pavitt 1995).

Netiesioginiai eksporto veiksniai. Netiesioginės eksporto kliūtys kyla iš šalies makroekonominės politikos ir tarptautinių prekybos susitarimų. Analizuojant tiek makroekonominius, tiek įmonės lygmens klausimus Tesfom'as ir Lutz'as (2006) nustatė, kad užsienio valiutos kurso politika yra pagrindinis veiksnys, lemiantis pramonės tarptautinį konkurencingumą. Kitas svarbus veiksnys yra susijęs su tarptautinėmis prekybos sutartimis. Prekybos susitarimai įvairių šalių įmonėms gali atverti rinkas.

Autoriai Sousa et al. (2008) išskyrė šiuos išorinius veiksnius veikiančius eksporto konkurencingumą ir plėtrą:

- Užsienio rinkos ypatybės;
- Vidaus rinkos ypatybės.

Užsienio rinkos kelia grėsmę ir sukuria galimybes įmonėms, kurios, kaip teigiama, daro didelę įtaką eksporto rezultatams (Sousa et al., 2008). Užsienio rinkos ypatybės, tokios, kaip kultūrinis panašumas, Vyriausybių nuostatai, rinkos konkurencingumas, vietinio verslo konvencijos ir kt., daro įtaką eksporto rezultatams (Styles, Ambler, 1994). Užsienio rinkos veiksniai, vadinasi Vyriausybės intervencijos į rinką mastu, kuris gali turėti įtakos įmonės veiklai. Užsienio šalių Vyriausybės gali įvesti valiutų keitimo kontrolę, kuri gali turėti didelės įtakos reinvestavimo, finansavimo ir repatriacijos sprendimams (Sousa et al., 2008). Apskritai galima daryti išvadą, jog užsienio šalies politinė ir teisinė aplinka vaidina svarbų vaidmenį eksporto ir įmonės veiklose.

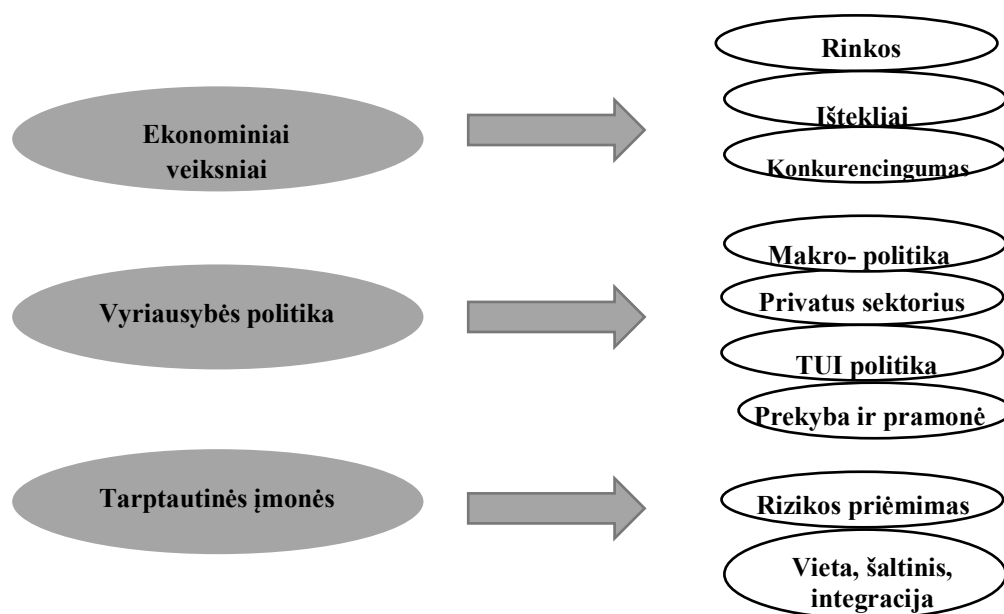
Apžvelgtuose tyrimuose, taip pat dažnai minimas kultūrinis panašumas, kaip svarbus eksporto plėtros veiksnys ir yra teigiamai susijęs su eksporto rezultatais (Sousa et al., 2008). Pagrindinė šios teorijos prielaida yra ta, kad įmonėms labiau tikėtina, kad pavyks panašiose rinkose.

Kaip ir buvo išskirtas autorių Tesfom'o ir Lutz'o (2006) išorės veiksnys – konkurencija, tai patvirtino ir kitų tyrėjų teorija: kartu su kultūriniais ir teisiniais / politiniais veiksniais rinkos konkurencingumas, taip pat buvo nurodytas, kaip svarbus eksporto rezultatus lemiantis veiksnys (Sousa et al., 2008). Rinkų struktūros, kuriose veikia įmonė taip pat turi itin svarbią reikšmę, kadangi rinkos struktūra formuoja konkurencingumą, o dinamiškoje perspektyvoje, įmonių / pramonės konkurenciniai rezultatai gali pakeisti rinkos struktūrą. Atrodo, tai atitinka požiūrį, kad struktūrinės jėgos, lemiančios konkurencijos intensyvumą rinkoje, daro stiprų poveikį įmonės rezultatams (Porter, 1998). Mažiau konkurencingos rinkos dažniausiai siejamos su mažiau išsivysčiusiomis šalimis, kurioms, dėl ekonominio nestabilumo, yra sunkiau pasiekti eksporto sėkmę (Austin, 1990). Įmonės geriau dirba konkurencingesnėje aplinkoje, kadangi nekonkurencingoje rinkoje įmonės linkusios pernelyg atsipalaiduoti, nes verslo plėtros vykdymas yra paprastesnis.

Eksporto rezultatams teigiamą įtaką daro ne priešiška aplinka ir rinkos, kurios yra ekonomiškai panašios (Balabanis, Katsikea, 2003). Be to, prieinamumas prie platinimo kanalų, klientų pažinimo laipsnis ir poveikis vartotojui taip pat turi teigiamą poveikį įmonės eksporto rezultatams (Sousa et al., 2008). Apibendrinant, prie užsienio rinkos ypatybių yra išskiriami išorės veiksniai: nepriešiška aplinka, kanalų prieinamumas ir ekonominiai vystymosi panašumai, kurie teigiamai veikia eksporto plėtrą.

Vidines rinkos ypatybes tyrę autoriai, nustatė du veiksnius teigiamai veikiančius eksporto konkurencingumą ir plėtrą: parama eksportui ir vidaus rinkos priešiškumas aplinkai. Vyriausybinių ir nevyriausybinių institucijų remiamos programos, skirtos padėti įmonių eksporto veiklai, teigiamai prisideda prie įmonių eksporto rezultatų (Sousa et al., 2008). Pagrindinis išorės paramos tikslas yra veikti kaip išorės šaltiniui, iš kurio įmonės įgyja žinių ir patirties (Austin, 1990). Pasinaudodamos šiais ištekliais, įmonės gali sukurti ar plėtoti esamus tarptautinius tinklus, taip pat rengti planus, susijusius su daug sudėtingesne užsienio aplinkos analize, taip norint sėkmingai įsitraukti į užsienio rinką.

Analizuojant išorinius eksporto konkurencingumą ir plėtrą veikiančius veiksnius, galima pabrėžti, kad konkurencingumo objektas – individualios įmonės, kurios reaguojanti į jas supančių gaminių ir rinkos veiksmų signalus, siekiant įgyti, įsisavinti ir pritaikyti technologijas, laikui bėgant jas tobulinti, gaminti ir parduoti savo gaminius (UNCTAD, 2000). Apibendrinus pateiktus rodiklius ir veiksnius galima išskirti dar vieną svarbų, pramonės eksporto konkurencingumo išorės makro- veiksnį – **tiesiogines užsienio investicijas** (toliau – TUI).



11 pav. Tiesiogines užsienio investicijas sąlygojantys veiksniai (sudaryta autorės pagal UNCTAD, 2000)

Pritraukiamos investicijos gali būti naudingos vietinėms įmonėms dėl turimo kapitalo, pasaulinių tinklų, naujų technologijų, vadybos ir verslumo įgūdžių bei padėti didinti gamybos pajėgumus ir vykdomos veiklos efektyvumą. TUI yra vienas iš pagrindinių globalizacijos elementų ir naujų technologijų skleidėjų, investicijos suteikia naudą finansinių, technologinių ir žmogiškųjų išteklių srityse, o pagrindinės – galimybė naudotis moderniausiomis technologijomis ir didelėmis užsienio rinkomis (UNCTAD, 2000). 11 paveiksle pateikti TUI sąlygojantys veiksniai.

Veiksniai lemiantys TUI susiję su ekonominiais, Vyriausybės politikos ir tarptautinių įmonių dedamosiomis. **Ekonominiai veiksniai sąlygojantys TUI:** rinkos (rinkos dydis, pajamų lygis, urbanizacija, augimo perspektyvos ir stabilumas, galimybė patekti į regionines rinkas, pasiskirstymas, išteklių (gamtiniai išteklių, šalies vieta), konkurencingumas (darbo jėga, kaina, įgūdžiai, mokomumas, vadybiniai / techniniai įgūdžiai, fizinė infrastruktūra, tiekėjų bazė, technologinis palaikymas, finansinės rinkos). **Vyriausybės politikos veiksniai sąlygojanti TUI:** makro- politika (esminių makro- kintamųjų valdymas, piniginių perlaidų palengvinimas, galimybė naudotis užsienio valiuta); privatus sektorius (privačios nuosavybės skatinimas, aiški ir stabili politika, lengva įėjimo / išėjimo politika, veiksmingos finansų rinkos, kita parama); TUI politika (paprastas įėjimas, nuosavybė, paskatos, galimybė naudotis žiniomis, skaidri ir stabili politika); prekyba ir pramonė (prekybos strategija, regioninė integracija ir patekimas į rinkas, nuosavybės kontrolė, konkurencijos politika, technologijų importas). **Tarptautinių įmonių veiksniai sąlygojantys TUI:** rizikos priėmimas (šalies rizikos suvokimas, pagrįstas politiniais veiksniais, makro- valdymu, darbo rinkomis, politikos stabilumu); vieta, šaltinis ir integracija (tarptautinės įmonės strategijos dėl vietos, produktų / sąnaudų įsigijimo, dukterinių bendrovių integracijos, strateginių aljansų, mokymų, technologijų perdavimo). TUI sudaro materialias ir nematerialias investicijas apimančią kapitalą, technologijas, praktinę patirtį, įgūdžius, organizacinę ir valdymo praktiką, patekimą į rinkas, konkurencinį spaudimą ir aplinkai nekenksmingas technologijas (Caves, 1996). Išskirti TUI sąlygojantys veiksniai tik įrodo investicijų svarbą ir, kad investicijų iš užsienio pritraukimą sąlygoja daugelis dedamųjų.

Palengvindamos finansinį suvaržymą, pritraukiamos TUI suteikia galimybę investicijas gaunančioms šalims pasiekti didesnius augimo tempus, kuriuos paprastai lemia spartesnis bendrojo pagrindinio kapitalo formavimas. Gaunamos TUI, yra kaip oficiali pagalba vystymuisi, todėl negali būti pagrindiniu šaltiniu finansinėms problemoms spręsti. Nors TUI gali svariai prisidėti prie žmogiškojo kapitalo formavimo, moderniausių technologijų perdavimo, įmonių restruktūrizavimo ir padidėjusio konkurencijos, o priimančiosios investicijas šalies valdžios institucijos turi stengtis, kelti švietimo lygį, investuoti į infrastruktūrą ir gerinti vidaus verslo sektoriaus valdymą (*Organisation for Economic Co-operation and Development*, 2002). Augant šalių ekonomikai TUI prisideda prie tolesnės jų integracijos į pasaulio ekonomiką, sukurdamos ir didindamos užsienio prekybos srautus.

Kaip buvo minėta anksčiau, eksporto konkurencingumą veikia kliūtys, kurios dažniausiai susijusios su nepakankamais įmonės išteklių, tarp kurių įeina technologijų ir inovacijų reikšmė. Mokslinėje literatūroje yra plačiai pripažinta, kad moksliniai tyrimai ir eksperimentinė plėtra (MTEP) vaidina svarbų vaidmenį ne tik palaikant įmonės verslą, bet ir spartinant ekonomikos augimą bei konkurencingumą (Pilinkienė, 2015; Frantzen, 2011; Europos Komisija, 2017). Inovacijos gali turėti didelę įtaką įmonėms, nes investicijos į MTEP yra laikoma viena iš pasaulio ekonomikos augimo sąlygų ir prisideda prie produktyvumo, darbo užmokesčio augimo, naujų darbo vietų kūrimo ir tarptautinio konkurencingumo stiprinimo (Pilinkienės, 2015). Negalima teigti, kad MTEP veikla yra tiesiogiai susijusi su konkurencingumu rinkoje, tačiau investuojant į mokslinius tyrimus ir plėtrą diegiamos naujos žinios, kurias galima pritaikyti naujos produkcijos gamyboje, procesų ar verslo modelių tobulinime, o, tai ir suteikia konkurencinių pranašumą (Europos Komisija, 2017). Apibendrinant, moksliniai tyrimai ir eksperimentinė plėtra, prisideda diegiant naujoves ir naujus produktus, sistemas ir paslaugas.

Frantzen'as (2011) išskyrė, kad reikia laiko, jog MTEP indėlis taptų ekonomiškai efektyvus ir darytų įtaką ekonomikos augimui, taip pat investicijos į mokslinius tyrimus ir plėtrą skatina naujoves ir dėl

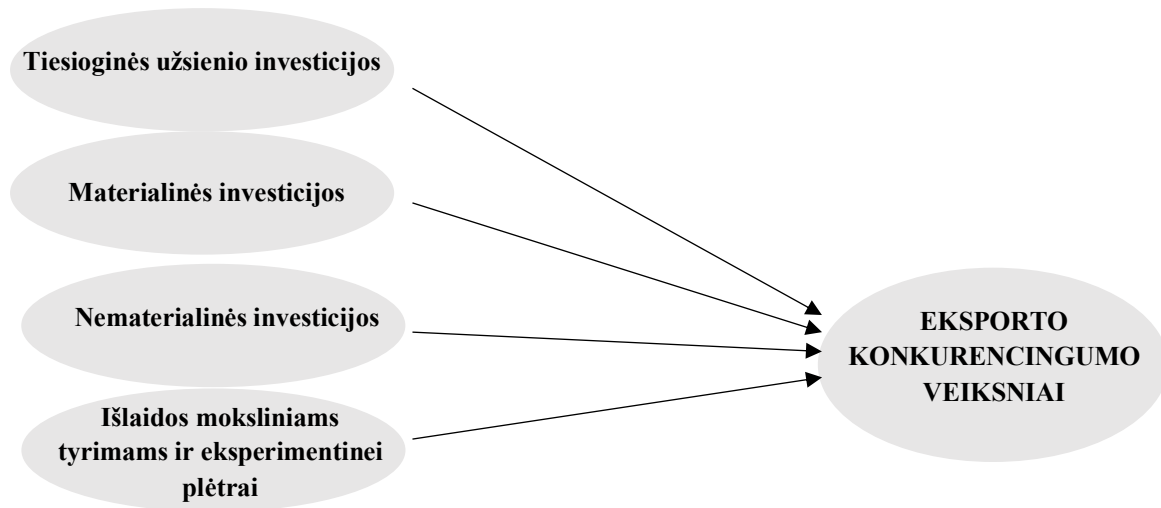
to gali didėti pardavimai. Taigi investicijos į MTEP daro teigiamą poveikį efektyvumo didėjimui, o tokių investicijų grąža, yra lygi, arba šiek tiek didesnė, palyginti su tradicinių investicijų į materialųjį turtą, grąža (Pilinkienė, 2015). Taigi investavimas į mokslinius tyrimus ir plėtrą, didina įmonės ar pramonės efektyvumą tiek nacionaliniu, tiek tarptautiniu lygiu. Pagrindinis MTEP, kaip su inovacijomis susijusio konkurencingumo veiksnio, trūkumas yra jo įvesties pobūdis, MTEP yra veikla, paprastai orientuota į naujoves, tačiau tai nėra naujovių atsiradimo rodiklis (Europos Komisija, 2017). Taigi moksliniai tyrimai ir plėtra yra technologinės žinios, kurios gali būti panaudotos kuriant ir diegiant naujoves.

Apibendrinant, išoriniai eksporto konkurencingumą ir eksporto plėtrą veikiantys veiksniai yra: institucinės sistemos; infrastruktūra; švietimas; pinigai, t. y. infliacija ir valiutų kursai; rinkos veiksniai. Infliacija, kaip išorinis veiksnys, gali būti neigiamas arba teigiamas, gali neigiamai atsispindėti išaugusiose sąnaudose, arba teigiamai, kaip padidėjusi galimybė. Eksporto konkurencingumo veiksnius autoriai išskyrė į užsienio rinkos ypatybes, kur svarbus kultūrinis panašumas, veikia Vyriausybės nuostatai, rinkos konkurencingumas bei kt. veiksniai ir vidaus rinkos ypatybes, kur teigiamai veikia konkurencingumą – parama eksportui ir vidaus rinkos priešiškus aplinkai. Tiesioginės užsienio investicijos padeda pasiekti didesnius augimo tempus, prisidėti prie žmogiškojo kapitalo formavimo, modernių technologijų perdavimo, įmonių restruktūrizavimo ir padidėjusio konkurencijos. Moksliniai tyrimai ir eksperimentinė plėtra yra laikomi ekonomikos augimo sąlygomis bei skatina produktyvumą, darbo užmokesčio augimą, naujų darbo vietų kūrimą ir tarptautinio konkurencingumo stiprinimą.

3. Lietuvos baldų pramonės eksporto konkurencingumą sąlygojančių veiksnių tyrimo metodologija

Pirmoje magistro baigiamojo darbo dalyje išanalizuota Lietuvos baldų pramonės situacija, išskirta statistika, dėl baldų pramonės produkcijos kiekių ir gamybos augimo tempų. Lietuvos baldų pramonę lyginant su visa apdirbamąja pramone, nustatyta, kad tiek produkcijos apimtimis, tiek eksportu, ši pramonės šaka yra iš tie konkurencinga. Analizuotas įmonių skaičiaus augimas bei žmogiškieji išteklių, nustatyta, jog 2017 m. duomenimis 2,8 % visų dirbančiųjų Lietuvoje dirbo, būtent baldų pramonėje. Taip pat analizuoti kitų tyrėjų moksliniai darbai, baldų pramonės eksporto konkurencingumo tema, paaiškėjo, kad šios pramonės eksporto konkurencingumo vertinimas nepasižymi tyrimų gausa, o jau atliktiems tyrimams būdinga rodiklių ir išskirtų veiksnių įvairovė. Analizuojant mokslinių darbų rezultatus buvo išskirta, kad baldų pramonės konkurencingumo potencialas yra išnaudojamas nepakankamai ir, kad yra svarbu plačiau analizuoti konkurencingumo veiksnius. Ištyrus baldų pramonės eksporto konkurencingumo pokyčius ir atskleidus problematiką antroje dalyje analizuota mokslinė literatūra. Teorinėje dalyje išskirti vertinimo rodikliai ir eksporto konkurencingumo ir eksporto plėtros vidiniai bei išoriniai veiksniai, kuriais bus grindžiama veiksnių tyrimo metodika bei analizuojami labiausiai baldų pramonės eksporto konkurencingumą sąlygojantys veiksniai.

Tyrimo modelis. Teorinėje baigiamojo darbo dalyje išanalizavus įvairių mokslininkų išskirtus konkurencingumą lemiančius veiksnius, kurie daro įtaką eksporto rezultatams, buvo sudarytas modelis, pagal kurį bus tiriami, vieni pagrindiniai, eksporto konkurencingumą ir plėtrą veikiantys veiksniai (žr. 12 pav.).



12 pav. Pagrindiniai išoriniai ir vidiniai veiksniai darantys įtaką eksporto konkurencingumui (sudaryta pagal Remeikienė et al., (2019); Ark et al., (2005); Kordalska, Olczyk, (2014); Pilinkienė, (2015); Frantzen, (2011))

Lietuvos baldų pramonės eksporto konkurencingumo veiksnių vertinimo metodai.

Tyrimo analizuojami duomenys surinkti iš Lietuvos statistikos departamento portalo ir *International Trade Center* statistikos portalo, o pasirinktas tiriamasis laikotarpis – 2014–2018 m. Lietuvos baldų pramonės tyrimo, dėl eksporto konkurencingumo veiksnių, buvo taikoma lyginamoji statistinių duomenų analizė ir duomenų grupavimas. Grupuojuojant duomenis pateikiami paveikslai iliustruojantys grafinį duomenų pasiskirstymą ir sugrupuoti duomenys vaizduojami histogramose. Tyrimo analizuojamas RCA indeksas bei atliekama koreliacinė ir regresinė analizė, o koreliacijos ir regresijos

rezultatų reikšmingumas bus tikrinamas sudarytų hipotezių, Stjudento ir Fišerio kriterijų vertinimu. Ketvirtajame skyriuje siekiant atskleisti eksporto konkurencingumą sąlygojančių veiksnių įtaką, bus apžvelgiama Lietuvos baldų pramonės gamybos apimtys, taip pat analizuojami statistiniai rodikliai susiję su baldų pramonės eksportu.

Lietuvos baldų pramonės eksporto dalis visoje pasaulinėje prekyboje išreiškiama taikant RCA indekso apskaičiavimą. Apskaičiavus RCA indeksą bus vertinamas santykinis baldų pramonės eksporto pranašumas pasauliniu mastu. RCA indeksas apskaičiuojamas (5) formule:

$$RCA_i^A = \left(\frac{x_i^A}{X^A}\right) / \left(\frac{x_i^W}{X^W}\right); \quad (5)$$

čia x_i^A – šalies A eksportas produkto i; X^A – bendras A šalies eksportas; x_i^W – pasaulio produkto i eksportas; X^W – bendras pasaulio eksportas.

Išanalizavus Lietuvos baldų pramonės konkurencingumą atskleidžiantį RCA indeksą, tyrime bus taikoma koreliacinė ir regresinė analizė siekiant įvertinti ryšį tarp dviejų kintamųjų, t. y. Lietuvos baldų pramonės produkcijos eksporto apimčių ir tarp išskirtų išorinių bei vidinių veiksnių.

Koreliacinė analizė. Anot Stundžienės (2018), visi ekonominiai reiškiniai tarpusavyje glaudžiai siejasi ir siekiant nustatyti reiškinų vystymosi dėsningumus, jie yra nagrinėjami kartu. Šiame tyrime siekiant nustatyti kintamojo – Lietuvos baldų pramonės eksporto veiklos rezultatus ir kito kintamojo – vidinių ir išorinių veiksnių tarpusavio ryšius, tyrime taikomas koreliacinės analizės metodas. Taigi koreliacijos koeficientas naudojamas statistikoje, norint įvertinti, koks stiprus ryšys yra tarp dviejų kintamųjų. Šiame baigiamojo darbo tyrime taikytas Pirsono koreliacijos (angl. *Pearson*) koeficiento skaičiavimas, kuris paprastai naudojamas tiesinėje regresijoje, kai kintamieji pasiskirstę pagal normalųjį dėsnį (Kasiulevičius, Denapienė, 2008). Pirsono koreliacijos koeficiento, kur yra įvertinamas tiesinio ryšio stiprumas, apskaičiuojamas (6) formule (Stundžienė, 2018):

$$\rho = r = \frac{\sum(x-\bar{x})(y-\bar{y})}{\sqrt{\sum(x-\bar{x})^2 \sum(y-\bar{y})^2}}; \quad (6)$$

čia y – priklausomas kintamasis (imties vidurkis); x – nepriklausomas kintamasis (imties vidurkis).

Šiame tyrime koreliacijos koeficientas bus apskaičiuojamas naudojantis MS Excel paketu ir funkcija CORREL. Stundžienės (2018) teigimu, koreliacijos koeficientas kinta nuo –1 iki +1, jeigu koeficiento reikšmė teigiama, tai ryšys tarp nagrinėjamų kintamųjų yra tiesioginis, jeigu koeficientas neigiamas, tada kintamųjų ryšys yra atvirkštinis (Stundžienė, 2018). Kuo koreliacijos koeficientas artimesnis ± 1 – ryšiai yra stipresni, o jeigu koreliacijos koeficientas artėja prie 0 – ryšiai silpnesni, detalesnis vertinimas pateiktas 7 lentelėje.

7 lentelė. Koreliacijos koeficiento reikšmių vertinimas

r reikšmė	0,00–0,19	0,20–0,39	0,40–0,69	0,70–0,89	0,90–1,00
Vertinimas	Labai silpnas tarpusavio ryšys	Silpnas ryšys	Vidutinis ryšys	Stiprus ryšys	Labai stiprus tarpusavio ryšys

Anot Balabonienės, Bliekienės ir Stundžienės (2013) žinant koreliacijos reikšmes galima patikrinti jų reikšmingumą sudarant hipotezes bei vertinant Stjudento kriterijų. Koeficientų reikšmingumui tikrinti suformuluojamos statistinės hipotezės (Balabonienės, Bliekienės ir Stundžienės, 2013):

$$\begin{cases} H_0 - \text{jeigu } \hat{y} \text{ vertis yra } = 0, \text{ koeficientas yra nereikšmingas} \\ H_1 - \text{jeigu } \hat{y} \text{ vertis yra } \neq 0, \text{ koeficientas yra reikšmingas} \end{cases}$$

Galima teigti, kad jeigu \hat{y} vertis yra lygus 0 ir atitinka suformuotą hipotezę H_0 , tai nepriklausomas kintamasis x neturi įtakos priklausomojo y kitimui. Toliau siekiant įvertinti koeficientų reikšmingumą yra vertinamas Stjudento kritinė reikšmė. Dažniausiai kritinė Stjudento reikšmė yra pasirenkamas pagal matematinę Stjudento skirstinio kritinių reikšmių lentelę, taip pat galima kritinę reikšmę apskaičiuoti programinio paketo MS Excel pateikta funkcija TINV (Balabonienės et al., 2013). Šiame tyrime Stjudento skirstinio kritinės reikšmės reikšmingumo lygmuo (tikimybė) α nustatytas pagal dažniausiai statistiniuose tyrimuose taikomą reikšmę, t. y. $\alpha = 0,05$ (95 % tikimybė), taip pat pasirinkta laisvės laipsnio reikšmė $n - 2$, taigi tyrime Stjudento skirstinio kritinė reikšmė sutrumpintai žymima t_{kr} . Pagal pateiktas hipotezes t_{kr} reikšmė yra lyginama su statistine Stjudento kriterijaus reikšme. Statistinis Stjudento kriterijus yra plačiai taikomas ekonometrijoje, tikrinant statistinį reikšmingumą tarp lyginamų dviejų kintamųjų vidurkių ir yra vertinamas pagal (7) formulę (Kabašinskas, Šutienė ir Ragulskienė, 2015):

$$t_{st} = r \sqrt{\frac{n-2}{1-r^2}}; \quad (7)$$

čia t_{st} – statistinis Stjudento kriterijus; r – koreliacijos koeficientas; $n - 2$ – imties dydis.

Taigi, jeigu apskaičiuota t_{st} reikšmė bus didesnė už t_{kr} reikšmę, tai hipotezė – H_0 bus atmesta, o hipotezė – H_1 patvirtinta bei daroma išvada, kad kintamųjų ryšį apibrėžiantys koeficientai yra reikšmingi. Jeigu t_{st} reikšmė bus mažesnė už t_{kr} reikšmę, tai hipotezė – H_0 bus patvirtinta, o H_1 atmesta, taip įrodant, jog analizuojamų kintamųjų ryšio apskaičiuotas koeficientas yra nereikšmingas.

Regresinė analizė. Koreliacinę priklausomybę galima išreikšti analitiškai, pasirenkant matematinės funkcijos tipą – regresijos modelį (Stundžienė, 2018). Regresinė analizė apskaičiuoja statistinį ryšį ir padeda nustatyti, kurie veiksniai yra svarbiausi, o kuriuos veiksnius galima ignoruoti ir kaip šie veiksniai veikia vienas kitą. Regresijos paaiškinimui yra išskirtos dvi pagrindinės sąvokos: priklausomas kintamasis (y), tai yra pagrindinis veiksnys, kurį bandoma suprasti ar numatyti (šio tyrimo atveju baldų pramonės eksportas) ir nepriklausomi kintamieji (x), tai veiksniai, kurie, daro įtaką priklausomam kintamajam (šio tyrimo atveju vidiniai ir išoriniai veiksniai) (Kasiulevičius, Denapienė, 2008). Taigi regresinės analizės metodu bus įvertinami statistiškai reikšmingi ir nereikšmingi veiksniai. Regresijos koeficientas gali būti apskaičiuojama pagal (8) formulę:

$$Y = a_0 + a_1 \times X + \varepsilon; \quad (8)$$

čia Y – priklausomas kintamasis; a_0 ir a_1 – regresinės lygties koeficientai; X – nepriklausomas kintamasis; ε – paklaida.

Atliekant tyrimą ir analizuojant kiekvieną veiksnį bei taikant regresijos tyrimo modelį ieškant požymių, kurie nustato koreliacinį ryšį, bus nustatomi regresijos matematinės funkcijos modelis – tiesinis arba netiesinis. Tiesinio modelio, kuris taikomas, kai faktoriniam požymiui kintant vienodais intervalais, rezultatai grįstas požymis taip pat kinta proporcingai, taigi tiesinis modelis išreiškiamas formule:

$$y = a + b \times x; \quad (9)$$

čia a – regresijos koeficientas (y reikšmė, kai $x = 0$); b – laisvasis narys, kuris parodo, kaip kinta y , pakitus x .

Nustatyti regresijos koeficiento reikšmingumą bus taip pat taikomas hipotezių vertinimas. Anot Kabašinsko, Šutienės ir Ragulskienės (2015), regresijos modelio tikslumą įvertina determinacijos koeficientas, modelio tikslumą įrodo, kai determinacijos koeficiento reikšmė artima 1. Taigi, kada determinacijos koeficientas R^2 yra arčiau 1, tuomet regresijos lygties determinuotumas didėja. Determinacijos koeficientas apskaičiuojamas (10) formule:

$$R^2 = \frac{\sum(\hat{y}_i - \bar{y})^2}{\sum(y_i - \bar{y})^2}, \quad (10)$$

čia R^2 – regresijos lygties determinacijos koeficientas; \hat{y}_i – pagal sudarytą regresijos lygtį apskaičiuota priklausomojo reikšmė; \bar{y} – priklausomojo kintamojo vidurkio reikšmė; y_i – faktinė priklausomojo kintamojo reikšmė.

Determinacijos koeficiento reikšmingumas taip pat tikrinamas hipotezėmis:

$$\begin{cases} H_0 - \text{jeigu įvertis yra } = 0, R^2 \text{ yra nereikšmingas} \\ H_1 - \text{jeigu įvertis yra } \neq 0, R^2 \text{ yra reikšmingas} \end{cases}$$

Regresijos lygties determinacijos koeficiento reikšmingumas vertinamas Fišerio kriterijaus statistika ir yra apskaičiuojamas pagal pateiktą (11) formulę (Balabonienė et al., 2013):

$$F = \frac{\overline{R^2} \times (n-k)}{(1-\overline{R^2}) \times (k-1)}, \quad (11)$$

čia F – Fišerio kriterijus; R^2 – regresijos lygties determinacijos koeficientas; n – imtis, metais; k – regresijos kintamųjų skaičius

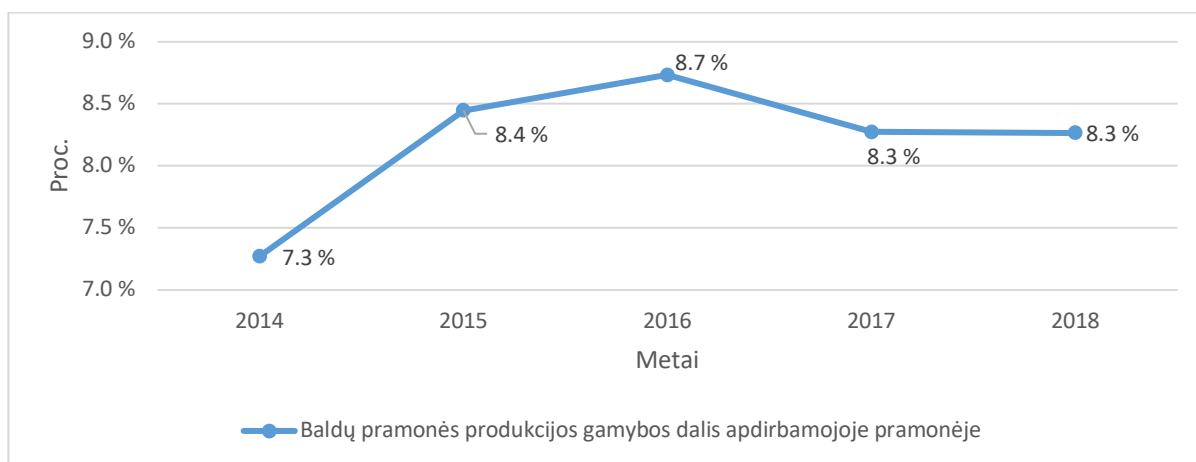
Taigi hipotezė H_1 patvirtinama, kai $F > F_{\alpha; (k-1); (n-k)}$, o H_0 hipotezė atmetama ir tai reiškia, kad regresijos lygties determinacijos koeficientas yra reikšmingas.

4. Lietuvos baldų pramonės eksporto konkurencingumo veiksnių vertinimas

Siekiant ištirti Lietuvos baldų pramonės eksporto konkurencingumą veikiančius veiksnius svarbu įvertinti pramonės esamą padėtį. Nustačius baldų pramonės gamybos ir eksporto situaciją Lietuvoje bei pasaulyje ir išanalizavus su eksporto konkurencingumu ir eksporto plėtra susijusią teorinę medžiagą, šiame skyriuje bus siekiama atskleisti eksporto konkurencingumą veikiančius veiksnius. Skyriuje analizuojama Lietuvos baldų pramonės gamybos apimtys ir plėtra, prekybos rodikliai, vidinių ir išorinių baldų pramonę veikiančių veiksnių analizė, eksporto konkurencingumo vertinimas RCA indeksu ir Porter „Deimanto“ modeliu.

4.1. Lietuvos baldų pramonės gamybos apimčių analizė

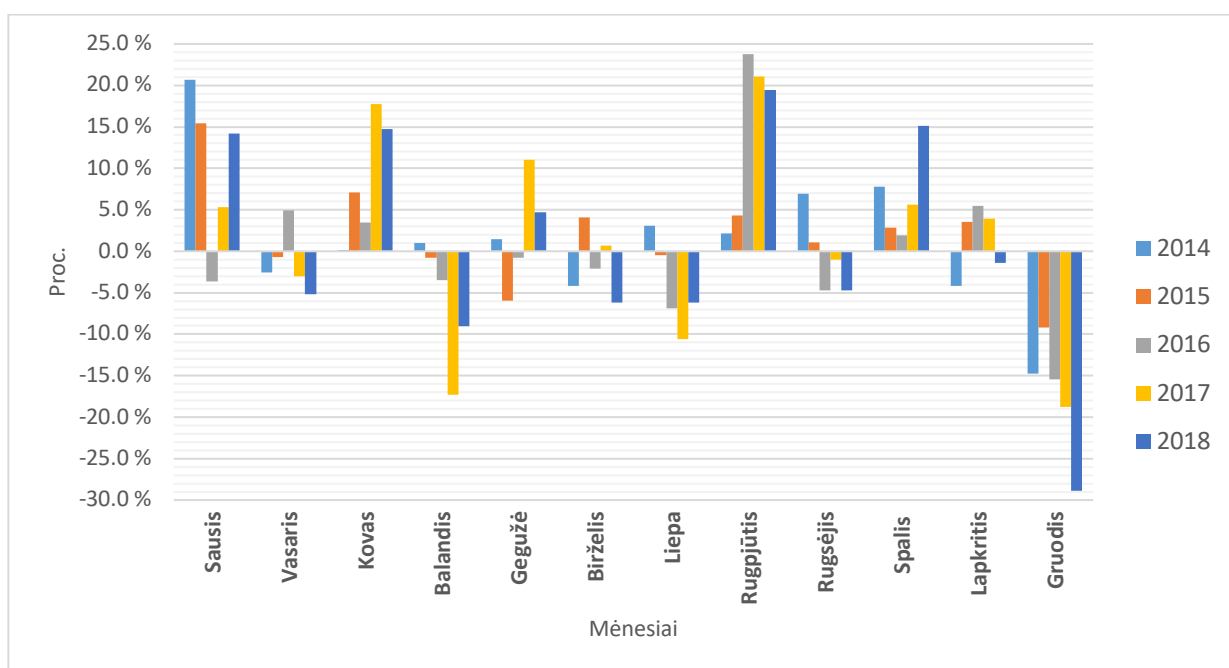
Analizuojant Lietuvos baldų pramonės eksporto konkurencingumą, yra svarbu vertinti ir statistinius duomenis, nes detalesnė analizė padeda atskleisti baldų pramonės gamybos kitimą ir įvertinti konkurencinius pranašumus. Lietuvos baldų pramonės produkcija, kaip buvo minėta pirmoje darbo dalyje, užima didelę dalį visos apdirbamosios pramonės produkcijoje. Yra akivaizdu, jog baldų pramonės teigiamai prisideda prie šalies ūkio sektoriaus plėtojimo. Analizuojant 2018 m. Statistikos departamento pateiktus duomenis, apdirbamosios pramonės produkcijos gamyboje didžiausią dalį sudaro kokso ir rafinuotų naftos produktų gamyba 23,2 %, maisto produktų ir tabako gamyba 16,2 %, chemikalų ir chemijos produktų gamyba 10,6 %. Baldų pramonės produkcijos gamybos dalis apdirbamojoje pramonėje sudarė 8,3 % (žr. 13 pav.).



13 pav. Lietuvos baldų pramonės produkcijos dalis visoje apdirbamojoje pramonėje 2014–2018 m., proc. (sudaryta autorės pagal Lietuvos statistikos departamento duomenis, 2019)

Kaip galima matyti 13 paveiksle, baldų pramonės produkcijos dalis, bendroje apdirbamosios pramonės produkcijoje augo iki 2016 m., o 2017–2018 m. išliko nepakitusi. Lietuvos baldų pramonės produkcijos gamybos apimčių kaita analizuojamu 2014–2018 m. laikotarpiu, kas mėnesį, buvo iš ties dinamiška (žr. 14 pav.), galima matyti, kad 2014 m. gamybos apimčių svyravimai nebuvo labai ryškūs. 2014 m. sausio mėnesį gamybos apimtys išaugo 20,7 % ir sudarė 101,74 tūkst. EUR, vasario mėnesį gamybos apimtys mažėjo 2,6 % ir iki rugpjūčio mėnesio augimas buvo nežymus. Rugsėjo mėnesį pramonės produkcija išaugo 6,9 %, o rugsėjį – 7,8 % ir sudarė 109,69 tūkst. EUR, lapkritį ir gruodį gamybos apimtys mažėjo, gruodį baldų produkcijos apimčių nuosmukis fiksuotas 14,8 %. 2015 m. sausį gamybos apimtys išaugo 15,4 % ir siekė 111,44 tūkst. EUR, o visą pirmąjį ketvirtį bei gegužės mėnesį apimčių augimas svyravo. Rugsėjį gamybos apimtys augo, rugsėjo mėnesį išaugo

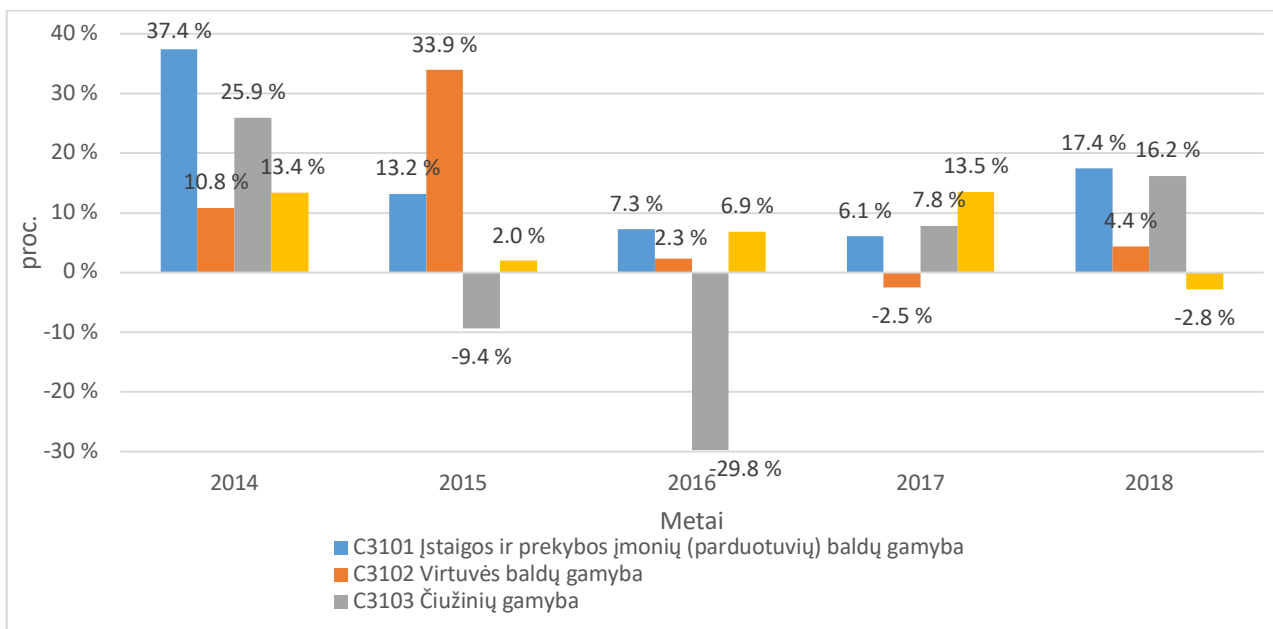
1,1 % ir sudarė 120,71 tūkst. EUR, taip apimtyms augo ir spalio bei lapkričio mėnesiai, tačiau gruodį augimas mažėjo 9,2 %.



14 pav. Lietuvos baldų pramonės produkcijos gamybos apimčių pokyčiai, 2014–2018 m. mėnesiai, proc. (sudaryta autorės pagal Lietuvos statistikos departamento duomenis, 2019)

2016 m. baldų pramonės gamybos augimas buvo nežymus, sausį gamybos apimtys sulėtėjo 3,6 %, o vasarį išaugo 5 %, kovo mėnesį taip pat fiksuotas augimas 3,4 %, kuris sudarė 122,12 tūkst. EUR. Nuo balandžio mėnesio gamybos apimčių augimas mažėjo, balandį 3,4 %, gegužės ir birželio mėnesiais, taip pat liepą gamybos apimtys mažėjo 6,9 % ir sudarė 106,65 tūkst. EUR, o rugpjūtį gamybos apimtys išaugo 23,8 %. Rugsėjį fiksuotas gamybos apimčių sumažėjimas 4,7 % bei sudarė 125,75 tūkst. EUR, o spalio ir lapkričio mėnesiais baldų pramonės produkcijos gamybos apimtys augo. Gruodžio mėnesį, kaip ir 2014–2015 m. gamybos apimčių pokyčiai buvo neigiami, fiksuotas 15,5 % nuosmukis ir sudarė 114,29 tūkst. EUR. 2017 m. gamybos apimčių pokyčiai svyravo įvairiai, sausio mėnesį didėjo 5,3 %, taip pat žymus augimas fiksuotas kovo mėnesį – 17,7 %, o balandžio mėnesį dvigubai smuko. Rugpjūčio mėnesį produkcijos gamyba išaugo 21 %, nuo rugsėjo apimčių augimas buvo vidutinis, tačiau gruodį smuko 18,8 % ir sudarė 121,30 tūkst. EUR. 2018 m. sausį gamybos apimtys augo 14,2 %, o vasarį fiksuotas mažėjimas, kovą taip pat augo 14,7 % ir sudarė 150,70 tūkst. EUR. Didelis gamybos apimčių augimas neužfiksuotas iki rugpjūčio mėnesio, o rugpjūtį išaugo 19,5 %, tačiau po mėnesio mažėjo 4,7 %. Spalį taip pat fiksuotas augimas 15,1 % ir sudarė 165,48 tūkst. EUR, tačiau lapkričio ir gruodžio mėnesiais gamybos apimtys mažėjo, lapkritį – 1,4 %, o gruodį 28,8 % ir sudarė 116,03 tūkst. EUR. Apibendrinant galima teigti, kad baldų pramonės produkcijos gamybos apimtys kas mėnesį, nepasizymi stabiliu augimu, yra būdingi svyravimai, o kai kuriais mėnesiai jie gan ryškūs, kaip, kad 2014–2018 m. gruodžio mėnesiais atsispindi gamybos apimčių mažėjimas. Analizuojant Lietuvos baldų pramonės produkcijos gamybos apimtis nustatyta, kad baldų produkcijos apimtys bendroje apdirbamojoje pramonėje išlieka sąlyginai nekintančios. Tiriant penkerių metų laikotarpio, kas mėnesinius rodiklius, nustatyta, jog pramonės gamybos apimtys iš ties svyruoja, tai šiek tiek gali veikti ir sezoniškumo veiksnys, produkcijos kainų pokyčiai ar rinkos paklausos sumažėjimas.

Analizuojant Lietuvos baldų pramonės produkcijos gamybos apimtis pagal atskirus produktus, galima teigti, kad didžioji dalis baldų produkcijos sudaro kitų baldų gamyba (C3109) (žr. 2 priedas), kur, pagal EVRK 2 red. šioje klasėje priskiriami įvairūs minkštieji baldai, kėdės, krėslai, miegamojo, svetainės baldai, taip pat baldų aptraukimas ir įvairi apdaila (Lietuvos statistikos departamentas, 2019).



15 pav. Lietuvos baldų pramonės produkcijos gamybos apimčių pokyčiai, 2014–2018 m. pagal produktų vertes, proc. (sudaryta autorės pagal Lietuvos statistikos departamento duomenis, 2019)

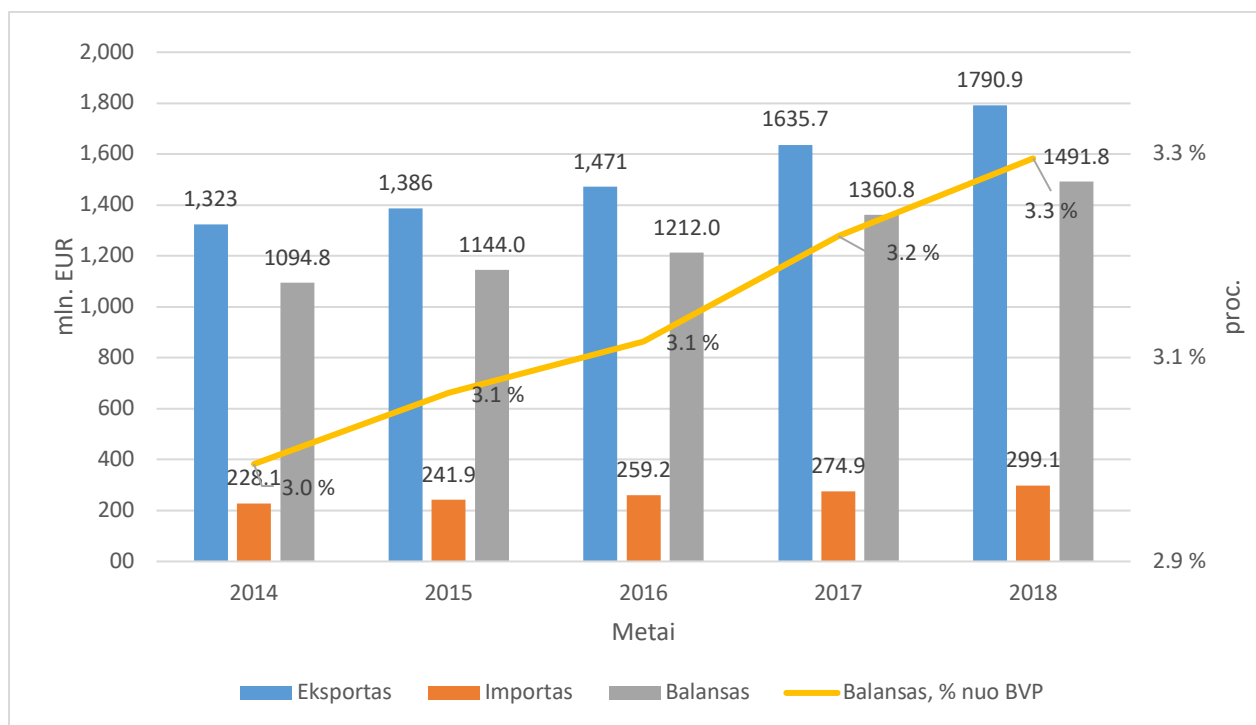
15 paveiksle galima matyti, kad įstaigos ir prekybos įmonių baldų gamyba pagal produkcijos vertę 2014 m. išaugo 37,4 %, o nuo 2015 m. iki 2017 m. gamybos apimčių augimas kasmet lėtėjo, tačiau 2018 m., lyginant su ankstesniais metais, išaugo 17,4 %. Virtuvės baldų gamybos apimčių augimas sudarė 2014 m. 10,8 %, o 2015 m. išaugo 33,9 %, tačiau 2016 m. gamybos apimčių augimas sudarė 2,3 %. Lyginant su ankstesniais metais 2017 m. virtuvės baldų gamyba sumažėjo 2,5 %. Čiužinių gamybos apimčių augimas pagal produkcijos vertę 2014–2018 m. laikotarpiu išties kito. 2014 m. čiužinių gamybos apimtys išaugo 25,9 %, tačiau 2015 m. smuko 9,4 %, taip pat ir 2016 m. gamybos apimtys smuko 29,8 %. 2017–2018 m. fiksuotas augimas. Didžiausią vertę baldų pramonės produkcijoje sudaranti kitų baldų gamybos klasė kasmet, lyginant produkcijos gamybos apimtis pagal vertę, kasmet augo išskyrus 2018 m. 2014 m. produkcija augo 13,4 %, 2015 m. augimas siekė 2 %, 2016 m. augo 13,5 %. 2018 m. kitų baldų gamybos klasės, kurioje didžiausią dalį sudaro sėdimieji baldai, gamybos apimtys mažėjo 2,8 %.

4.2. Lietuvos baldų pramonės eksporto rodiklių analizė

Užsienio prekybos rodikliai atspindi šalies prekių ar paslaugų kitose šalyse prekybą, o padidėjusios užsienio prekybos apimtys yra svarbus veiksnys daugelio šalių ekonominei gerovei. D daugiau nei pusė Lietuvoje pagamintos baldų pramonės produkcijos yra eksportuojama užsienio rinkoms.

Siekiant išanalizuoti šalies padėtį susijusią su užsienio prekyba yra būtina vertinti prekybos balansą, kuris yra skirtumas tarp šalies pagamintų prekių eksporto ir importo. Kaip buvo minėta teorinėje darbo dalyje grynasis prekybos balanso indėlis į bendrąją paklausą, yra tiesiogiai susijęs su pramonės ar šalies konkurencingumu.

Lietuvos baldų pramonės prekybos balansas analizuojamu laikotarpiu buvo perteklinis, t. y. teigiamas ir, tai paaiškina, kad Lietuvos baldų pramonės produkcija yra konkurencingas užsienio rinkose (žr. 16 pav.).



16 pav. Lietuvos baldų pramonės eksporto ir importo apimčių dinamika 2014–2018 m. (sudaryta autorės pagal Lietuvos statistikos departamento duomenis, 2019)

Galima teigti, kad tiek eksportas, tiek importas analizuojamu 2014–2018 m. laikotarpiu augo, o balansas visus metus išliko teigiamas. Auganti vidinė šalies paklausa atsispindi baldų produkcijos importo augime, tai paaiškina eksportuojamos baldų produkcijos augimo tempo sulėtėjimą nuo 2017 m. iki 2018 m., tačiau eksportas vis dėl to augo, augimo lėtėjimas gali būti siejamas, su 2018 m. antru pusmečiu, kada pasaulio pramonės produkcijos ir eksporto augimas sulėtėjo (Lietuvos Bankas, 2019) ir su minkštųjų – sėdimųjų baldų produkcijos apimčių vertės mažėjimu. Kaip galima matyti 16 paveiksle, prekybos balansas yra įvertintas ir procentais, padalinus bendrąjį prekybos balansą iš tų metų BVP, taigi prekybos balanso procentinis pokytis penkerių metų laikotarpyje buvo ganėtinai panašus ir svyravo tarp 3,0 % ir 3,3 %.

8 lentelė. Lietuvos baldų pramonės eksporto apimtys BVP struktūroje, 2014–2018 m. (sudaryta autorės pagal *International Trade Center* duomenis, 2019)

Metai	2014	2015	2016	2017	2018
Baldų pramonės eksportas, mln. EUR	1322,86	1385,93	1471,2	1635,7	1790,9
BVP, mln. EUR	36544,8	37321,8	38893,4	42269,4	45264,4
Santykis, %	3,6 %	3,7 %	3,8 %	3,9 %	4,0 %

Eksporto paklausą apibrėžia ir eksporto apimtys išreikštos procentais nuo BVP (Bruneckienė, Paltanavičienė, 2012). Lietuvos baldų pramonės eksporto ir BVP santykis 2014–2018 m., kaip galima

pastebėti, baldų pramonės eksporto dalis BVP kasmet didėja (žr. 8 lent). Nustatyta, kad baldų pramonės eksporto apimčių ir BVP augimo tempai analizuojamu laikotarpiu sutapo.

9 lentelė. Lietuvos baldų pramonės produkcijos eksporto dalis tenkanti EU28 šalims (sudaryta autorės pagal *International Trade Center* duomenis, 2019)

Lietuvos baldų pramonės eksportas										
	2014, tūkst. EUR	2014, proc.	2015, tūkst. EUR	2015, proc.	2016, tūkst. EUR	2016, proc.	2017, tūkst. EUR	2017, proc.	2018, tūkst. EUR	2018, proc.
Visas eksportas	1322862	100 %	1385926	100 %	1471224	100 %	1635726	100 %	1790946	100 %
Eksportas į EU28	894538	67,6 %	983550	71,0 %	1078083	73,3 %	1187212	72,6 %	1302844	72,7 %

Didžioji dalis eksporto tenka ES rinkai, visu analizuojamu 2014–2018 m. laikotarpiu eksportas į 28 ES šalis vidutiniškai sudarė 70 % viso eksporto (žr. 9 lent.), todėl galima teigti, jog baldų pramonės pardavimo rinkos diversifikacija yra ribota. Kadangi pardavimo rinkos diversifikacija yra terminas nusakantis įmonių ar bendros pramonės veikimą keliose rinkose, todėl sumažėjusios ES rinkos paklausos atveju, baldų pramonė patirtų didelių nuostolių.

Analizuojant eksporto augimą pagal vertę atskirų baldų produkcijos grupių, galima teigti, kad kitų baldų ir jų dalių (KN-9403) grupės pagal kombinuotąją nomenklatūrą (toliau – KN) didžiausias eksporto augimas pagal vertes buvo 2017 m., kuomet nuo 2016 m. išaugo 12 % (žr. 3 priedas). 2018 m. buvo fiksuotas mažesnis eksporto vertės augimas, kuris siekė 7 %. Sėdimųjų baldų produkcijos (KN-9401) eksporto vertė lyginant su praėjusiais metais, kasmet augo, išskyrus 2018 m., kada augimas sumažėjo viena procentine dalimi bei siekė 13 % lyginant su 2017 m. čiužinių karkasų, patalynės reikmenų ir kitos produkcijos (KN-9404) eksporto vertės augimas, analizuojamu 2014–2018 m. laikotarpiu kasmet svyravo nuo 2014 m. iki 2017 m. eksporto augimas kasmet mažėjo, 2017 m. eksporto buvo minusinis, o 2018 m. eksportas pagal vertę išaugo 17 %. Sparčiai išaugo ir įvairių staigų bei prekybos įmonių baldų paklausa. Baldų skirtų naudoti medicinoje, chirurgijoje ir kt. (KN-9402) eksporto augimas pagal vertę 2014 m. buvo ženkliai išaugęs ir siekė 100 %, tačiau 2015 m. ir 2016 m. eksporto augimas buvo minusinis. Nuo 2017 m. KN-9402 grupės produkcijos eksportas išaugo 10 %, o 2018 m. eksporto augimas siekė 17 %. Taigi apibendrinant baldų pramonės produkcijos eksporto augimą pagal vertę (žr. 3 priedas), galima teigti, kad didžiausias eksporto augimas 2018 m. buvo sėdimųjų baldų, čiužinių, karkasų, patalynės reikmenų ir kt., taigi šių produkcijos grupių eksporto augimas pagal vertę, įrodo jog rinkos vartotojai renkasi patogius ir komfortiškus baldus.

4.3. Lietuvos baldų pramonės eksporto konkurencingumo vertinimas RCA rodikliu

Siekiant ištirti Lietuvos baldų pramonės eksporto konkurencingumą, bus vertinamas atskleistojo santykinio pranašumo indeksas, sutrumpintai – RCA (Balassa, 1965). Indeksu lyginama Lietuvos baldų pramonės eksporto dalis su baldų sektoriaus eksporto dalimi pasaulinėje rinkoje. Taigi RCA indeksas išreišk Lietuvos baldų pramonės eksporto dalį visoje pasaulinėje prekyboje pagal santykinį pranašumą.

Mokslininko Balass‘o (1965) sukurtas RCA indeksas apskaičiuojamas pagal (12) formulę:

$$RCA_i^A = \left(\frac{x_b^{LT}}{X^{LT}}\right) / \left(\frac{x_b^P}{X^P}\right); \quad (12)$$

čia x_b^{LT} – Lietuvos baldų pramonės produkcijos eksportas; X^A – bendras Lietuvos eksportas; x_b^P – pasaulio baldų pramonės produkcijos eksportas; X^P – bendras pasaulio eksportas.

Nors ES šalys yra pagrindinė Lietuvos baldų pramonės eksporto rinka, RCA – santykinio pranašumo indeksas apskaičiuotas pasauliniu eksporto lygmeniu (žr. 10 lent.). 10 lentelėje pateiktas apskaičiuotas baldų pramonės eksporto santykinis pranašumas bendroje pasaulinėje prekyboje, nuo 2014 m. iki 2018 m. pastebimas indekso didėjimas ir svyravo tarp 5,8 ir 6,3.

10 lentelė. Lietuvos baldų pramonės produkcijos eksporto RCA indekso vertinimas, 2014–2018 m. (sudaryta autorės pagal *International Trade Center* duomenis, 2019)

	Lietuvos baldų pramonės produkcijos eksportas, tūkst. EUR	Bendras Lietuvos eksportas, tūkst. EUR	Pasaulio baldų pramonės produkcijos eksportas, tūkst. EUR	Bendras pasaulio eksportas, tūkst. EUR	RCA
2014	1322862	24370409	133798587	14202754388	5,8
2015	1385926	22892925	153970289	14774643884	5,8
2016	1471224	22609551	152865803	14350262701	6,1
2017	1635726	25979975	158363493	15535880088	6,2
2018	1790946	28226286	163310670	16329352770	6,3

Apskaičiuotas RCA indeksas analizuojamu laikotarpiu įrodo, kad Lietuvos baldų pramonė turi santykinį pranašumą prekės atžvilgiu, kadangi indekso vertė visus metus yra didesnė nei 1. Remiantis autorių Hinloopen ir Marrewijk (2001) išskirta RCA indekso reikšmių klasifikacija, jeigu indekso reikšmė didesnė nei 4 – konkurencingumas yra stiprus.

Siekiant tiksliausio RCA indekso vertinimo, eksporto rodikliai buvo surinkti iš *International Trade Center* pateiktų duomenų pagal KN XX skyriaus 94–tojo skirsnio grupes (kodus): (KN-9401) Sėdimieji baldai; (KN-9402) Baldai, skirti naudoti medicinoje, chirurgijoje, stomatologijoje arba veterinarijoje, kirpyklų krėslai ir panašus sukamieji krėslai su atlošimo ir pakėlimo įtaisais; (KN-9403) Kiti baldai ir jų dalys; (KN-9404) Čiužinių karkasai, patalynės reikmenys ir kt. (Lietuvos statistikos departamentas, 2019). Siekiant detaliau įvertinti santykinio pranašumo indeksą, 11 lentelėje pateiktas detalus baldų produkcijos konkurencingumo indekso vertinimas pagal atskirtas KN grupes. Įvertinus atskirų produkcijos grupių RCA indeksus pagal *International Trade Center*

portale pateiktus duomenis (žr. 4 priedas) galima teigti, kad visų grupių atskleistojo santykinio pranašumo indekso vertės analizuojamu laikotarpiu didesnės nei 1, išskyrus, KN-9402 grupės produkciją 2016–2018 m. Prekių grupė – baldai, skirti naudoti medicinoje, chirurgijoje ir kt. (KN-9402) buvo gan konkurencinga iki 2015 m., tačiau nuo 2016 m. indekso vertė siekė tik 0,8, o tai rodo, kad grupė pasaulinės rinkos atžvilgiu įgavo silpną pranašumą ir eksporto pozicija silpnėja.

11 lentelė. Lietuvos baldų pramonės atskirų produkcijos grupių RCA indekso vertinimas 2014–2018 m. (sudaryta autorės pagal *International Trade Center* duomenis, 2019)

Lietuvos baldų pramonės RCA indeksai

KN kodas	Produkcija	2014	2015	2016	2017	2018
9401	Sėdimieji baldai	3,3	3,3	3,5	3,6	3,8
9402	Baldai, skirti naudoti medicinoje, chirurgijoje ir kt.	1,3	1,0	0,8	0,8	0,8
9403	Kiti baldai ir jų dalys	8,2	8,3	8,8	9,1	9,2
9404	Čiužinių karkasai, patalynės reikmenys ir kt.	4,7	5,1	5,3	4,6	4,9

Nors beveik visų baldų pramonės produkcijos grupių konkurencinis pranašumas yra stiprus, galima teigti, kad didžiausią santykinį pranašumą turi kitų baldų ir jų dalių gamyba (KN-9403) (žr. 11 lent.) Kitų baldų ir jų dalių santykinio pranašumo indeksas kasmet auga ir 2018 m. siekė 9,2. Vertinant kitas baldų pramonės prekių grupes, čiužinių karkasų, patalynės reikmenų (KN-9404) produkcijos grupė pasižymi taip pat stipriu konkurencingumu, kadangi RCA vertė 2014–2018 m. buvo didesnė nei 4. Sėdimųjų baldų (KN-9401) produkcijos grupės RCA indekso reikšmė svyravo tarp 3,3–3,8, o tai rodo, gana didelį prekių konkurencingumą pasaulinėje rinkoje.

Analizuojant gamybos apimtis buvo išskirta, kad didžioji dalis baldų produkcijos sudaro kitų baldų gamyba, atitinkamai ir RCA rodiklis, šios produkcijos grupės, yra didžiausias. Taigi įvertinus, kad 2018 m. kitų baldų ir jų dalių produkcijos eksportas sudarė 67 % visos eksportuojamos baldų produkcijos (žr. 4 priedas), tai rodo, kad yra svarbi produkcijos sritis baldų pramonės eksporto konkurencingumui.

Lentelėje 12 pateikiamos pagrindinės KN-9403 grupės produkciją eksportuojančios šalys ir apskaičiuoti atskleistojo santykinio pranašumo indeksai (žr. 12 lent.). Kaip galima pastebėti, Lietuva pagal kitų baldų ir jų dalių produkcijos eksportą yra 12 vietoje bei turi didžiausią RCA indekso reikšmę, aukštas RCA indeksas reiškia, kad Lietuvos baldų pramonės rezultatai yra geri, palyginti su kitomis šalimis eksportuojančioms KN-9403 grupės produkciją.

Visų šalių teigiama RCA indekso reikšmė rodo, kad baldų pramonės atskira kitų baldų ir jų dalių gamybos grupė turi santykinį pranašumą pasaulinėje rinkoje.

Stiprus santykinis konkurencingumas yra Lenkijos bei Vietnamo, kadangi RCA indeksas viršija 4, tai šių šalių baldų pramonė tampa konkurencinga tarptautiniu mastu, o analizuojant 2018 m. duomenis, Prancūzijos ir Olandijos šalys nėra pakankamai konkurencingos tarptautinėje rinkoje.

12 lentelė. Pagrindinių, kitų baldų ir jų dalių produkciją eksportuojančių šalių RCA indekso vertinimas 2018 m. (sudaryta autorės pagal *International Trade Center* duomenis, 2019)

Reitingas	Šalis	KN-9403 grupės produkcijos eksportas, tūkst. EUR	Bendras šalies eksportas, tūkst. EUR	Pasaulio KN- 9403 grupės produkcijos eksportas, tūkst. EUR	Bendras pasaulio eksportas, tūkst. EUR	RCA
1	Kinija	23785592	2112006823	75464512	16329352770	2,4
2	Vokietija	6768062	1318184142	75464512	16329352770	1,1
3	Italija	6609014	460184301	75464512	16329352770	3,1
4	Lenkija	4497519	221693906	75464512	16329352770	4,4
5	Vietnamas	3894240	205735889	75464512	16329352770	4,1
6	JAV	2549726	1410690379	75464512	16329352770	0,4
7	Kanada	2373573	381652656	75464512	16329352770	1,3
8	Malaizija	1626773	209390930	75464512	16329352770	1,7
9	Ispanija	1332654	278183084	75464512	16329352770	1,0
10	Danija	1262911	91423879	75464512	16329352770	3,0
11	Turkija	1260016	142190702	75464512	16329352770	1,9
12	Lietuva	1199106	28226286	75464512	16329352770	9,2
13	Olandija	1182583	495880205	75464512	16329352770	0,5
14	Švedija	1166078	140499239	75464512	16329352770	1,8
15	Prancūzija	1153767	481783436	75464512	16329352770	0,5

Įvertinus atskirų baldų pramonės produkcijos grupių RCA indeksus, pastebėta, kad tiriamuoju laikotarpiu (2014–2018 m.) Lietuvos baldų pramonė turėjo didžiausią konkurencinį pranašumą keliose eksportuojamų prekių kategorijose, kurios yra: kiti baldai ir jų dalys (KN-9403) ir čiužinių karkasai, patalynės reikmenys (KN-9404). Analizuojant pagrindinių kitų baldų ir jų dalių grupės produkcijos eksportuojančių šalių RCA indeksus, nustatyta, kad Lietuvos atskleistojo santykinio pranašumo indeksas yra didžiausias ir Lietuva šioje prekių grupėje yra konkurencingiausia.

4.4. Eksporto konkurencingumą sąlygojančių veiksnių vertinimas

Analizuojant mokslinę literatūrą dėl eksporto konkurencingumo veiksnių buvo išskirtas Porter'io „Deimanto“ modelis, kuriame dominuoja veiksnių sąlyga, kuri tiesiogiai siejasi su konkurencingumu. Veiksnių sąlygos, kaip darbas ir kapitalas yra susijusios su žmogiškaisiais, fiziniiais, žinių, kapitalo bei infrastruktūros rodikliais. Taip pat išanalizavus kitų mokslininkų pateiktas teorijas, dėl eksporto konkurencingumą lemiančių veiksnių, buvo išskirti vieni svarbiausių, kurie ir bus plačiau analizuojami šiame poskyryje: pritrauktos tiesioginės užsienio investicijos, materialinės investicijos, nematerialinės investicijos, išlaidos moksliniams tyrimams ir eksperimentinei plėtrai.

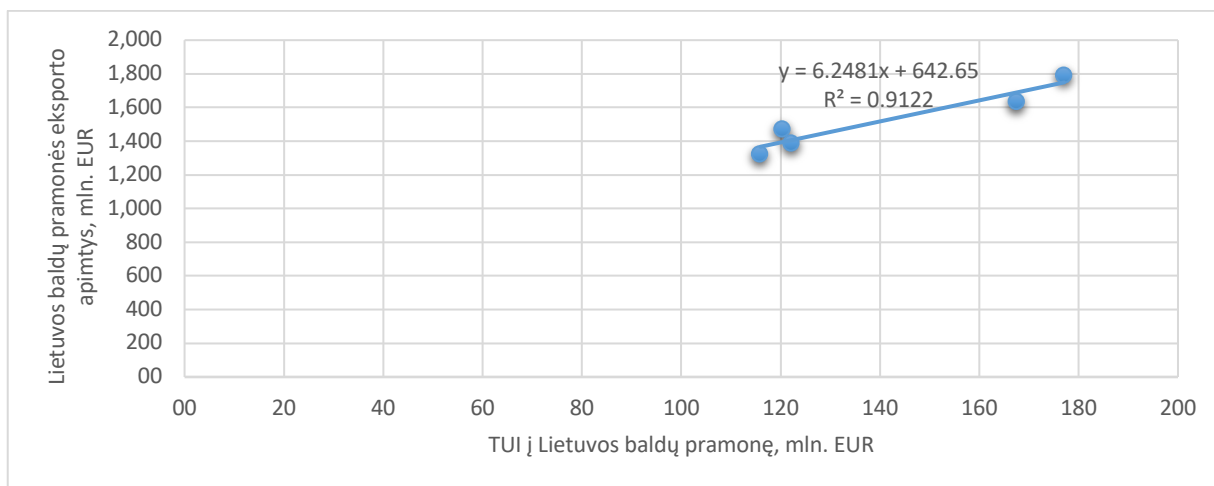
4.4.1. Pritrauktų tiesioginių užsienio investicijų ir Lietuvos baldų pramonės eksporto apimčių ryšys

Pritraukiamos investicijos iš užsienio pramonės šakoms ar atskiroms įmonėms yra naudingos dėl kapitalo, pasaulinių tinklų, naujų technologijų sklaidos, plečiant verslumo įgūdžius bei prisidedant prie vykdomos veiklos efektyvumo. Apibendrinant, TUI suteikia naudą finansinių, technologinių ir žmogiškųjų išteklių srityse. TUI pritraukimas į Lietuvos baldų pramonę yra išties aktyvus, 2014–2018 m. laikotarpiu, pritraukiamos investicijos augo (žr. 13 lent.). TUI augimas 2016 m. buvo šiek tiek sulėtėjęs, tačiau sekančiais metais didėjo, o kaip ir TUI, taip ir baldų produkcijos eksporto apimtys kasmet augo.

13 lentelė. TUI į Lietuvos baldų pramonę ir Lietuvos baldų pramonės eksporto apimčių dinamika 2014–2018 m., mln. EUR (sudaryta autorės pagal Lietuvos statistikos departamento duomenis, 2019)

	2014	2015	2016	2017	2018
Pritrauktos TUI į Lietuvos baldų pramonę, mln. EUR	115,9	122,2	120,4	167,5	177,1
Lietuvos baldų pramonės eksporto apimtys, mln. EUR	1322,9	1385,9	1471,2	1635,7	1790,9

Koreliacijos sąvoka statistine prasme pažymi dviejų kiekybinių kintamųjų ryšį. Taigi siekiant ištirti tiesioginių užsienio investicijų, kaip veiksnio ryšį su eksporto konkurencingumu, bus kiekybiškai vertinamas ryšys tarp šių dviejų kintamųjų ir nustatomas jų sąveikos laipsnis per koreliacinę analizę. Koreliacijai apskaičiuoti panaudota MS Excel funkcija CORREL ir gauta statinė reikšmė – $r = 0,955$. Galima suformuoti išvadą, kad tarp TUI į Lietuvos baldų pramonę ir Lietuvos baldų pramonės eksporto apimčių yra tiesioginė priklausomybė, kadangi koreliacijos koeficientas yra teigiamas, o reikšmė arti 1.



17 pav. TUI į Lietuvos baldų pramonę ir Lietuvos baldų pramonės eksporto apimčių ryšys 2014–2018 m. (sudaryta autorės pagal Lietuvos statistikos departamento duomenis, 2019)

Koreliacijos koeficiento reikšmė rodo stiprią tiesinę priklausomybę tarp analizuojamų rodiklių. Taškų išsidėstymas sklaidos diagramoje (žr. 17 pav.) turi aiškią tiesinę formą, tad galima teigti, kad egzistuoja stiprus tiesinis ryšys tarp analizuojamų rodiklių.

Pagal 17 paveiksle pateiktą TUI į Lietuvos baldų pramonę ir Lietuvos baldų pramonės produkcijos eksporto sklaidos diagramą ir sudarytą regresijos modelį yra naudinga priklausomybę išreikšti analitiškai, pasirenkant reiškinio esmę atitinkantį tiesinės regresijos modelį. Tiesinę regresiją pagrindžia ir determinacijos koeficiento (R^2) kvadratinės šaknies reikšmė, kuri lygi koreliacijos koeficientui. Galime sudaryti regresijos lygtį, kuri nusako TUI į Lietuvos baldų pramonę ir Lietuvos baldų pramonės produkcijos apimtį: $y = 642,65 + 6,2481x$. Sudarytoje formulėje koeficientas 6,2481 prie x reikšmės parodo, kiek padidėtų pramonės eksportas, jeigu TUI į baldų pramonę didintumėm viena vieneto verte. Išanalizavus 16 paveiksle pateiktą regresijos lygties patikimumo rodiklio determinacijos koeficientą R^2 , kuris yra lygus 0,912, galima teigti, kad pritraukiamos TUI į Lietuvos baldų pramonę kitimas 91 % lemia Lietuvos baldų pramonės produkcijos eksporto apimčių pokytį.

Apskaičiavus koreliacijos ir regresijos koeficientus yra svarbu įvertinti jų reikšmingumą. Siekiant patikrinti pritraukiamų TUI į Lietuvos baldų pramonę ir Lietuvos baldų pramonės produkcijos eksporto apimčių ryšį įvertinantį koreliacijos koeficientą lyginamos Stjudento kritinė (t_{kr}) ir statistinė (t_{st}) kriterijaus reikšmės. Vertinant Stjudento kritinę (t_{kr}) reikšmę reikšmingumo lygmuo pasirinktas $\alpha = 0,05$. Apskaičiuota, kad t_{st} reikšmė 5,579 yra didesnė už t_{kr} reikšmę 2,015, todėl yra atmetama metodologijoje išskirta hipotezė – H_0 ir galima teigti, kad koreliacijos koeficientas yra reikšmingas.

Siekiant įvertinti regresijos lygties determinacijos koeficiento reikšmingumas buvo tikrinamas išskirtomis hipotezėmis ir vertinant Fišerio kriterijų. Apskaičiavus determinacijos koeficiento reikšmę 0,9122, apskaičiuota ir Fišerio kriterijaus (F) reikšmė – 31,169, kuri yra didesnė už Fišerio kritinę ($F_{0,05;1;3}$) reikšmę 10,13. Taigi įvertinus determinacijos koeficiento reikšmingumą H_0 hipotezė yra atmetama. Remiantis Balaboniene et al. (2013), vertinant Fišerio kriterijų H_0 hipotezė yra atmetama, tai įrodo, kad determinacijos koeficientas ir regresijos modelis yra reikšminis.

Apibendrinant galima teigti, kad yra stiprus koreliacinis ryšys tarp TUI į baldų pramonę ir Lietuvos baldų pramonės eksporto apimčių, kadangi koreliacijos koeficientas – 0,955. Galima pažymėti, kad sudarius regresijos modelį išryškėjo tiesinis modelis, kuris taikomas, kai kinta vienas kintamasis vienodais intervalais bei kitas kintamasis, taip pat kinta proporcingai. Taip pat įvertinus tiek koreliacijos, tiek regresijos modelių reikšmingumą, abiejų analizių atveju buvo patvirtintos H_1 hipotezės pagrindžianč, kad koeficientai yra svarūs.

4.4.2. Materialinių investicijų ir Lietuvos baldų pramonės eksporto apimčių ryšys

Materialiosios investicijos apimančios visą fizinį turtą: turtą, finansines priemones, grynuosius pinigus yra svarbus eksporto konkurencingumą lemiantis veiksnys. Kaip ir buvo analizuota teorinėje baigiamojo projekto dalyje, eksporto plėtra reikalauja papildomų finansinių išlaidų įvairiose srityse, o materialinės investicijos paprastai yra pagrindinė turto forma daugelyje pramonės šakų.

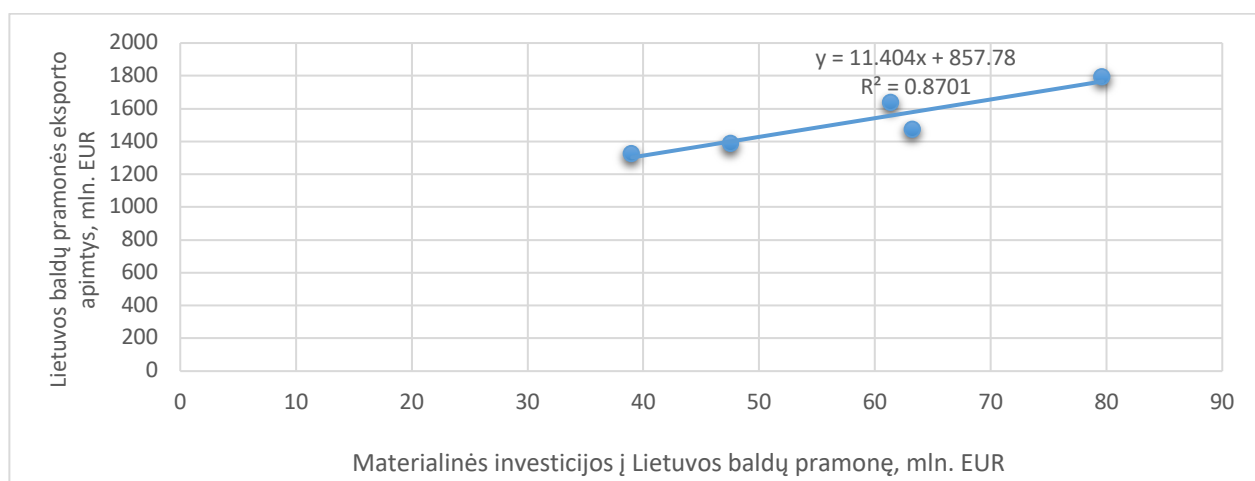
Kaip galima pastebėti 14 lentelėje, kad analizuojamu 2014–2018 m. laikotarpiu Lietuvos baldų pramonės investicijos į materialųjį turtą kasmet augo, išskyrus 2017 m., kuomet lyginant su praėjusiais metais, investicijos sumažėjo apie 2 mln. EUR.

14 lentelė. Materialinės investicijos į Lietuvos baldų pramonę ir Lietuvos baldų pramonės eksporto dinamika 2014–2018 m., mln. EUR (sudaryta autorės pagal Lietuvos statistikos departamento duomenis, 2019)

	2014	2015	2016	2017	2018
Materialinės investicijos į Lietuvos baldų pramonę, mln. EUR	39,0	47,6	63,3	61,4	79,7
Lietuvos baldų pramonės eksporto apimtys, mln. EUR	1322,9	1385,9	1471,2	1635,7	1790,9

2017 m. materialinių investicijų į Lietuvos baldų pramonę sumažėjimą, lyginant su praėjusiais metais, galima sieti su keliomis, tam tikrų finansavimo šaltinių sumomis: paskolomis ir iš nebiudžetinių fondų gaunamomis lėšomis (žr. 5 priedas).

Analizuojant materialinių investicijų į Lietuvos baldų pramonę ir pramonės produkcijos eksporto ryšį, buvo kiekybiškai įvertintas ryšys tarp šių dviejų kintamųjų ir nustatytas jų sąveikos laipsnis taikant koreliacinę analizę. Apskaičiavus koreliacijos koeficientą buvo gauta statinė reikšmė – $r = 0,933$. Taigi, galima teigti, kad tarp materialinių investicijų į Lietuvos baldų pramonę ir Lietuvos baldų pramonės produkcijos eksporto yra tiesioginė priklausomybė, nes koreliacijos koeficientas yra teigiamas ir reikšmė arti 1.



18 pav. Materialinių investicijų į Lietuvos baldų pramonę ir Lietuvos baldų pramonės eksporto apimčių ryšys 2014–2018 m. (sudaryta autorės pagal Lietuvos statistikos departamento duomenis, 2019)

Koreliacijos koeficiento reikšmė rodo, kad egzistuoja stipri koreliacija tarp analizuojamų rodiklių (žr. 18 pav.). Sklaidos diagramoje pavaizduota aiški tiesinė forma, todėl yra stiprus tiesinis ryšys tarp kintamųjų. Analizuojant 18 paveiksle sudarytą sklaidos diagramą, buvo sudarytas regresijos modelis bei nustatyta, kad išsibarstymas diagramoje atitinka tiesinės regresijos modelį, kadangi determinacijos koeficiento (R^2) kvadratinės šaknies reikšmė yra lygi jau apskaičiuotai koreliacijos reikšmei $r = 0,933$.

Sudarius sklaidos diagramą galima išskirti ir regresijos lygtį, kuri pabrėžia materialinių investicijų į Lietuvos baldų pramonę ir Lietuvos baldų pramonės produkcijos apimčių ryšį: $y = 857,78 + 11,404x$. Sudarytoje formulėje koeficientas 11,404 prie x reikšmės parodo, kiek padidėtų pramonės eksportas, jeigu TUI į baldų pramonę didintumėm viena vieneto verte. Išskyrus determinacijos koeficientą R^2 , kuris yra lygus 0,8701, galima teigti, kad pritraukiamos TUI į Lietuvos baldų pramonę kitimas 87 % lemia Lietuvos baldų pramonės eksporto apimčių pokytį.

Apskaičiuavus koreliacijos ir regresijos koeficientus yra vertinamas jų reikšmingumą taikant Stjudento kriterijų. Stjudento kritinės (t_{kr}) reikšmės reikšmingumo lygmuo pasirinktas – $\alpha = 0,05$. Apskaičiuota, kad t_{st} reikšmė 4,490 yra didesnė už t_{kr} reikšmę 2,015, todėl yra atmetama metodologijoje išskirta hipotezė – H_0 ir galima teigti, kad koreliacijos koeficientas yra reikšmingas ir ryšys tarp kintamųjų egzistuoja.

Vertinant determinacijos koeficiento reikšmingumą buvo tikrinamos išskirtos hipotezės ir įvertintas Fišerio kriterijus. Apskaičiuavus determinacijos koeficiento reikšmę 0,8701, apskaičiuota ir Fišerio kriterijaus (F) reikšmė – 20,095, kuri yra didesnė už Fišerio kritinę ($F_{0,05;1;3}$) reikšmę 10,13. Galima daryti išvadą, kad įvertintas determinacijos koeficiento reikšmingumas egzistuoja, todėl H_0 hipotezė yra atmetama.

Apibendrinant galima teigti, kad apskaičiuotas koreliacijos koeficientas – 0,933 įrodo, jog koreliacinis ryšys tarp materialinių investicijų į baldų pramonę ir Lietuvos baldų pramonės eksporto apimčių yra stiprus. Išskyrus kintamųjų regresijos modelį nustatytas tiesinis ryšys, kadangi abiejų kintamųjų rezultatai kito proporcingai. Įvertinus koreliacijos ir regresijos modelio determinacijos koeficiento reikšmingumą, buvo patvirtinta H_1 hipotezė, kuri apibrėžia koeficientų reikšmingumą priklausomo kintamojo atžvilgiu.

4.4.3. Nematerialinių investicijų ir Lietuvos baldų pramonės eksporto apimčių ryšys

Nematerialusis turtas tampa vis labiau prisideda prie perėjimo nuo pramoninės ekonomikos prie žiniomis grįstos ekonomikos. Kaip jau buvo pažymėta anksčiau, konkurencingumas dažnai grindžiamas nematerialiojo turto svarba. Taigi investicijos į nematerialųjį turta, gali būti svarbus šaltinis įmonėms, tiek bendrai pramonėms šakoms, siekiant įgyti konkurencinį pranašumą.

15 lentelė. Nematerialinių investicijų ir Lietuvos baldų pramonės eksporto dinamika 2014–2018 m., mln. EUR (sudaryta autorės pagal Lietuvos statistikos departamento duomenis, 2019)

	2014	2015	2016	2017	2018
Lietuvos baldų pramonės nematerialinės investicijos, mln. EUR	4,1	4,2	2,9	3,4	4,7
Lietuvos baldų pramonės eksporto apimtys, mln. EUR	1322,9	1385,9	1471,2	1635,7	1790,9

15 lentelėje pateikti analizuojamo 2014–2018 m. laikotarpio duomenys dėl nematerialinių investicijų į Lietuvos baldų pramonę įrodo, kad kasmet investicijos svyravo, 2016 m. ir 2017 m. fiksuotas augimo lėtėjimas.

2016–2017 m. sumažėjusiai nematerialiojo turto daliai įtakos galimai turėjo sumažėjusi suma skirta plėtros darbams, kitam nematerialiajam turtui bei koncesijų, patentų ir kitų teisių investicijų suma (žr. 6 priedas).

Siekiant nustatyti nematerialinių investicijų į Lietuvos baldų pramonę ir pramonės produkcijos eksporto ryšį, buvo kiekybiškai įvertintas jų sąveikos laipsnis taikant koreliacinės analizės metodą. Apskaičiuavus koreliacijos koeficientą buvo gauta statinė reikšmė – $r = 0,229$. Taigi, galima teigti, kad tarp Lietuvos baldų pramonės nematerialinių investicijų ir Lietuvos baldų pramonės eksporto apimčių nėra tiesioginės priklausomybės, nors koreliacijos koeficientas yra teigiamas, tačiau nustatytas silpnas tarpusavio ryšys.

Apskaičiavus koreliacijos koeficientą buvo įvertintas jo reikšmingumą. Vertinant nematerialinių investicijų ir Lietuvos baldų pramonės produkcijos eksporto apimčių ryšį, koreliacijos koeficiento reikšmingumas vertinamas Stjudento kritine (t_{kr}) ir statistine (t_{st}) kriterijų reikšmėmis. Stjudento kritinės (t_{kr}) reikšmės reikšmingumo lygmuo pasirinktas – $\alpha = 0,05$. Apskaičiuota, kad t_{st} reikšmė 0,452 yra mažesnė už t_{kr} reikšmę 2,015, todėl yra atmetama metodologijos dalyje išskirta hipotezė – H_1 ir galima teigti, kad koreliacijos koeficientas yra nereikšmingas ir ryšys tarp kintamųjų – neegzistuoja.

Nors nematerialusis turtas, kaip nefinansinis turtas yra laikomas, šių laikų konkurencinio pranašumo pagrindu, tačiau apskaičiuotas koreliacijos koeficientas kintamųjų – nematerialinių investicijų į Lietuvos baldų pramonę ir Lietuvos baldų pramonės eksporto apimčių – 0,229 įrodo, kad koreliacinis ryšys yra silpnas. Įvertinus koreliacijos koeficiento reikšmingumą, buvo patvirtinta H_0 hipotezė, kuri apibrėžia, jog tarp nepriklausomo kintamojo ir priklausomo kintamojo reikšmingumas neegzistuoja, todėl nematerialinės investicijos neveikia baldų pramonės eksporto konkurencingumo.

4.4.4. Išlaidų moksliniams tyrimams bei eksperimentinei plėtrai ir Lietuvos baldų pramonės eksporto apimčių ryšys

Galima teigti, kad išlaidos moksliniams tyrimams ir eksperimentinei plėtrai (toliau – MTEP) yra svarbus indėlis į ekonomikos augimą, kadangi naujovių diegimas skatina konkurencingumą. Anot Pilinkienės (2015) technologinė raida, atsirandanti dėl vykdomos MTEP veiklos, kuri didina bendrą gamybos veiksnių efektyvumą ir tuo pačiu skatina ekonominį šalies augimą. Kaip buvo išskirta teorinėje baigiamojo darbo dalyje, kad vienas iš eksporto konkurencingumo išorės veiksnių yra MTEP, todėl toliau bus siekiama atskleisti ryšį, tarp išlaidų MTEP ir Lietuvos baldų pramonės eksporto apimčių.

16 lentelė. Išlaidų moksliniams tyrimams bei eksperimentinei plėtrai ir Lietuvos baldų pramonės eksporto dinamika 2014–2018 m., mln. EUR (sudaryta autorės pagal Lietuvos statistikos departamento duomenis, 2019)

	2014	2015	2016	2017	2018
Išlaidos moksliniams tyrimams ir eksperimentinei plėtrai, mln. EUR	5,308	0,967	0,958	3,043	7,056
Lietuvos baldų pramonės eksporto apimtys, mln. EUR	1322,9	1385,9	1471,2	1635,7	1790,9

Kaip galima pastebėti sudarytoje 16 lentelėje, išlaidos tenkančios MTEP analizuojamu 2014–2018 m. laikotarpiu svyravo. 2015–2016 m. išlaidos MTEP buvo mažiausios, 2015 m. siekė 0,967 mln. EUR, o 2016 m. 0,958 mln. EUR, o 2018 m. išlaidų MTEP vertė buvo didžiausia ir siekė 7,056 mln. EUR.

Išskyrus statistinius duomenis dėl išlaidų tenkančių MTEP ir Lietuvos baldų pramonės eksporto apimčių ryšio, buvo įvertintas šių dviejų kintamųjų ryšys ir nustatytas jų sąveikos laipsnis apskaičiuojant koreliacijos koeficientą. Apskaičiavus koreliacijos koeficientą gauta statinė reikšmė – $r = 0,495$. Taigi, galima teigti, kad tarp MTEP į Lietuvos baldų pramonę ir Lietuvos baldų pramonės produkcijos eksporto yra vidutinė tiesioginė priklausomybė, remiantis metodologijoje pateikta koreliacijos koeficiento vertinimo lentele, reikšmės 0,40–0,69 nustato vidutinę kintamųjų priklausomybę.

Siekiant patikrinti išlaidų MTEP ir Lietuvos baldų pramonės produkcijos eksporto apimčių apskaičiuotą ryšį, koreliacijos koeficientas vertinamas Stjudento kriterijumi. Stjudento kritinės (t_{kr}) reikšmės reikšmingumo lygmuo pasirinktas – $\alpha = 0,05$. Apskaičiuota, kad t_{st} reikšmė 0,987 yra mažesnė už t_{kr} reikšmę 2,015, todėl yra atmetama H_1 hipotezė H_1 , taigi galima daryti išvadą, kad tarp analizuotų dviejų kintamųjų ryšys neegzistuoja ir koreliacijos koeficientas yra nereikšmingas.

Apibendrinant galima teigti, kad apskaičiuotas koreliacijos koeficientas – 0,495 įrodo, jog koreliacinis ryšys tarp išlaidų MTEP į baldų pramonę ir Lietuvos baldų pramonės eksporto apimčių yra vidutinis. Įvertinus koreliacijos koeficiento reikšmingumą, buvo nustatyta, jog tarp dviejų kintamųjų koreliacinis ryšys yra nereikšmingas.

Išvados ir rekomendacijos

1. Kasmet gerėjantys Lietuvos baldų pramonės rezultatai ir tai, jog apie du trečdalius Lietuvoje sukuriama baldų pramonės produkcija yra eksportuojama užsienio rinkoms, įrodo, jog baldų pramonė yra išties konkurencinga. Pagrindinės šalys importuojančios baldus iš Lietuvos yra Švedija, Vokietija, Norvegija, Jungtinė Karalystė, Jungtinės Valstijos, Danija. Kadangi pagrindinė rinka – ES šalys, išryškėja ribota diversifikacija, o viena iš pagrindinių importuotojų – Jungtinė Karalystė vykdo išstojimą iš ES, o tai gali paveikti baldų pramonės eksporto konkurencingumą ateityje. Taigi siekiant išvengti problemų susijusių su rinkos paklausos pokyčiais yra svarbu stiprinti pramonės konkurencingumą. Nors baldų gamyba Lietuvoje yra viena geriausiai vystomų pramonės šakų, tačiau stipri priklausomybė nuo vieno pirkėjo – „IKEA“ koncerno bei maža vidaus rinka, verčia ieškoti būdų leidžiančių sustiprinti pramonės padėtį tarptautiniame lygmenyje.
2. Išanalizavus mokslinę literatūrą buvo nustatyta, kad konkurencingumas, kaip sąvoka atspindinti šalies ar pramonės gebėjimą sukurti didesnę pridėtinę vertę bei užimti didesnę pasaulinės rinkos dalį. Taigi eksporto konkurencingumas, būtent ir atspindi produkcijos paklausą užsienio rinkose, o konkurencingumui įvertinti yra taikomi įvairūs rodikliai bei indeksai: Porter'io „Deimanto“ modelis; santykiniai atskleisto konkurencinio pranašumo indeksas; eksporto prekybos balansas bei kiti, eksporto konkurencingumą vertinantys rodikliai. Mokslinės literatūros analizė atskleidė eksporto konkurencingumą ir plėtrą veikiančius vidinius veiksnius, kurie yra susiję su rinkodaros žiniomis ir informacijos veiksniais, finansiniais veiksniais, žmogiškųjų išteklių veiksniais, techniniais veiksniais. Svarbiausi vidiniai veiksniai išskirti – investiciniai – materialiosios ir nematerialiosios investicijos, o su žmogiškaisiais išteklių susiję veiksniai – darbo našumas ir darbo sąnaudos. Išoriniai veiksniai mokslinėje literatūroje išskirti, kaip makro- aplinkos veiksniai, kur institucijos gali formuoti tiesiogines eksporto kliūtis ir, kaip netiesioginės makroekonominės politikos ir tarptautinių prekybos susitarimų veiksniai. Pagrindiniai išoriniai veiksniai – tiesioginės užsienio investicijos, institucinės sistemos, infrastruktūra, švietimas, valiutų kursai, mokslinių tyrimų ir eksperimentinės plėtros vykdymas bei rinkos veiksniai.
3. Lietuvos baldų pramonės pagaminta produkcija analizuojamu 2014–2018 m. laikotarpiu visoje apdirbamojoje gamyboje sudarė apie 8 proc. Tiriant baldų pramonės gamybos apimčių mėnesinius pokyčius nustatyta, kad gamybos apimtys svyravo. Analizuojant metinius baldų produkcijos gamybos apimčių pokyčius, pagal atskiras produkcijos grupes, nustatyta, kad didžiausi svyravimai buvo čiužinių gamybos produkcijos, o mažiausi – įstaigos ir prekybos įmonių baldų gamybos. Lietuvos baldų pramonės prekybos balansas 2014–2018 m. buvo teigiamas, taigi baldų pramonė yra konkurencinga užsienio rinkose. Įvertinus prekybos balanso ir BVP santykį, buvo nustatytas procentinis balanso pokytis, kuris analizuojamu laikotarpiu svyravo tarp 3 % ir 3,3 %, o baldų pramonės eksporto dalis BVP struktūroje kasmet augo po vieną procentinį punktą.
4. Vertinant Lietuvos baldų pramonės atskleistojo santykinio pranašumo indeksą – RCA, iširta, kad baldų pramonė produkcijos atžvilgiu turi santykinį pranašumą, nes indekso vertė analizuojamu laikotarpiu buvo didesnė už 1. Nustatyta, kad kitų baldų ir jų dalių baldų produkcijos grupės konkurencinis pranašumas yra stiprus, o baldų skirtų naudoti medicinos ir kitose įstaigose produkcijos konkurencingumas pasaulinėje rinkoje mažėja. Lietuvos baldų pramonė, pagal kitų baldų ir jų dalių produkciją yra konkurencingiausia, lyginant pagrindines šią produkciją eksportuojančias šalis, o RCA indeksas 2018 m. siekė 9,2.

5. Tiriant Lietuvos baldų pramonės eksporto konkurencingumo veiksnius buvo nustatyta, kad pritraukiamos tiesioginės užsienio investicijos bei materialinės investicijos turi tiesioginį ryšį su eksporto apimtimis. Apskaičiuotas koreliacinis ryšys bei patvirtintas jo reikšmingumas tarp tiesioginių užsienio investicijų ir pramonės produkcijos eksporto apimčių, pažymimas, kaip labai stiprus. Sudarius regresijos modelį ir regresijos lygties patikimumo rodiklio determinacijos koeficientą nustatyta, kad yra egzistuoja ryšys. Apskaičiuotas koreliacijos koeficientas tarp kintamųjų – materialinių investicijų ir eksporto apimčių, taip pat nustatyta, kad koreliacinis ryšys tarp šių kintamųjų yra stiprus. Išskyrus kintamųjų regresijos modelį nustatytas tiesinis ryšys. Taigi įvertinus koreliacijos ir determinacijos koeficiento reikšmingumą, buvo patvirtinta hipotezė, kad koeficientai yra reikšmingi priklausomo kintamojo atžvilgiu. Vertintas nematerialinių investicijų ir eksporto apimčių koreliacinį ryšį, koreliacijos reikšmė – 0,229 įrodė, kad ryšys tarp jų yra silpnas. Taip pat įvertintas ryšys tarp išlaidų moksliniams tyrimams ir eksperimentinei plėtrai bei eksporto apimčių yra silpnas, kadangi koreliacijos koeficientas – 0,495.

Rekomendacijos

Lietuvos baldų pramonėje Yra svarbu diegti inovacijas, kadangi technologinė pažanga ir padidėjęs produktyvumas, dėl inovatyvių sprendimų, reikštų didesnius pokyčius, kurie padėtų neatsilikti gaminių kokybe bei kaina nuo užsienio konkurentų. Baldų pramonė galėtų skirti didesnius kaštus investuojant į mokslinius tyrimus ir eksperimentinę plėtrą, taip skatinant kurti naujas medžiagas, naujus technologinius procesus, produktus, kur būtų paremta technologiniu gaminių tobulinimu. Itin svarbios yra ir tiesioginės užsienio investicijos, kurios prisideda prie naujų ir pažangių technologijų diegimo, bei gaminių, technologinių, vadybinių inovacijų, o tai prisidėtų prie užsienio prekybos srautų didinimo.

Literatūros sąrašas

1. Augustyniak, D., & Minska-Struzik, E. (2018). The competitiveness of Polish furniture exports. *Wood Technology Institute*, Vol. 61, Nr. 202, 21-38 žiūrėta [2019-10-10]. Prieiga per internetą: <https://yadda.icm.edu.pl/baztech/element/bwmeta1.element.baztech-c3887e6f-56d3-4cee-a098-26d2cf5efed2>.
2. Austin, J. E. (1990). *Managing in Developing Countries: Strategic Analysis and Operating Techniques*. New York: Free Press.
3. Balabanis, G.I., & Katsikea, E.S. (2003). Being an entrepreneurial exporter: does it pay? *International Business Review*, 12, 233–252 žiūrėta [2019-11-08]. Prieiga per internetą: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0969593102000987>
4. Balabonienė, I., Bliedienė, R. ir Stundžienė, A. (2013). *Ekonometrija, praktinis regresijos ir laiko eilučių modelių taikymas*. Kaunas: Technologija.
5. Balassa, B. (1965). Trade liberalization and 'revealed' comparative advantage. *Manchester School of Economics and Social Studies*, 33(2), 99–123 žiūrėta [2019-11-06]. Prieiga per internetą: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1111/j.1467-9957.1965.tb00050.x>
6. Ballance, R. H., Forstner, H., & Murray, T. (1987). Consistency Tests of Alternative Measures of Comparative Advantage. *The Review of Economics and Statistics*, 69(1), 157–161 žiūrėta [2019-10-20]. Prieiga per internetą: https://www.jstor.org/stable/1937915?seq=1#page_scan_tab_contents
7. Baltpool. (2019). *Medienos rinkos apžvalga*. žiūrėta [2019-12-05]. Prieiga per internetą: <https://www.baltpool.eu/dl/2019~03~2018-m.-medienos-rinkos-apzvalga.pdf/2018-m.-medienos-rinkos-apzvalga.pdf>
8. Bodur, M. (1986). A study in the nature and intensity of problems experienced by Turkish exporting firms. *Advances in International Marketing*, Vol. 1, 205-32
9. Borozan, D. (2008). Regional competitiveness: some conceptual issues and policy implications. *Interdisciplinary Management Research*, vol. 4, 50-63 žiūrėta [2019-10-20]. Prieiga per internetą: https://econpapers.repec.org/article/osijournal/v_3a4_3ay_3a2008_3ap_3a50-63.htm
10. Bruneckienė, J. ir Paltanavičienė, D. (2012). Measurement of Export Competitiveness of the Baltic States by Composite Index. *Inžinerinė ekonomika*, 23(1), 50-62. doi: <http://dx.doi.org/10.5755/j01.ee.23.1.1218>
11. Buckley, P. J., Pass, C. L., & Prescott, K. (1992). *The Meaning of Competitiveness. Servicing International Markets: Competitive Strategy of Firms*. Cambridge: Blackwell Publishers.
12. Camfield, G. C., & Sellitto, M. A. (2018). A performance evaluation of competitive focuses in the furniture industry, *South African Journal of Industrial Engineering*, Vol 29(4), 07-217. doi: <http://dx.doi.org/10.7166/29-4-1951>.
13. Caves, R. (1996). *Multinational Enterprises and Economic Analysis, the Second edition*. Cambridge MA: Cambridge University Press.
14. Chao-Hung, W., & Li-Chang, H.. (2010). The Influence of Dynamic Capability on Performance in the High Technology Industry: The Moderating Roles of Governance and Competitive Posture. *African Journal of Business Management*, 4(5), 562–577 žiūrėta [2019-10-26]. Prieiga per internetą: https://www.researchgate.net/publication/268273528_The_influence_of_dynamic_capability_on_performance_in_the_high_technology_industry_The_moderating_roles_of_governance_and_competitive_posture.
15. Cook, V.J. (1983). Marketing Strategy and Differential Advantage. *Journal of Marketing*, Vol. 47, pp. 68-75. doi: 10.2307/1251494.
16. Cvetanovic, S., Nikolic, M. & Cvetanovic, D. (2019). Wood Industry Trade Competitiveness of Selected Countries of Southeast Europe. *Original scientific paper*, 209-219. doi: <https://doi.org/10.5552/drvind.2019.1803>.
17. Czinkota, M. R., & Ronkainen, I. A. (2001). *International Marketing*. New York: Harcourt College Publishers.

18. Deb, K., & Sengupta, B. (2016). On Empirical Distribution of RCA Indices. *Department of Humanities and Social Sciences*, 6(1), 23-41 žiūrėta [2019-11-10]. Prieiga per internetą: <https://mpra.ub.uni-muenchen.de/74087/>
19. Dwyer, L., & Kim, C. (2003). Destination Competitiveness: Determinants and Indicators. *Current Issues in Tourism*, 6:5, 369-414. doi: <https://doi.org/10.1080/13683500308667962>.
20. Europos Komisija. (2017). *Measuring Competitiveness*. Europos Sąjunga žiūrėta [2019-10-30]. Prieiga per internetą: <https://ec.europa.eu/docsroom/documents/28181/attachments/1/translations/en/renditions/pdf>
21. Flanagan, R., Jewell, C., Ericsson, S., & Henricsson, P. (2005). *Measuring Construction Competitiveness in Selected Countries, Final Report. School of Construction Management and Engineering* žiūrėta [2019-10-22]. Prieiga per internetą: https://www.reading.ac.uk/web/files/innovativeconstructionresearchcentre/icrc-25-d-Final_report.pdf
22. Frantzen, D. (2011). R&D and manufacturing production specialization in developed economies. *Applied Economics*, 40:23, 3009-3027. doi: 10.1080/00036840600994013.
23. Grubel, H., & Lloyd, P.J. (1971), The Empirical Measurement of Intra-Industry Trade. *Economic Record*, 47(4), 494-517. doi: 10.1111/j.1475-4932.1971.tb00772.x.
24. Haque, I., Bell, M., Dahlman, C., Lall, S., & Pavitt, K. (1995). *Trade, Technology, and International Competitiveness*. Washington D.C.: The World Bank.
25. Hickman, B. G. (1992). *International Productivity and Competitiveness*. New York: Oxford University Press.
26. Hinloopen, J., & Marrewijk, C. V. (2001). On the empirical distribution of the Balassa Index. *Review of World Economics*, 137(1). 1-49. doi: 10.1007/BF02707598.
27. Inter-American Development Bank. (2001). *The business of growth*. Washington, D.C. Inter-American Development Bank [žiūrėta 2019-10-17]. Prieiga per internetą: <https://books.google.lt/books?id=SdAQ2IahnEQC&pg=PA43&dq=export+competitiveness&hl=lt&sa=X&ved=0ahUKewijxJSwsrrlAhXykIsKHQeJBH04FBD0AQh7MAk#v=onepage&q=export%20competitiveness&f=false>
28. International Institute for Management Development [IMD]. (2017). *World Competitiveness Yearbook 2017*. Lausanne: IMD žiūrėta [2019-10-16]. Prieiga per internetą: http://www.otp.go.th/uploads/tiny_uploads/PDF/2560-08/IMDReport/IMDWorldCompetitivenessYearbook2017/IMD_World_Competitiveness_Yearbook_2017.pdf
29. International Trade Map. (2019). *Trade statistics for International business development* žiūrėta [2019-10-16]. Prieiga per internetą: https://www.trademap.org/Country_SelProduct_TS.aspx?nvpm=1%7c%7c%7c%7c%7c94%7c%7c%7c2%7c1%7c1%7c2%7c2%7c1%7c2%7c4%7c1
30. Kabašinskas, A., Štutenė, K. ir Ragulskienė, J. (2015). *Matematika 2, diferencialinė lygtys, tikimybių teorija ir matematinė statistika*. Kaunas: Technologija.
31. Kasiulevičius, V. ir Denapienė, G. (2008). Statistikos taikymas mokslinių tyrimų analizėje. *Gerontologija*, 9(3): 176–180 žiūrėta [2019-12-01]. Prieiga per internetą: http://www.gerontologija.lt/files/edit_files/File/pdf/2008/nr_3/2008_176_180.pdf
32. Katsikeas, C. S., Leonidou, L. C., & Morgan, N. A. (2000). Firm-Level Export Performance Assessment: Review, Evaluation, and Development. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 28(4), 493–511. doi: 10.1177/0092070300284003.
33. Ketels, C. (2016). *Review of Competitiveness Frameworks*. Dublin: National Competitiveness Council žiūrėta [2019-10-20]. Prieiga per internetą: https://www.hbs.edu/faculty/Publication%20Files/Review%20of%20Competitiveness%20Frameworks%20_3905ca5f-c5e6-419b-8915-5770a2494381.pdf
34. Kitson, M., Martin, R., & Tyler, P. (2004). Regional competitiveness: an elusive yet key concept? *Regional studies*, 38(9): 991-999. doi: <https://doi.org/10.1080/0034340042000320816>.

35. Kordalska, A., & Olczyk, M. (2014). Impact of the Manufacturing Sector on the Export Competitiveness of European Countries – a Spatial Panel Analysis. *Comparative Economic Research*, Vol. 17, No 4, 105-120 žiūrėta [2019-11-16]. Prieiga per internetą: <https://content.sciendo.com/view/journals/cer/17/4/article-p105.xml>.
36. Langford, D., & Male, S. (2001). *Strategic Management in Construction (2nd ed.)*. Oxford: Blackwell Science.
37. Leonidou, L. C., Katsikeas, C. S., & Samiee, S. (2002). Marketing Strategy Determinants of Export Performance: a Meta-Analysis. *Journal of Business Research*, 55(1): 51–67. doi: 10.1016/S0148-2963(00)00133-8.
38. Leonidou, L.C. (1995). Empirical Research on Export Barriers: Review, Assessment, and Synthesis. *Journal of International Marketing*, Vol. 3 No. 1, 29-43 žiūrėta [2019-11-04]. Prieiga per internetą: https://www.jstor.org/stable/25048577?seq=1#page_scan_tab_contents
39. Lietuvos bankas. (2013). *Lietuvos ekonomikos apžvalga, 2013 m. gegužė*. Vilnius: Lietuvos bankas žiūrėta [2019-12-02]. Prieiga per internetą: <https://www.lb.lt/lt/leidiniai/lietuvos-ekonomikos-apzvalga-2013-m-geguze>
40. Lietuvos bankas. (2019). *Lietuvos ekonomikos apžvalga, 2019 m. kovas*. Vilnius: Lietuvos bankas [žiūrėta 2019-10-12]. Prieiga per internetą: <https://www.lb.lt/lt/leidiniai/lietuvos-ekonomikos-apzvalga-2019-m-kovas>
41. Lietuvos statistikos departamentas. (2019). *Ekonominės veiklos rūšių klasifikatorius 2 redakcija (EVRK 2 red.)*. Vilnius: Lietuvos statistikos departamentas [žiūrėta 2019-10-12]. Prieiga per internetą: <https://osp.stat.gov.lt/static/evrk2.htm>
42. Lietuvos statistikos departamentas. (2019). *Kombinuotoji nomenklatura*. Vilnius: Lietuvos statistikos departamentas [žiūrėta 2019-11-29]. Prieiga per internetą: <https://osp.stat.gov.lt/603>
43. Lietuvos statistikos departamentas. (2019). Prieiga per internetą: <http://www.stat.gov.lt/>
44. Lu, W. S. (2006). A System for Assessing and Communicating Contractors' Competitiveness. *Thesis Submitted to the Competitiveness in Construction: a Critical Review of Research*. University, Hong Kong žiūrėta [2019-10-22]. Prieiga per internetą: <http://hdl.handle.net/10397/2096>.
45. Madiyarova, D., Amirbekova, A., & Syrlybayev, M. (2018). Comparative advantages of Kazakhstan assessed by the Balassa Index: consistently competitive exports are limited to raw materials with low added value. *Journal of Business and Retail Management Research (JBRMR)*, Vol. 12 Issue 3, 201-210 žiūrėta [2019-10-30]. Prieiga per internetą: https://media.proquest.com/media/hms/PFT/1/BCaN5?_s=Suvqcau6KTmqkI53oRzH6EwVZ%2B4%3D
46. Majerova, I., & Nevima, J. (2015). Macroeconomic determinants of competitiveness in the countries of Visegrad Group plus. In *Recent Advances in Environmental and Earth Sciences and Economics* (p. 296-303). Greece: Zakynthos Island žiūrėta [2019-10-15]. Prieiga per internetą: <http://www.inase.org/library/2015/zakynthos/ENG.pdf>.
47. Navickas, V. ir Malakauskaitė, A. (2010). Konkurencingumo vertinimo metodologinės problemos ir ribotumas. *Verslas: teorija ir praktika*, 11(1), 5-11. doi: 10.3846/btp.2010.01.
48. Organisation for Economic Co-operation and Development [OECD]. (2002). *Foreign Direct Investment for Development, Maximising benefits, minimising costs*. OECD žiūrėta [2019-11-12]. Prieiga per internetą: <https://www.oecd.org/investment/investmentfordevelopment/1959815.pdf>
49. Pilinkienė, V. (2015). R&D Investment and Competitiveness in the Baltic States. *Social and Behavioral Sciences*, 213, 154-160 žiūrėta [2019-11-22]. Prieiga per internetą: <https://etalpykla.lituanistikadb.lt/object/LT-LDB0001:J.04~2015~1564768254296/J.04~2015~1564768254296.pdf>
50. Porter, M. E. (1980). *Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors*. New York: Free Press.
51. Porter, M. E. (1985). *Competitive Strategy*. New York: Free Press.
52. Porter, M. E. (1990). *The Competitive Advantage of Nations*. New York: The Free Press.

53. Porter, M. E. (1998). *On Competition*. Harvard Business Review Book
54. Reiljan, J., Hinrikus, M., & Ivanov, A. (2000). Key Issues In Defining And Analysing The Competitiveness Of A Country. *University of Tartu - Faculty of Economics and Business Administration Working Paper Series I*, 1-59 žiūrėta [2019-11-10]. Prieiga per internetą: <https://majandus.ut.ee/sites/default/files/mtk/RePEc/mtk/febpdf/febawb1.pdf>
55. Remeikienė, R., Gasparėnienė, L., ir Sadeckas, A. (2019). The Determinants of the Competitiveness of Lithuanian Export: Macroeconomic Approach. *Verslas: teorija ir praktika*, 20: 170–178. doi: <https://doi.org/10.3846/btp.2019.16>
56. Sabonienė, A. (2007). *Pramonės restruktūrizacija ir konkurencingumas*. Kaunas: Technologija.
57. Schwab, K., Porter, M. E., & Sachs, J. D. (2001). *The Global Competitiveness Report 2001–2002*. Switzerland: World Economic Forum žiūrėta [2019-10-20]. Prieiga per internetą: <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.476.4940&rep=rep1&type=pdf>
58. Sousa, C. M. P., Martínez-López, F. J., & Coelho, F. 2008. The Determinants of Export Performance: A Review of the Research in the Literature Between 1998 and 2005. *International Journal of Management Reviews*, 10(4): 343–374. doi: 10.1111/j.1468-2370.2008.00232.x
59. Styles, C. and Ambler, T. (1994). Successful Export Practice: the UK Experience. *International Marketing Review*, 11, 23–47. doi: 10.1108/02651339410072999.
60. Stundžienė, A. (2018). *Ekonominės statistikos praktikumas su MS Excel*. Kaunas: Technologija.
61. Sujova, A., Hlavačková, P., & Marcinekova, K. (2015). Evaluating the Competitiveness of Wood Processing Industry, 281-288. *Department of Forest and Wood Products Economics and Policy Faculty*. doi:10.5552/drind.2015.1432.
62. Terpstra, V., & Sarathy, R. (2000). *International Marketing*. USA: Dryden Press.
63. Tesfom, G., & Lutz, C. (2006). A classification of export marketing problems of small and medium sized manufacturing firms in developing countries. *International Journal of Emerging Markets*, 1(3), 262–281 žiūrėta [2019-11-08]. Prieiga per internetą: https://www.researchgate.net/publication/235260601_A_classification_of_export_marketing_problems_of_small_and_medium_sized_manufacturing_firms_in_developing_countries
64. Tyson, D. L. (1992). *Who's Bashing Whom: Trade Conflict in High Technology Industries*. Washington, D.C.: Institute for International Economics.
65. Toming, K. (2007). The Impact of EU Accession on the Export Competitiveness of the Estonian Food Processing Industry. *Post-Communist Economies*, Vol. 19, No. 2, 187-207. doi: <https://doi.org/10.1080/14631370701312170>.
66. Travkina, I. ir Tvaronavičienė, M. (2011). Export Competitiveness and Domestic Productivity Facets: Case of Lithuania. *Journal of Business Economics and Management*, 12:1, 49-68. doi: 10.3846/16111699.2011.555360
67. United Nations Conference on Trade and Development [UNCTAD]. (2000). *The Competitiveness Challenge: Transnational Corporations and Industrial Restructuring in Developing Countries*. New York: United Nations žiūrėta [2019-11-10]. Prieiga per internetą: https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=16&ved=2ahUKEwitr6if5eflAhXHllsKHW1C6YQFjAPegQICBAC&url=https%3A%2F%2Fvi.unctad.org%2Fresources-mainmenu-64%2Fdigital-library%3Ftask%3Ddl_doc%26doc_name%3Dcomprestdf&usq=AOvVaw3Mx0zNnHXMMG3OqciPe1k4
68. United Nations Conference on Trade and Development [UNCTAD]. (2005). *Improving the Competitiveness of SMEs Through Enhancing Productive Capacity: Proceedings of Four Expert Meetings*. New York: United Nations žiūrėta [2019-11-04]. Prieiga per internetą: https://unctad.org/en/Docs/iteteb20051_en.pdf
69. Verslo žinios. (n.d.). *Žodynas* žiūrėta [2019-11-22]. Prieiga per internetą: <http://zodynas.vz.lt/darbo-sanaudos-vienam-produkcijos-vienetui>

Priedai

1 priedas. Eksportuojamų baldų pramonės produkcijos vertės įvairiose šalyse, 2014–2018 m., tūkst. EUR

Eksportuotojai	Eksporto vertė 2014 m.	Eksporto vertė 2015 m.	Eksporto vertė 2016 m.	Eksporto vertė 2017 m.	Eksporto vertė 2018 m.
Kinija	70245869	88766941	79070246	78758256	81641762
Vokietija	13610048	14657530	15243216	15293671	15787730
Lenkija	8982641	9834954	10640596	11395803	12560351
Italija	10835495	11543157	11766608	12146627	12323410
JAV	8909771	10412769	9954881	9570013	9179247
Meksika	7273502	8921419	9355532	9449770	8973575
Vietnamas	3774178	4939856	5291954	5871512	6274320
Kanada	3716819	4745733	5123470	5062143	4917318
Čekijos Respublika	3273043	3840564	4475342	4737452	4806051
Olandija	2883779	3442458	3586363	4074862	4186753
Prancūzija	3115903	3426877	3534938	3542309	3531552
Jungtinė Karalystė	2748731	3242085	3243004	3533753	3425216
Ispanija	2479646	2720434	3080341	3220459	3234618
Turkija	2235061	2480737	2402136	2443433	2650857
Danija	2211442	2419565	2504212	2580734	2601242
Rumunija	2032415	2205015	2342329	2402035	2519823
Švedija	2247478	2343981	2274942	2371514	2416119
Malaizija	2157799	2405421	2328458	2348478	2316659
Belgija	1999689	2081510	2191075	2283608	2251072
Austrija	2082853	2091974	2024893	2106402	2173451
Lietuva	1566228	1623313	1746343	1913155	2128878

2 priedas. Lietuvos baldų pramonės produkcijos vertė 2014–2018 m.

		C3101 Įstaigos ir prekybos įmonių (parduotuvių) baldų gamyba	C3102 Virtuvės baldų gamyba	C3103 Čiužinių gamyba	C3109 Kitų baldų gamyba
Produkcijos vertė, tūkst. EUR	2014	146030	22667	128342	1079537
	2015	165293	30362	116327	1100867
	2016	177387	31071	81712	1176295
	2017	188194	30292	88125	1335168
	2018	220972	31618	102403	1297919

3 priedas. Lietuvos baldų pramonės produkcijos eksporto augimas pagal vertę 2014–2018 m.

Produkcijos kodas	Produkcijos pavadinimas	Eksporto augimas pagal vertę 2013-2014, %	Eksporto augimas pagal vertę 2014-2015, %	Eksporto augimas pagal vertę 2015-2016, %	Eksporto augimas pagal vertę 2016-2017, %	Eksporto augimas pagal vertę 2017-2018, %
'9403	Kiti baldai ir jų dalys	15	4	5	12	7
'9401	Sėdimieji baldai	9	4	9	14	13
'9404	Čiužinių karkasai, patalynės reikmenys ir kt.	17	12	6	-1	17
'9402	Baldai, skirti naudoti medicinoje, chirurgijoje ir kt.	100	-19	-27	10	17

4 priedas. Lietuvos ir pasaulio baldų pramonės eksporto rodikliai pagal skirtingas produkcijos klases 2014–2018 m.

Lietuvos baldų pramonės eksportas, tūkst. EUR						
Produkcijos kodas	Produkcijos pavadinimas	2014	2015	2016	2017	2018
'9403	Kiti baldai ir jų dalys	907572	948098	999007	1116383	1199106
'9401	Sėdimieji baldai	313111	325430	354517	402557	455482
'9404	Čiužinių karkasai, patalynės reikmenys ir kt.	95762	107192	113891	112581	131442
'9402	Baldai, skirti naudoti medicinoje, chirurgijoje ir kt.	6417	5206	3809	4205	4916
Pasaulio baldų pramonės eksportas, tūkst. EUR						
Produkcijos kodas	Produkcijos pavadinimas	2014	2015	2016	2017	2018
'9403	Kiti baldai ir jų dalys	64175001	73435361	71723145	73446715	75464512
'9401	Sėdimieji baldai	54884346	63646016	64331195	66994683	68887123
'9404	Čiužinių karkasai, patalynės reikmenys ir kt.	11774546	13548442	13709246	14634906	15595534
'9402	Baldai, skirti naudoti medicinoje, chirurgijoje ir kt.	2964694	3340470	3102217	3287189	3363501

Bendras Lietuvos eksportas, tūkst. EUR

Bendras pasaulio eksportas, tūkst. EUR

24370409	14202754388
22892925	14774643884
22609551	14350262701
25979975	15535880088
28226286	16329352770

5 priedas. Materialinės investicijos į Lietuvos baldų pramonę, pagal finansavimo šaltinius 2014–2018 m.

	2014	2015	2016	2017	2018
Materialinės investicijos iš viso	39031	47591	63265	61386	79674
Iš viso pagal finansavimo šaltinius	5128686	5699403	5683369	6022305	6357301
Valstybės biudžetas	504524	605126	664198	783605	550031
Europos Sąjungos parama	863313	762750	227571	266856	410089
Savivaldybių biudžetai	67043	86698	112913	152280	234340
Nuosavos lėšos	2638433	2999080	3088824	3303136	3374884
Paskolos	1028420	1205997	1555284	1488778	1765264
Nebiudžetiniai fondai	26953	39752	34579	27650	22693

Materialinės investicijos to meto kainomis, tūkst. EUR

6 priedas. Nematerialinės investicijos į Lietuvos baldų pramonę, pagal finansavimo šaltinius 2014–2018 m.

	2014	2015	2016	2017	2018	
Įmonių nematerialusis turtas, tūkst. EUR	Įmonių nematerialusis turtas, iš viso	4123	4211	2922	3389	4726
	Plėtros darbai	177	897	25	18	12
	Prestižas	91	103	284	434	576
	Patentai ir licencijos	412	363			
	Programinė įranga	1905	1065	2210	2396	2482
	Autorių teisės į literatūros, mokslo ir meno kūrinius	39	109			
	Kitas nematerialusis turtas	1048	1202	202	309	852
	Koncesijos, patentai, licenzijos, prekių ženklai ir panašios teisės	451	472	201	232	804