

Lietuvos patrauklumas investicijoms ir tarptautinei prekybai

Tyrimo metodologija

- **Tyrimo laikas:** 2010 m. liepos 28 – rugsėjo 22 d.
- **Respondentų skaičius:** $N = 501$.
- **Tikslinė grupė:** asmenys, vadovaujančias pozicijas užimantys dideliuose verslo subjektuose/ įmonėse (turinčiuose ne mažesnę nei 50 mln. litų metinę apyvartą).
- **Duomenų bazė:** tyrimo metu buvo naudojama Dun & Bradstreet duomenų bazė (<http://www.dnb.com/us/>).
- **Apklauso būdas:** respondentai apklausiami telefonu ir internetu. Respondentams buvo skambinama ir klausimynai internetu buvo siunčiami iš Lietuvos.
- **Interviu kalba:** anketa buvo išversta į anglų, vokiečių, danų, švedų, norvegų kalbas. Interviu telefonu vyko anglų ir vokiečių kalbomis. Internetu klausimynas respondentams buvo pateikiamas jų gimtąja ir anglų kalba.
- **Apklausa vyko:** Jungtinėje Karalystėje, Vokietijoje, Danijoje, Švedijoje, Norvegijoje.
- **Projekto koordinatoriai:** dr. Vladas Gaidys, UAB Vilmorus;
Alina Norgėlaitė, UAB Vilmorus;
Edmundas Bražėnas, UAB Rinkos tyrimų centras

Standartinė statistinė paklaida

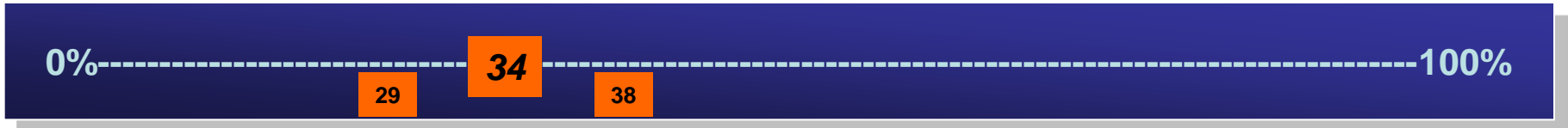
Atsakymų pasiskirstymas	Atsakiusiųjų skaičius						
	100	200	300	500	700	850	1000
50 proc.	9.8	7	5.8	4.4	3.7	3.4	3.2
45 – 55 proc.	9.8	7	5.8	4.4	3.7	3.3	3.2
40 - 60 proc.	9.7	7	5.6	4.4	3.6	3.3	3
35 – 65 proc.	9.6	6.8	5.6	4.2	3.5	3.2	3
30 – 70 proc.	9.2	6.4	5.2	4	3.4	3.1	2.8
25 – 75 proc.	8.6	6.2	5	3.8	3.2	2.9	2.8
20 – 80 proc.	8	5.6	4.6	3.6	3	2.7	2.6
15 – 85 proc.	7.2	5	4.2	3.2	2.7	2.4	2.2
10 – 90 proc.	6	4.2	3.4	2.6	2.2	2	1.8
5 – 95 proc.	4.4	3	2.6	2	1.6	1.5	1.4

Kaip naudotis lentele:

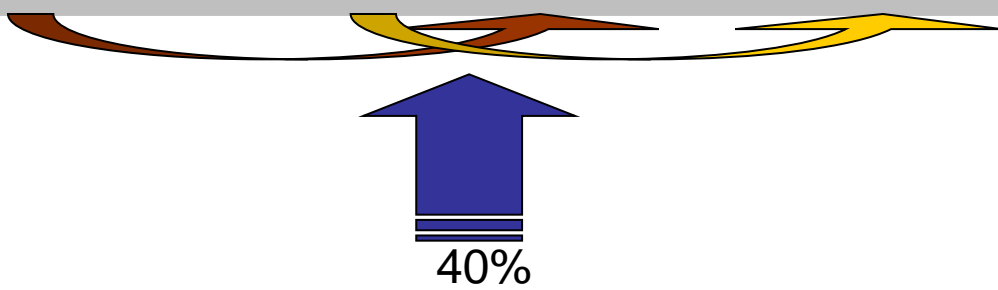
Apklausoje duomenimis 33,5 proc. apklaustųjų teigia, kad yra buvę Lietuvoje. Į šį klausimą atsakė 500 respondentų. Paklaidos dydis yra $\pm 4,2$ proc. Tai reiškia, kad tikrasis visų TG atstovų, buvusių Lietuvoje, procentas yra intervale nuo 29,3 proc. iki 37,7 proc. Teigti, kad tai yra tiesa statistiniu požiūriu galime su 95 proc. tikimybe.

Reikšmingų skirtumų paieška

n-500



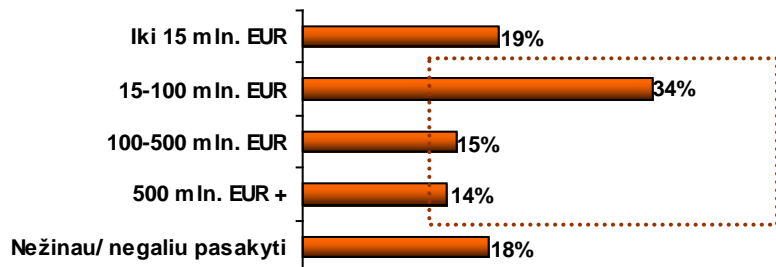
n-100



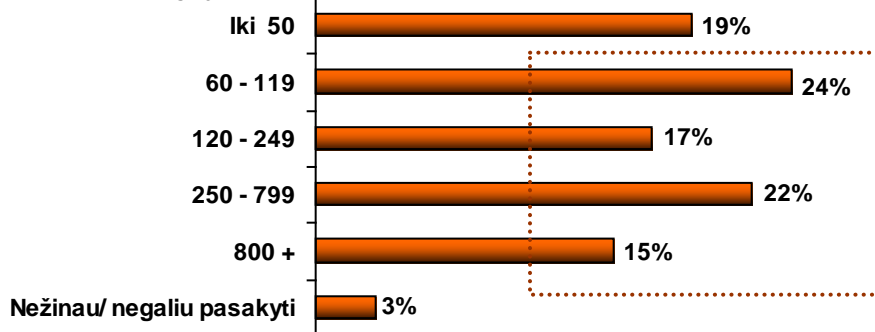
Ekspertinės išvados remiasi faktiškai gautų procentų, vidurkių ir pan. palyginimu (šiuo atveju lyginami skaičiai 33% ir 46%), patirtimi ir kitais informacijos šaltiniais, tačiau statistinė šio tyrimo duomenų analizė statistiškai reikšmingo skirtumo neatras.

Respondentai

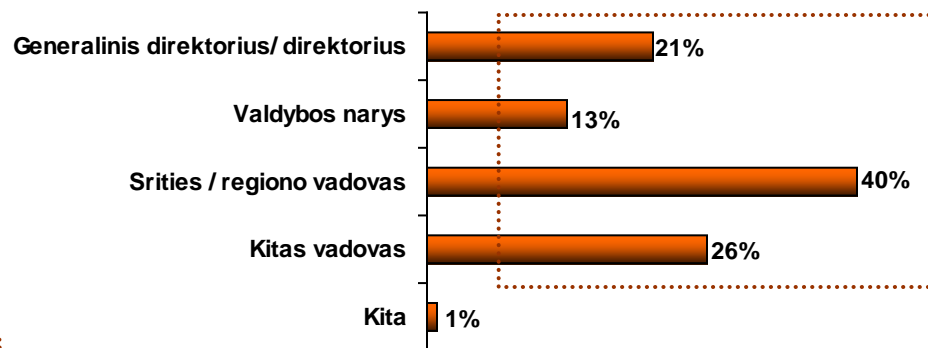
Įmonės apyvarta



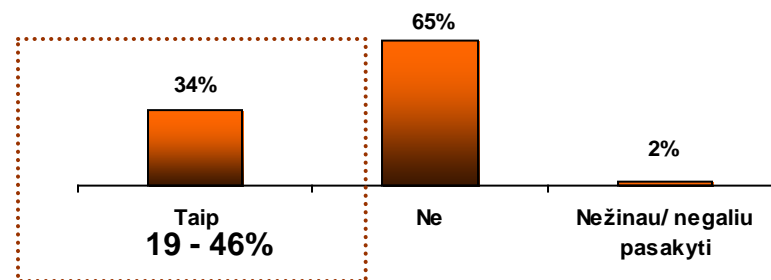
Darbuotojų skaičius



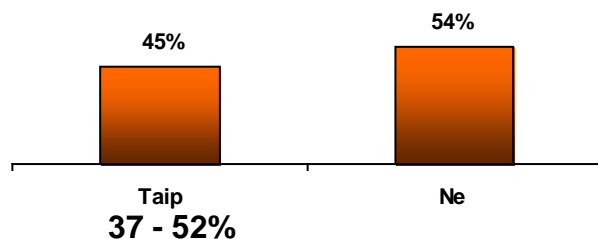
Respondento pareigos



Ar Jums yra tekę būti Lietuvoje?

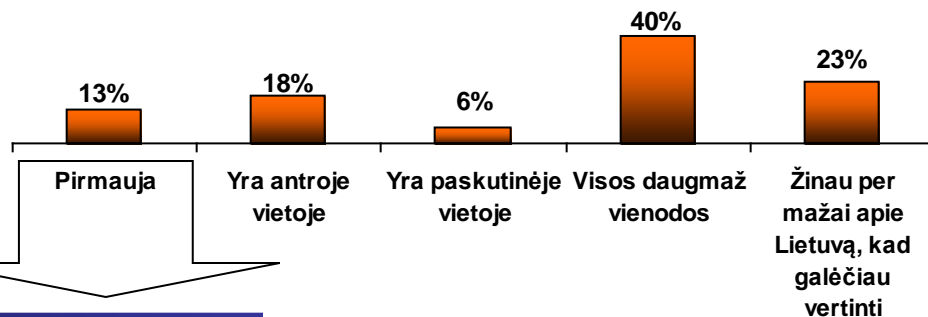


Ar Jūsų įmonė vykdo kokią nors veiklą Baltijos šalyse?



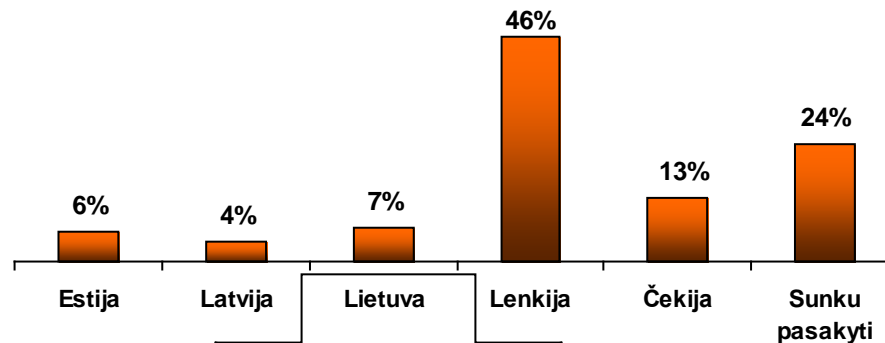
Lietuvos konkurencinė aplinka

Jūsų nuomone, Lietuva lyginant su kitomis Baltijos šalimis...



Vokietija – 19%
Danija – 16%
Norvegija – 16%
Švedija – 9%
JK – 9%

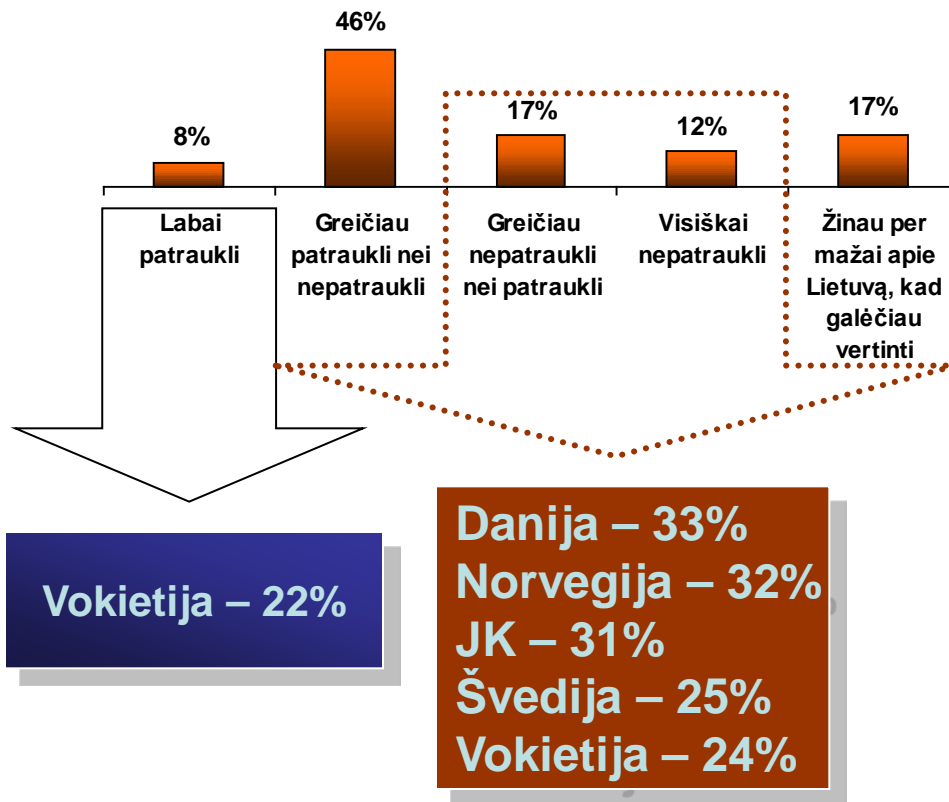
Kokią šalį savo verslo plėtrai rinktumėtės visų pirma, jei reikėtų rinktis iš šių šalių?



Norvegija – 9%
Vokietija – 8%
JK – 7%
Danija – 6%
Švedija – 6%

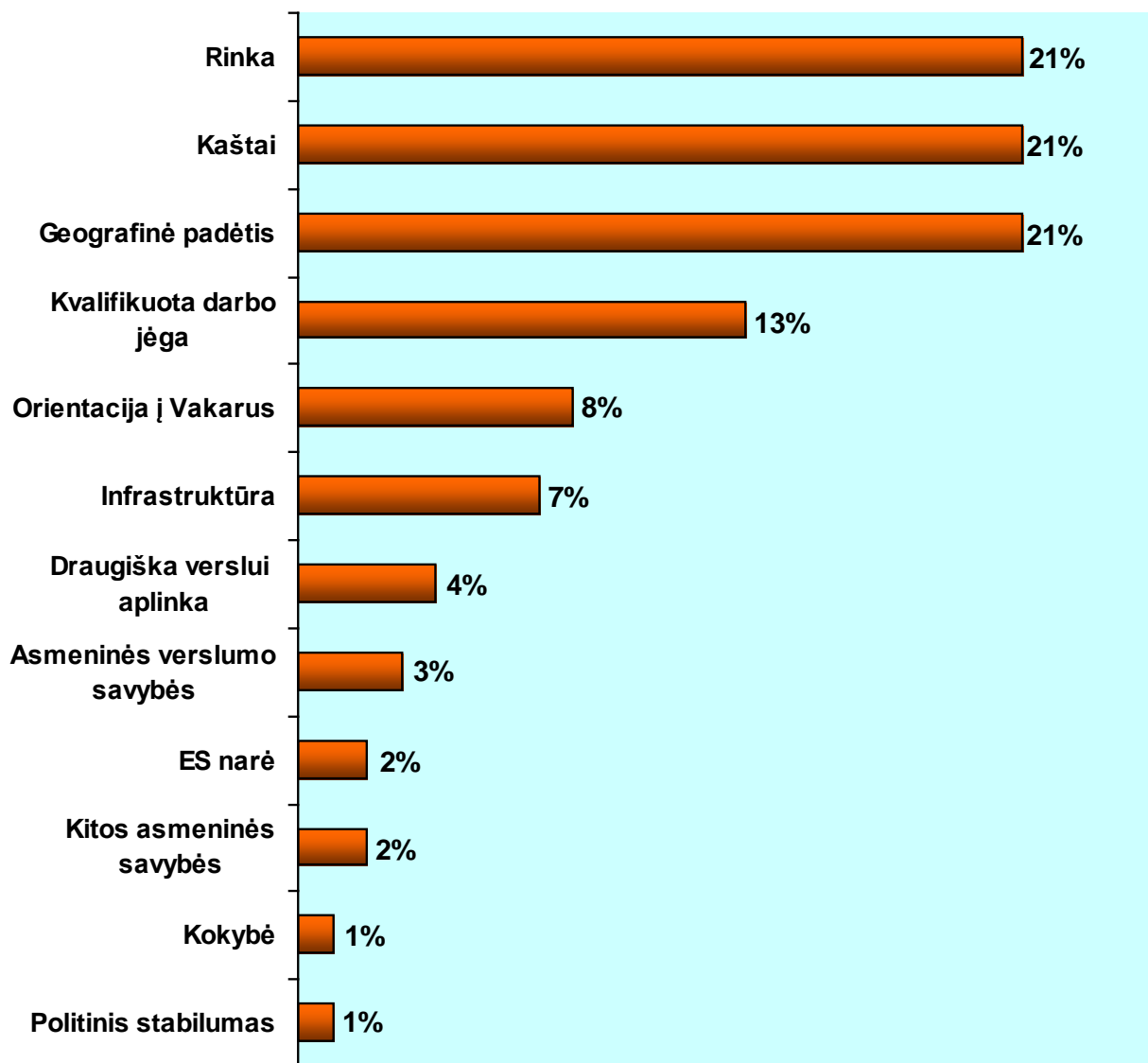
Lietuvos patrauklumas investicijoms

Ar Lietuva yra patraukli šalis vystyti verslą (*gamybos perkėlimas, filialų steigimas, mokslinių centrų vystymas, logistikos centrų kūrimas, prekyba ir pan.*)?



Lietuvos privalumai

Lietuvos privalumai investicijoms, tarptautinei prekybai ir verslo plėtojimui



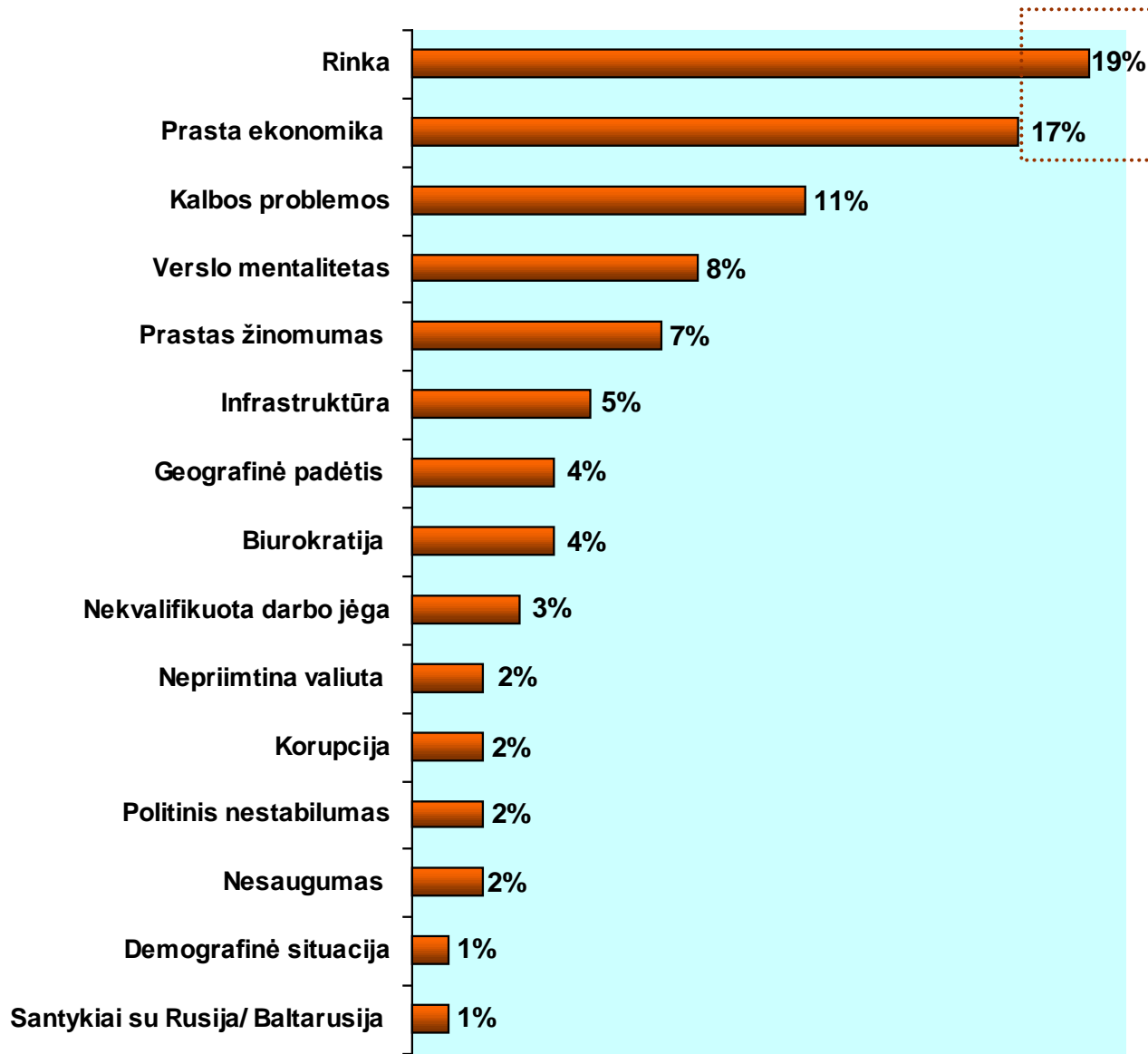
RINKA: nauja, greitai auganti rinka, auganti ekonomika, stipri perkamoji galia, didelis vartojimas, didžiausia iš Baltijos šalių ir pan.

KAŠTAI: pigus pragyvenimas, pigi darbo jėga, pigi žaliava

GEOGRAFIJA: arti Rusijos, arti respondento šalies, tarp Rytų ir Vakarų ir pan.

Lietuvos trūkumai

Lietuvos trūkumai investicijoms, tarptautinei prekybai ir verslo plėtojimui



RINKA: maža rinka, netinkama rinka, neatsiperka investicijas, maža šalis, žemos produkcijos kainos, maža perkamoji galia, skurdi šalis ir pan.

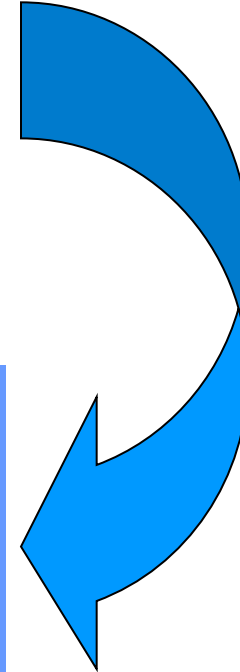
EKONOMIKA: ekonominė krizė, lėtai besivystanti, nestabili rinka, finansinis nestabilumas, prasta ekonominė padėtis ir pan.

Reputacijos faktoriai

Ar Lietuva yra patraukli šalis vystyti verslą (gamybos perkėlimas, filialų steigimas, mokslinių centrų vystymas, logistikos centrų kūrimas, prekyba ir pan.)?

- ❖ Labai patraukli
- ❖ Greičiau patraukli nei nepatraukli
- ❖ Greičiau nepatraukli nei patraukli
- ❖ Visiškai nepatraukli
- ❖ Žinau per mažai apie Lietuvą, kad galėčiau vertinti

- 1 Aukšta specialistų kvalifikacija
- 2 Draugiški žmonės
- 3 Panašus mentalitetas
- 4 Gera gyventi
- 5 Gera geografija
- 6 Lengvai pasiekiami
- 7 Maža korupcija
- 8 Palankūs mokesčiai
- 9 Turtinga istorija ir kultūra
- 10 Kokybiškos prekės
- 11 Maža biurokratija
- 12 Teigiama verslo patirtis
- 13 Didelė rinka



Svarbiausi veiksniai

➤ Lietuvos rinka yra pakankamai didelė mūsų įmonės verslo plėtrai

➤ Mūsų šalies verslininkai turi teigiamos verslo patirties Lietuvoje

➤ Lietuvos geografinė padėtis yra palanki tarptautinio verslo plėtrai

➤ Lietuvoje yra daug aukštos kvalifikacijos specialistų

➤ Lietuvoje sukurtos prekės ir paslaugos yra aukštos kokybės

➤ Mokesčių sistema Lietuvoje yra palanki verslui

➤ Lietuva yra mažai korumpuota šalis

➤ Lietuva yra šalis, kurioje yra gera gyventi

➤ Biurokratija Lietuvoje nėra kliūtis vystyti verslą

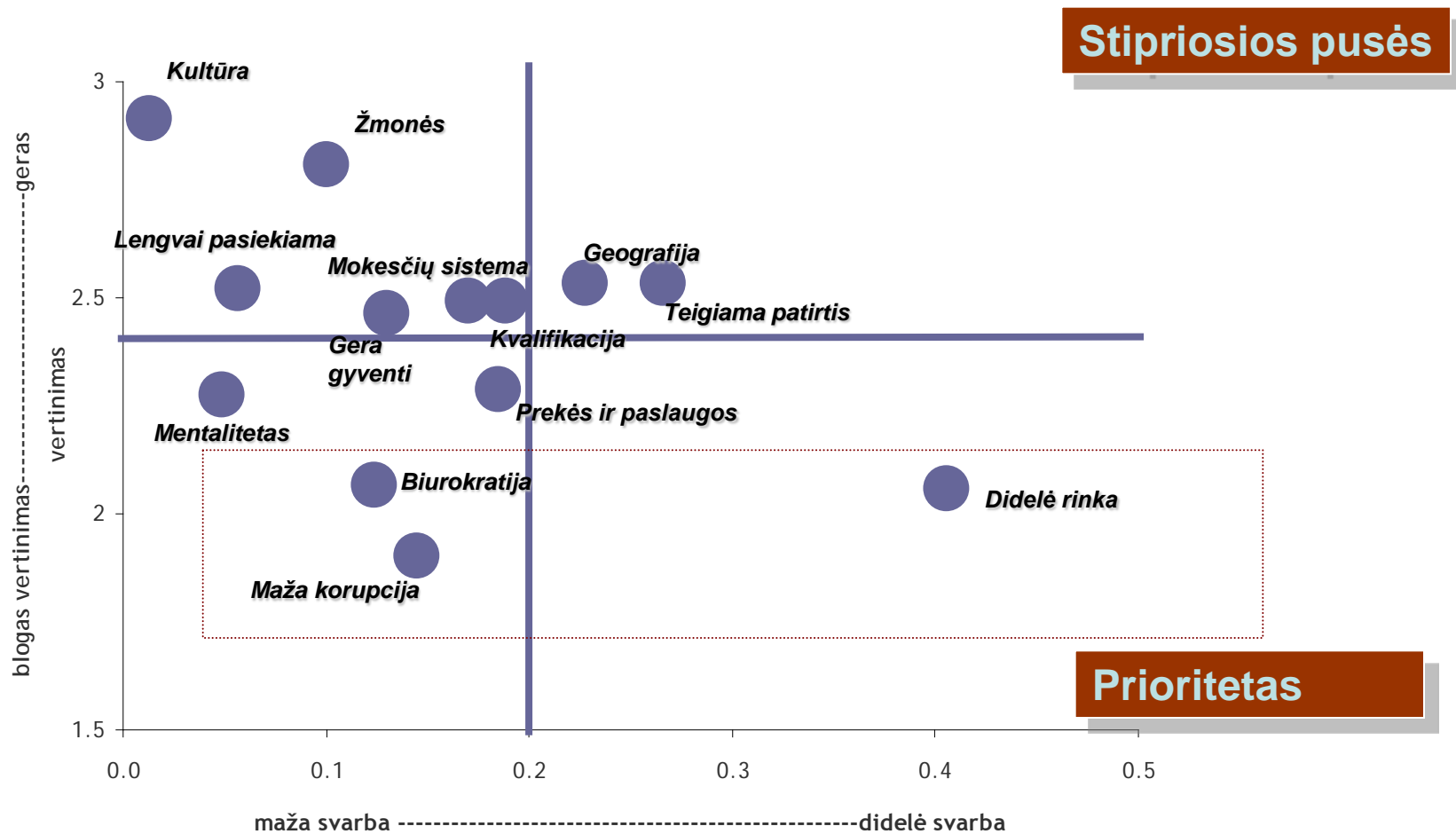
➤ Lietuvoje žmonės yra draugiški, jais galima pasitikėti

➤ Lietuva lengvai pasiekama (automobiliu/ lėktuvu ir pan.)

➤ Mūsų šalių gyventojų mentalitetas yra panašus

➤ Lietuvos istorija ir kultūra yra turtinga ir įdomi

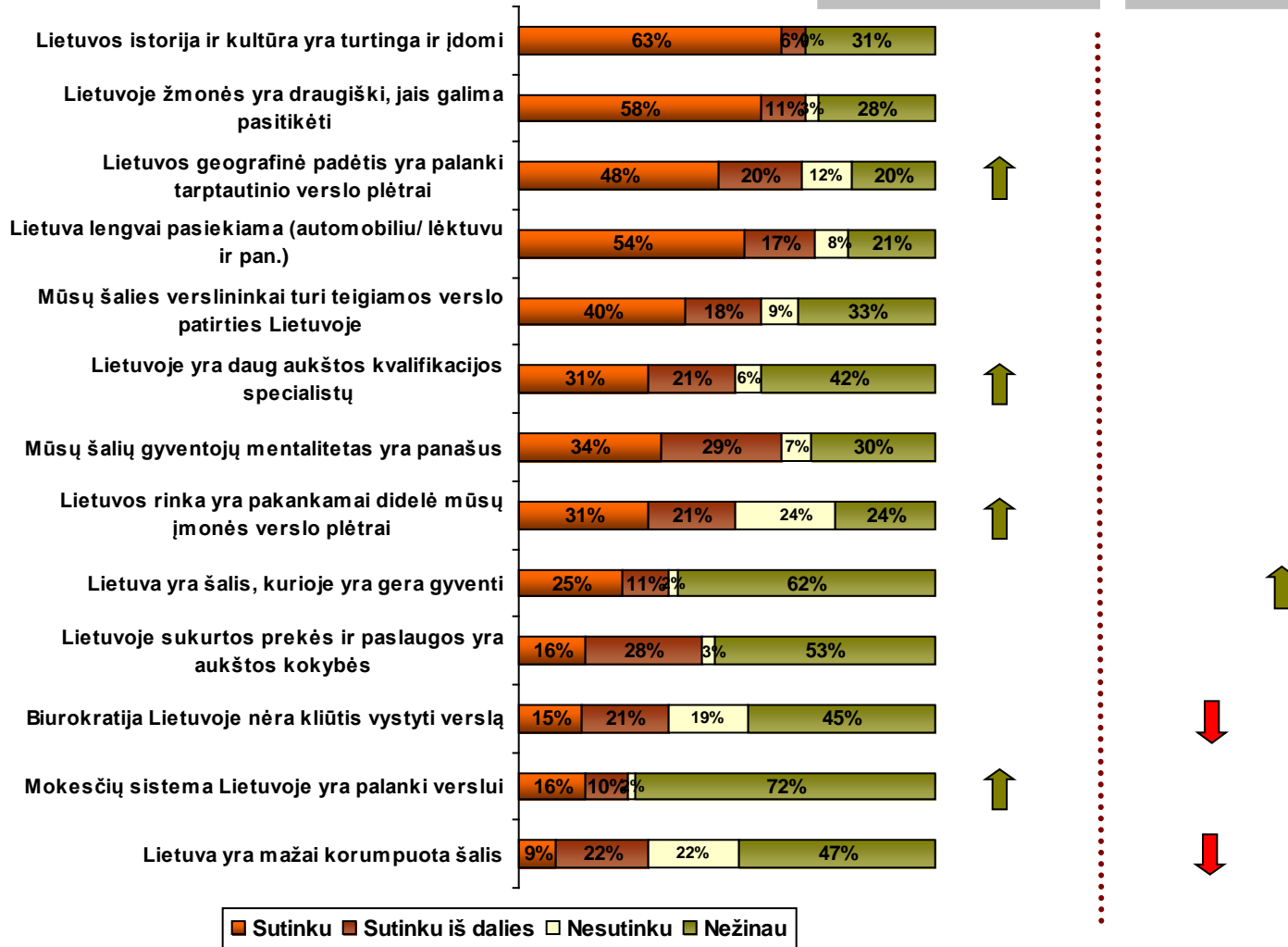
Veiksnių svarba ir vertinimas



Lietuva Danijos respondentų akimis

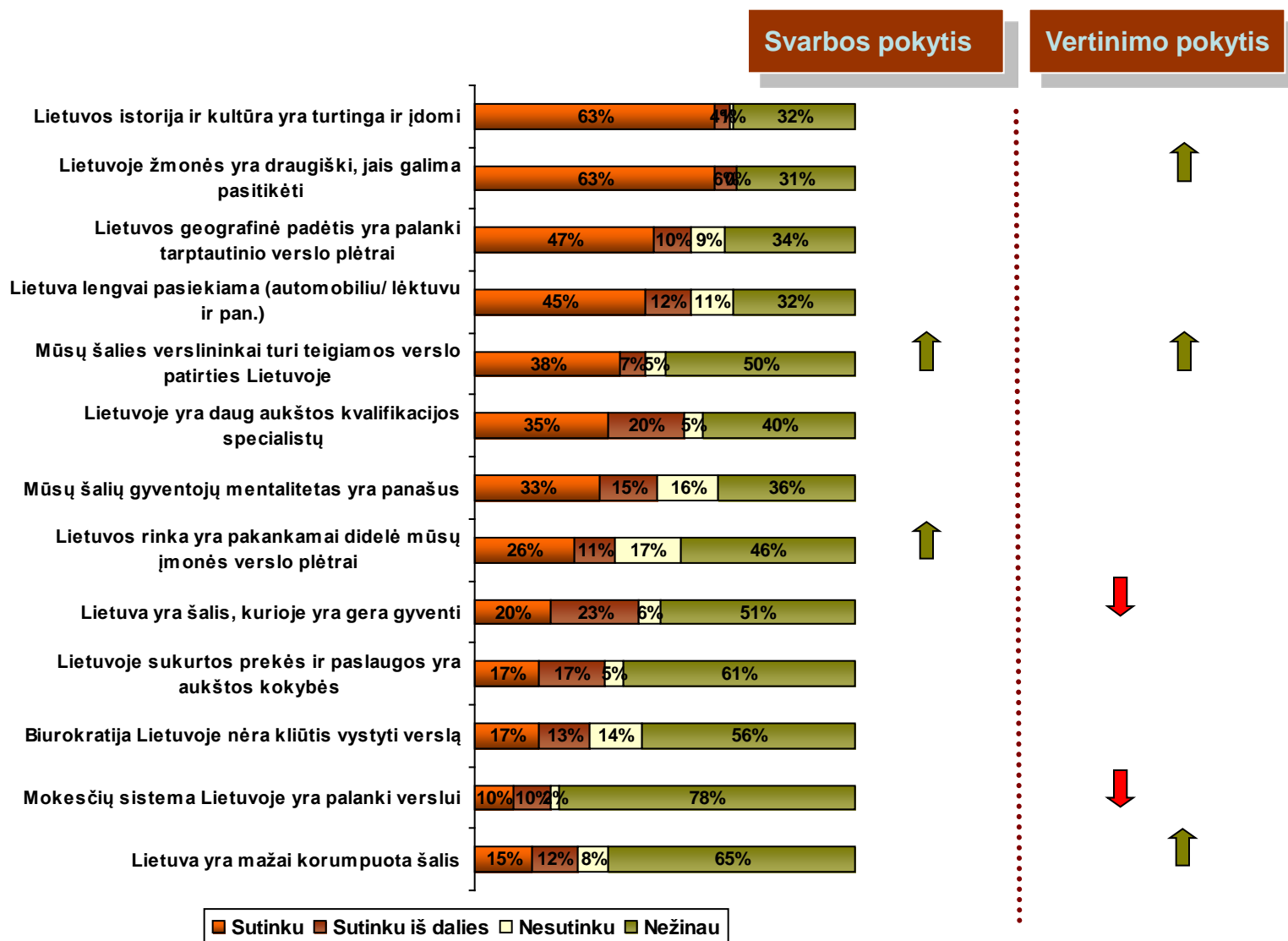
Svarbos pokytis

Vertinimo pokytis

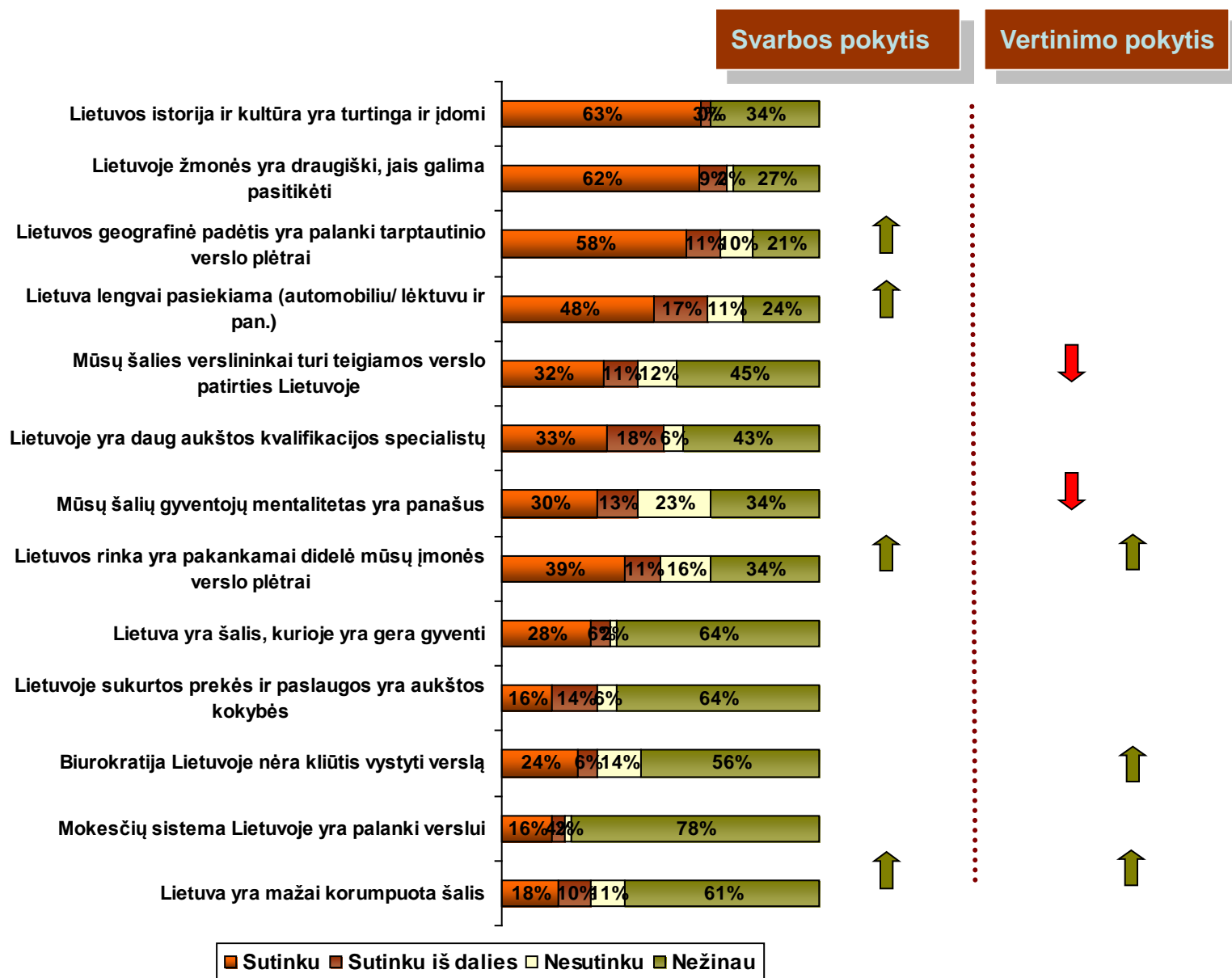


■ Sutinku
 ■ Sutinku iš dalies
 ■ Nesutinku
 ■ Nežinau

Lietuva Vokietijos respondentų akimis



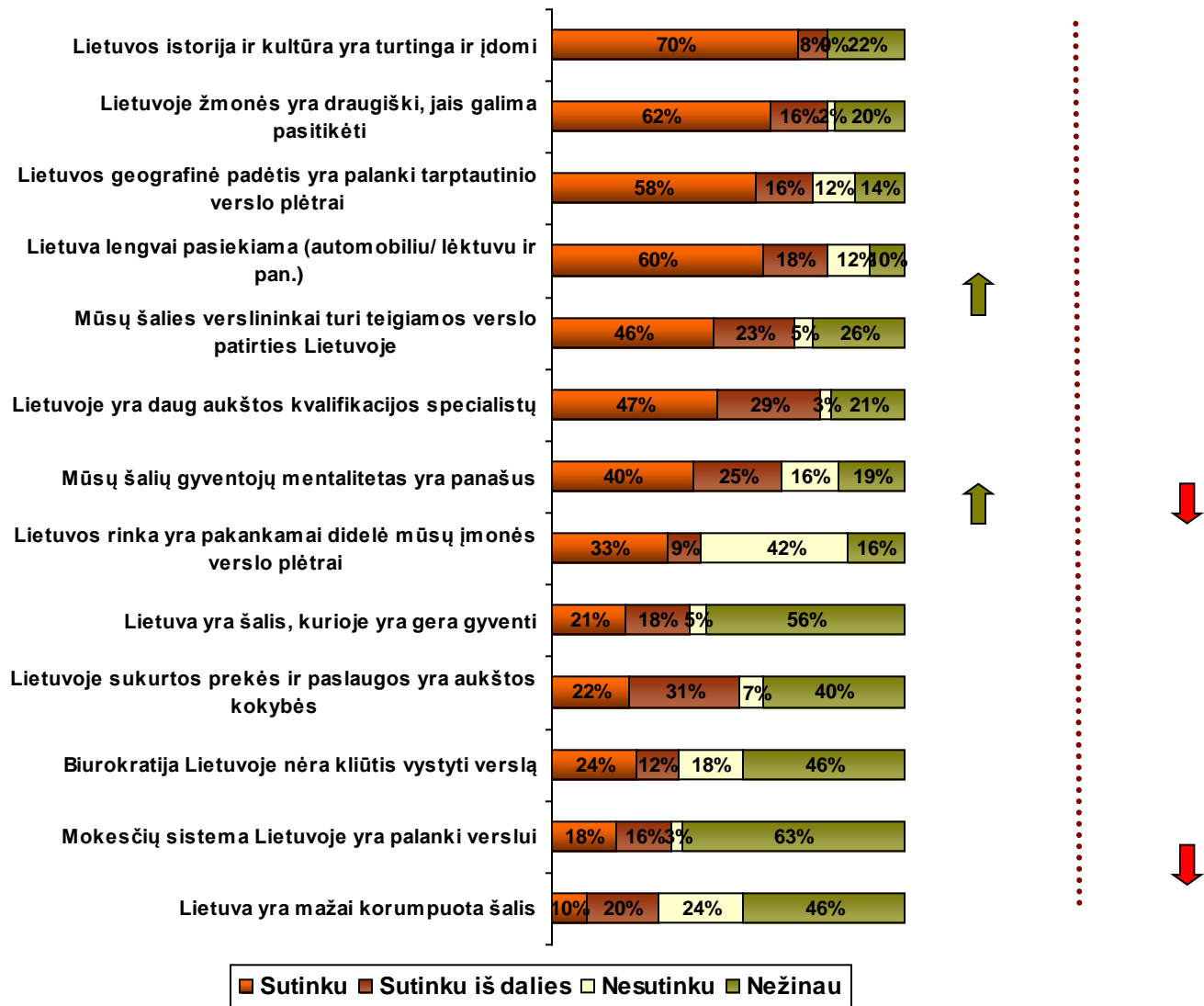
Lietuva JK respondentų akimis



Lietuva Norvegijos respondentų akimis

Svarbos pokytis

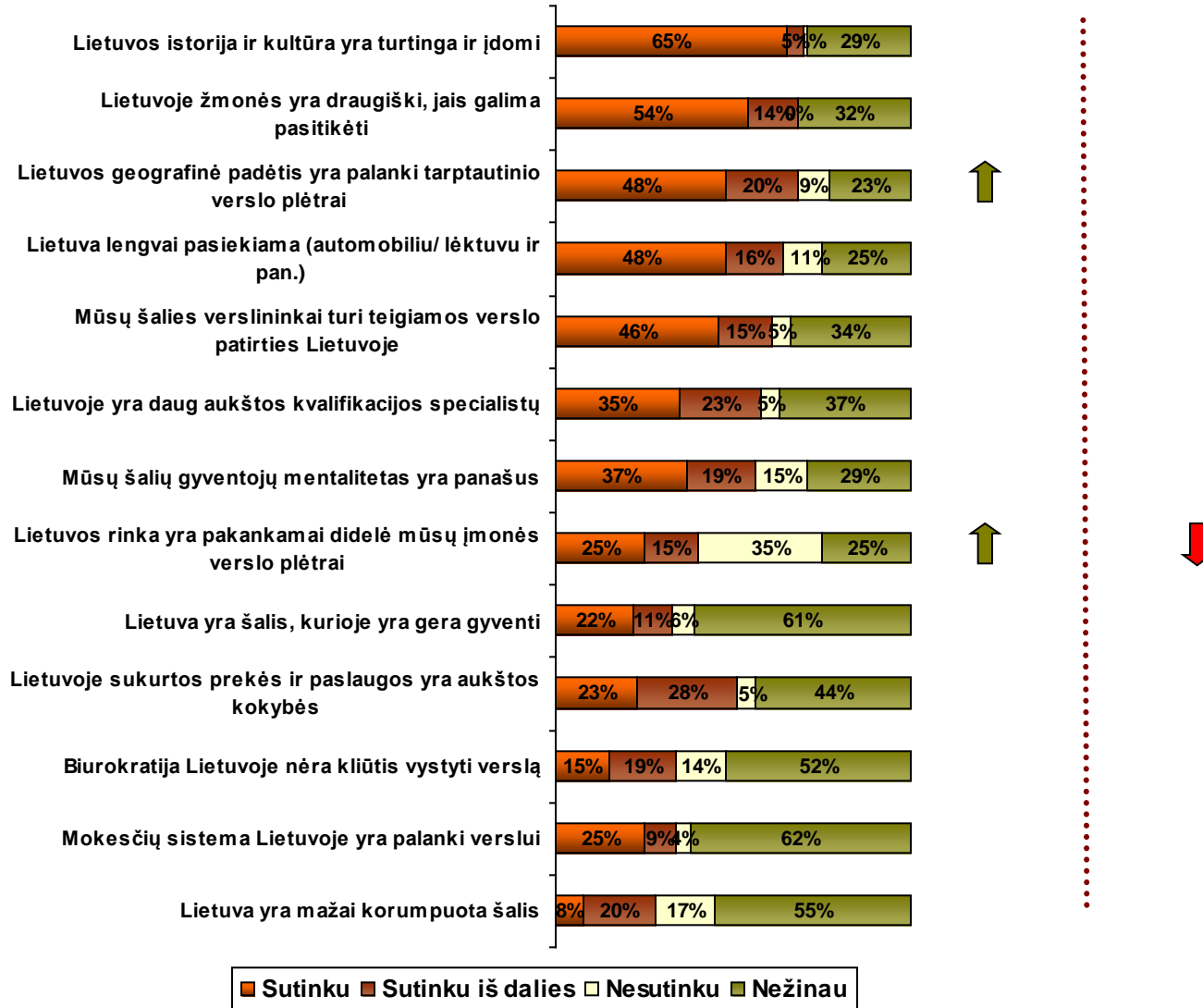
Vertinimo pokytis



Lietuva Švedijos respondentų akimis

Svarbos pokytis

Vertinimo pokytis



Apibendrinimai

3 svarbiausi Lietuvos rinkos privalumai, kuriuos pastebi potencialūs užsienio investuotojai

RINKA: nauja, greitai auganti rinka, auganti ekonomika, stipri perkamoji galia, didelis vartojimas, didžiausia iš Baltijos šalių ir pan.

KAŠTAI: pigus pragyvenimas, pigi darbo jėga, pigi žaliava ir pan.

GEOGRAFIJA: tarp Rytų ir Vakarų arti Rusijos ir kitų strateginių rinkų

3 svarbiausi Lietuvos rinkos trūkumai, kuriuos pastebi potencialūs užsienio investuotojai

RINKA: maža rinka, netinkama rinka, neatsiperka investicijos, maža šalis, žemos kainos, maža perkamoji galia, skurdi šalis

EKONOMIKA: ekonominė krizė, lėtai besivystanti, nestabili rinka, finansinis nestabilumas, prasta ekonominė padėtis ir pan.

3 paslėptos galimybės, kurios galėtų būti geriau išnaudojamos

Lietuvos rinka yra pakankamai didelė

Užsienio investuotojų sėkmės istorijos

Tarptautiniam verslui palanki geografija

Děkojame už děmesj!