

**VILNIAUS UNIVERSITETO
KAUNO HUMANITARINIO FAKULTETO**

VERSLO EKONOMIKOS IR VADYBOS KATEDRA

Tarptautinio verslo studijų programa
Kodas 62103S130

ERNESTAS GRUODIS

MAGISTRO BAIGIAMASIS DARBAS

LIETUVOS ĮMONIŲ TARPTAUTINĖ PLĖTRA

Kaunas 2008

**VILNIAUS UNIVERSITETO
KAUNO HUMANITARINIO FAKULTETO**

VERSLO EKONOMIKOS IR VADYBOS KATEDRA

ERNESTAS GRUODIS

MAGISTRO BAIGIAMASIS DARBAS

LIETUVOS ĮMONIŲ TARPTAUTINĖ PLĖTRA

Darbo vadovas _____
(parašas)

(darbo vadovo mokslo laipsnis,
mokslo pedagoginis vardas,
vardas ir pavardė)

Magistrantas _____
(parašas)

Darbo įteikimo data _____

Registracijos Nr. _____

Kaunas 2008

TURINYS

SANTRUMPŲ SĄRAŠAS	4
LENTELIŲ SĄRAŠAS.....	5
PAVEIKSLŲ SĄRAŠAS.....	6
ĮVADAS.....	8
1. ĮMONIŲ TARPTAUTINĖS PLĖTROS TEORIJS	11
1.1 Nuosavybės, vietos bei internacionalizacijos (NVI) paradigma	16
1.2 Tradicinės tiesioginių užsienio investicijų teorijos	18
1.3 Moderniosios tiesioginių užsienio investicijų teorijos	19
1.4 Radikaliosios tiesioginių užsienio investicijų teorijos.....	28
2. LIETUVOS ĮMONIŲ TIESIOGINĖS INVESTICIJOS UŽSIENYJE.....	30
2.1 Tyrimo metodologija	30
2.2 Lietuvos įmonių tiesioginių investicijų užsienyje analizė.....	31
3. LIETUVOS ĮMONIŲ TARPTAUTINĖS PLĖTROS YPATYBĖS.....	42
3.1 Pirmosios hipotezės patvirtinimas arba paneigimas	43
3.2 Antrosios hipotezės patvirtinimas arba paneigimas	49
3.3 Trečiosios hipotezės patvirtinimas arba paneigimas	52
3.4 Ketvirtosios hipotezės patvirtinimas arba paneigimas	57
IŠVADOS.....	63
SUMMARY	66
MOKSLINĖS LITERATŪROS SĄRAŠAS.....	67
INFORMACIJOS ŠALTINIŲ SĄRAŠAS	70
PRIEDAI.....	73

SANTRUMPŲ SĄRAŠAS

AB – akcinė bendrovė
EBPO – Ekonominio bendradarbiavimo ir plėtros organizacija
ES – Europos Sąjunga
IŠ – išsivysčiusios šalys
JAV – Jungtinės Amerikos valstijos
JK – Jungtinė Karalystė
LR – Lietuvos Respublika
MIŠ – mažiausiai išsivysčiusios šalys
MĮ – multinacionalinė įmonė
NIŠ – naujosios industrinės šalys
NVI – nuosavybė, vieta, internacionalizacija
NVS – Nepriklausomų valstybių sandrauga
PB – Pasaulio bankas
PPO – Pasaulio prekybos organizacija
TUI – tiesioginės užsienio investicijos
TVF – Tarptautinis valiutos fondas
UAB – uždaroji akcinė bendrovė

LENTELIŲ SĄRAŠAS

1 lentelė Investicijų pasiskirstymas tarp atskirų šalių 2000 – 2007 metų pradžioje, mln. Lt	33
2 lentelė Lietuvos įmonių skaičiaus pokytis, atliekančių tiesiogines investicijas užsienio šalyse, atsižvelgiant į jų vykdomas ekonominės veiklos rūšis 2006 – 2007 metų pradžioje.....	39
3 lentelė Lietuvos tiesioginės investicijos užsienyje pagal ekonomines zonas 2004 – 2005 metų pradžioje	39

PAVEIKSLŲ SĄRAŠAS

1 pav. Darbo eigos schema	9
2 pav. Produkto gyvavimo ciklo teorija ir kapitalo investavimas.....	21
3 pav. J. Dunning eklektinės teorijos modelis, grindžiamas NVI paradigmos veiksniais	26
4 pav. Sukauptosios tiesioginės Lietuvos investicijos užsienyje 2000 m. – 2007 m. spalio mėn.	33
5 pav. Lietuvos užsienio investicijų pasiskirstymas tarp atskirų šalių 2007 m. pradžioje	34
6 pav. Lietuvos investuotojų užsienyje skaičius 2000 – 2007 m. pradžioje.....	35
7 pav. Tiesiogiai investuojančių Lietuvos įmonių užsienyje skaičius 2000 – 2007 m. pradžioje.....	35
8 pav. Tiesiogiai investuojančių Lietuvos investuotojų užsienyje skaičius pagal atskiras šalis 2007 m. pradžioje.....	36
9 pav. Vieno Lietuvos investuotojo vidutinės investicijos į tam tikrą šalį 2007 m. pradžioje, mln. Lt	36
10 pav. Lietuvos įmonių tiesiogines investicijas pagal ekonominės veiklos rūšis 2007 m. pradžioje, mln. Lt	37
11 pav. Lietuvos įmonių skaičius, atliekančių tiesiogines investicijas užsienio šalyse, atsižvelgiant į jų vykdomas ekonominės veiklos rūšis, 2007 m. pradžioje.....	38
12 pav. Lietuvos įmonių tiesioginių investicijų užsienyje procentinė dalis tiesioginių užsienio investicijų mūsų šalyje atžvilgiu 2000 – 2007 m. pradžioje	40
13 pav. Tyrimo modelis	42
14 pav. Respondentų nuomonė apie Lietuvos rinkos (-ų), kurioje (-iose) specializuojasi jų įmonės, potencialą	44
15 pav. Įmonės gamybos pajėgumai Lietuvoje esančių potencialių vartotojų paklausos atžvilgiu ..	45
16 pav. Lietuvos įmonių gaminamos produkcijos (teikiamų paslaugų) vertinimas vietinės bei užsienio rinkos atžvilgiu.....	46
17 pav. Vidutinis metinis gyventojų skaičius Lietuvoje 2000 – 2007 m., tūkst.....	46
18 pav. Gamybos (paslaugų teikimo) plėtros užsienio šalyse tikslingumas įvertinant prognozuojamą gyventojų skaičiaus mažėjimą Lietuvoje	47
19 pav. Ar tikslinga plėstis į kitas ES šalis dėl sąlyginai paprasto įėjimo į jų rinkas, išvengiant gimtosios šalies rinkos ribotumo?	48
20 pav. Įmonės veiklos rezultatų sąlygota plėtra į užsienio šalis	49
21 pav. Ar įmonės plėtra į užsienio šalis sąlygota galimai didesnės kapitalo grąžos?	50
22 pav. Ar įmonės disponuojamas didelis kapitalas pats savaime gali sąlygoti įmonės apsisprendimą pradėti vykdyti veiklą užsienio šalyse?	51
23 pav. Ar svarbi įmonės tarptautinės plėtros priežastis yra finansinės rizikos diversifikavimas (išskaidymas), panaudojant sukauptą kapitalą?	52
24 pav. Atsižvelgiant į tai, jog Lietuvoje didžioji dalis vartotojų turi žemą perkamąją galią, ar tikslinga plėsti Jūsų įmonės veiklą užsienio šalyse, tokiu būdu pasiekiant didesnę perkamąją galią turinčius vartotojus?	53
25 pav. Atsižvelgiant į vartotojų perkamąją galią šalyje, įmonei, siekiančiai išnaudoti turimą gamybinį potencialą bei gauti didesnę pelną, ar tikslinga plėstis į užsienio rinkas?	54
26 pav. Ar Jūsų įmonė yra priversta plėstis į užsienio šalis dėl to, jog neįmanoma padengti veiklos sąnaudų (arba uždirbti norimo pelno) dėl Lietuvos gyventojų žemos perkamosios galios?.....	55

27 pav. Ar dėl įmonės gaminamos produkcijos (teikiamų paslaugų) pobūdžio yra nepalanku ją realizuoti žemas pajamas gaunantiems Lietuvos gyventojams, o Jūsų įmonė todėl priversta plėstis į kitas šalis?	56
28 pav. Riboti pardavimai žemas pajamas gaunantiems Lietuvos gyventojams negarantuoja įmonei reikiamo pelno, kas nesudaro galimybių atlikti papildomas investicijas. Ar siekis užsidirbti lėšų papildomoms investicijoms skatina Jūsų įmonę plėsti veiklą svetur?	57
29 pav. Ar tam tikrą ekonominę veiklą vykdančiai įmonei (tame tarpe ir Jūsų įmonei) yra tikslinga plėstis į užsienio šalis dėl gaunamos didesnės ekonominės gražos veikiant iš karto keliuose rinkose?	58
30 pav. Ar palankesnis priėjimas prie darbo išteklių lemia Jūsų įmonės plėtrą į užsienio šalis?.....	59
31 pav. Ar Jūsų įmonės plėtrą į kitas užsienio šalis sąlygoja palankesnė jose vykdoma vyriausybės politika, nei Lietuvoje?.....	59
32 pav. Ar Jūsų įmonės plėtrą į kitas užsienio šalis sąlygoja gamybos masto efektas?	60
33 pav. Ar Jūsų įmonės plėtrą į kitas užsienio šalis sąlygoja palankesnis priėjimas prie finansavimo šaltinių tose šalyse?	61
34 pav. Ar Jūsų įmonės plėtrą į kitas užsienio šalis sąlygoja palankesnis priėjimas prie žmogiškųjų išteklių tose šalyse?	62

ĮVADAS

Temos aktualumas ir jos sprendimo būtinumas. Daugelis iš mūsų įpratę stebėti, kaip viena ar kita užsienio įmonė Lietuvoje pradeda savo veiklą, įkuriant visiškai naują įmonę, privatizuojant valstybines, arba susijungiant su kitomis šalies įmonėmis. Tačiau pastaruoju metu vis daugiau Lietuvos įmonių yra pajėgios eiti į užsienio rinkas, steigiant padalinius kitose šalyse. Tokiu būdu mūsų šalies įmonės gali užimti palankesnes verslo pozicijas užsienio šalių įmonių atžvilgiu, pasinaudoti tarptautinės plėtros privalumais. Todėl svarbu išsiaiškinti Lietuvos įmonių tarptautinės plėtros ypatumus, siekiant nustatyti jų plėtros motyvus. Kadangi tarptautinė Lietuvos įmonių plėtra per pastaruosius keletą metų ypač paspartėjo, ši tema yra aktuali.

Problemos ištyrimo lygis. Pastebėtina, jog užsienio investicijoms yra skiriamas didelis dėmesys. Mokslinėje literatūroje galima rasti daugybę darbų, susijusių su tarptautine įmonių plėtra. Lietuvoje didžioji dauguma mokslinių darbų skirti analizuoti tiesiogines užsienio investicijas, kurios patenka į šalį. Ta pati situacija egzistuoja renkant bei pateikiant susijusius statistinius duomenis. Tačiau labai mažai dėmesio skiriama Lietuvos įmonėms, kurios tiesiogiai investuoja užsienyje. Todėl yra tikslinga atlikti mokslinį tyrimą šioje srityje.

Tyrimo objektas. Šio darbo tyrimo objektas yra Lietuvos įmonių, kurios tiesiogiai investuoja užsienio šalyse, tarptautinė plėtra.

Darbo tikslai ir uždaviniai. Šio darbo tikslas – remiantis tarptautinės įmonių plėtros teorijomis bei Lietuvos įmonių, tiesiogiai investuojančių užsienyje, tyrimo duomenimis, nustatyti pagrindinius mūsų šalies įmonių tarptautinės plėtros motyvus.

Siekiant darbo tikslų, buvo iškelti šie uždaviniai:

- 1) atsirinkti bei išanalizuoti tarptautinės įmonių plėtros teorijas, pateikiant būtinus darbinis apibrėžimus bei suformuojant modelius, kurių pagrindu bus atliktas analitinis bei empirinis tyrimas;
- 2) suformuoti empirinio tyrimo metodologiją bei atlikti Lietuvos įmonių tarptautinės plėtros analitinį tyrimą;
- 3) atlikti Lietuvos įmonių, tiesiogiai investuojančių užsienio šalyse, empirinį tyrimą, patvirtinant arba paneigiant iškeltas hipotezes, bei pateikti darbo metu gautas išvadas.

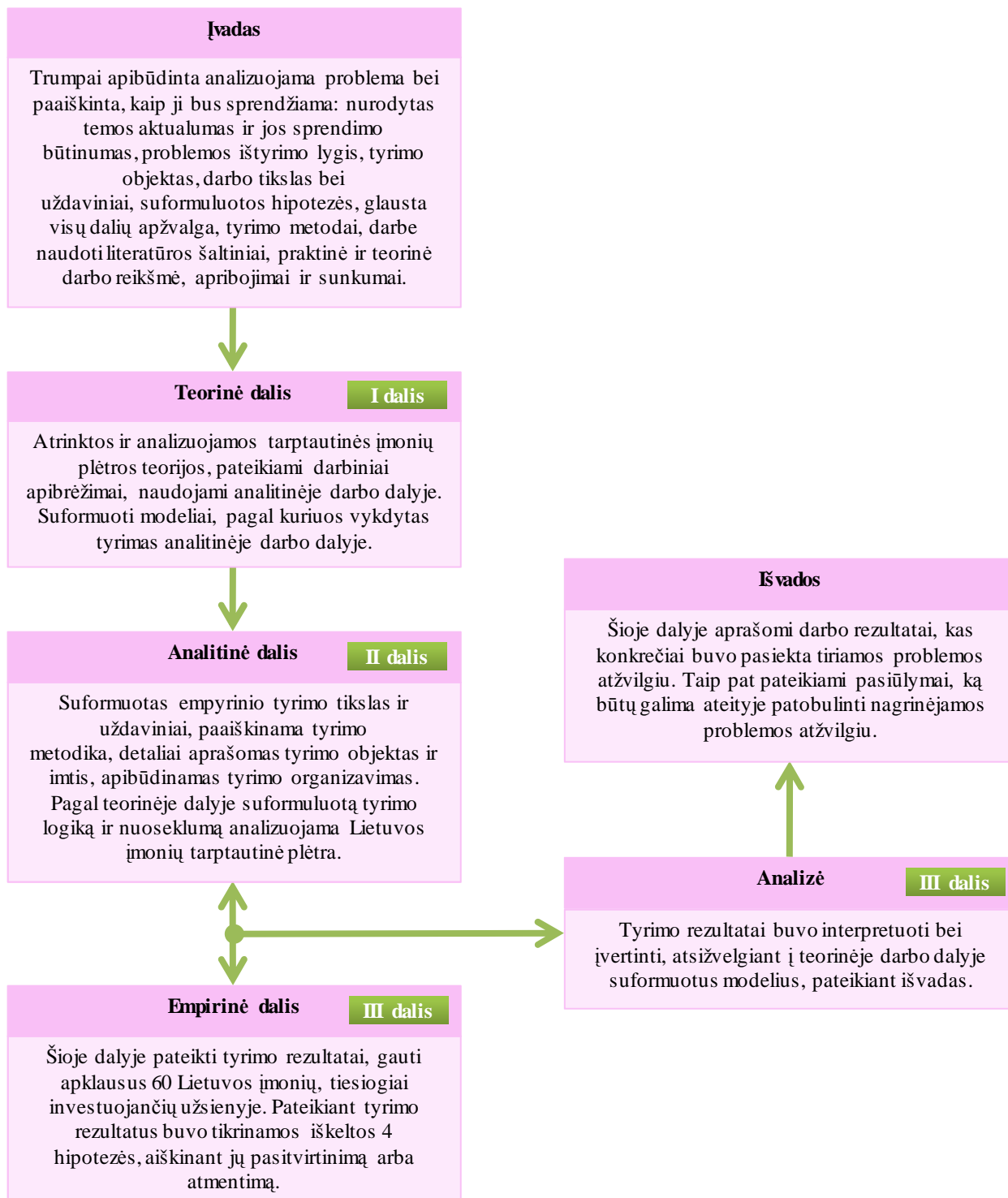
Suformuluotos hipotezės. Kadangi tyrimo objektas yra dar nepakankamai išanalizuotas, buvo iškeltos šios hipotezės:

- 1) pagrindinis Lietuvos įmonių tarptautinės plėtros veiksnys yra ribota gimtosios šalies rinka;
- 2) Lietuvos įmonių tarptautinę plėtrą sąlygoja padidėjęs jų finansinis pajėgumas;

3) dėl žemos perkamosios galios Lietuvoje, šalies įmonės priverstos plėstis į kitų šalių rinkas, siekiant uždirbti didesnes pajamas;

4) Lietuvos įmonių tarptautinę plėtrą skatina jų vykdomai ekonominės veiklos rūšiai internacionalizacijos teikiami privalumai.

Darbo struktūra. Ši darbą sudaro pagrindinės trys dalys: teorinė, analitinė bei empirinė. Siekiant geriau suvokti darbo struktūrą bei eigą, buvo sukurta darbo eigos schema (žr. 1 pav.).



Šaltinis: sukurta autoriaus.

1 pav. Darbo eigos schema

Tyrimo metodai. Teorinės darbo dalies tyrimo metodai – tyrimams taikyta mokslinės literatūros analizė ir sintezė. Analitinės darbo dalies tyrimo metodai – statistinė ir lyginamoji duomenų analizė. Empirinės darbo dalies tyrimo metodai – anketinė apklausa, lyginamoji duomenų analizė bei sintezė.

Literatūros šaltiniai. Atliekant darbą buvo naudojamos įvairių užsienio bei gimtosios šalies autorių moksliniais darbais. Renkant statistinius duomenis, buvo naudojamos antrine informacija, kurią pateikia Lietuvos bei kitų šalių valstybinės įstaigos. Tam tikrais atvejais, statistinė informacija buvo gauta tiesioginės užklauskos būdu.

Praktinė ir teorinė darbo reikšmė. Analizuojant Lietuvos įmonių, tiesiogiai investuojančių užsienio šalyse, veiklą, buvo nustatyti pagrindiniai jų plėtros motyvai. Pasiiekti rezultatai suteikia galimybę geriau suvokti Lietuvos įmonių tarptautinės plėtros ypatumus. Todėl, Lietuvos įmonės, kurios planuoja steigti savo padalinius kitose šalyse, gali pasinaudoti esama dabartinių šalies įmonių, kurios tiesiogiai investuoja užsienio šalyse, patirtimi. Darbo rezultatai teoriniu požiūriu daugeliu atvejų patvirtino egzistuojančias tarptautinės plėtros teorijas, tačiau papildomai paaiškina įmonių tarptautinės plėtros motyvus Lietuvos įmonių atžvilgiu.

Darbo apribojimai ir sunkumai. Riboti statistiniai duomenys apie Lietuvos įmonių tiesiogines investicijas užsienyje sąlygojo empirinio tyrimo mažesnę imtį. Dalis antrinių statistinių duomenų buvo gauta iš LR Statistikos departamento specialios užklauskos būdu.

Darbo struktūros paaiškinimas. Darbe yra 81 puslapis, 34 paveikslai, 3 lentelės, 49 literatūros šaltiniai.

Raktiniai žodžiai. Tarptautinė plėtra, tarptautinės plėtros motyvai, TUI teorijos, tarptautinės plėtros teorijos.

1. ĮMONIŲ TARPTAUTINĖS PLĖTROS TEORIJOS

Internacionalizacijos teikiami privalumai, tarifinių barjerų egzistavimas, nepalanki ekonominė situacija šalies viduje, siekis apsaugoti intelektinę nuosavybę – visa tai sąlygoja spartų tarptautinių įmonių kūrimąsi bei plėtrą, t.y. tiesiogines užsienio investicijas (TUI). Pastaruoju metu vis daugiau šalių, netgi konkuruodamos su kitomis, palankiai priima TUI, kad pritrauktų užsienio įmones. TUI ypač svarbios tose šalyse, kurios nepajėgios surinkti lėšų pagrindiniams projektams finansuoti. Dėka TUI sukuriama naujos darbo vietos, perduodama verslo patirtis, į rinką įvedami nauji produktai, teigiamai įtakojamas šalies mokėjimų balansas. Kita vertus, jeigu šalies įmonės atlieka tiesiogines investicijas kitose šalyse, sumažėja vietinės investicijos, kas sąlygoja atvirkštinius, nei aukščiau paminėti, procesus. Tačiau, nors kapitalą eksportuojanti šalis patiria finansinį nutekėjimą, paprastai toliau eina didelės piniginės įplaukos į investuojančias įmones, kadangi jos repatriuoja savo pelną. Be to, šalis, į kurią investuojama, paprastai importuoja daugiau prekių iš kapitalą eksportuojančios šalies.

Organizacijos, kuri atlieka tiesiogines užsienio investicijas, sąvoką galima apibrėžti įvairiškai. Jeigu įmonė investuoja į pridėtinę vertę kuriančią veiklą arba ją valdo kitoje šalyje – tokią įmonę galima vadinti multinacionaline. Kaip teigia D. Johnson ir C. Turner (2006), nors ir galima rasti skirtumų tarp sąvokų „multinacionalinė įmonė“, „transnacionalinė įmonė“ bei „internacionalinė įmonė“, praktikoje šie terminai vartojami kaip sinonimai. Kai kurie autoriai linkę vartoti terminą „multinacionalinė korporacija“ (J. Sloman ir K. Hinde (2007)), kiti – E. Asiedu ir H. S. Esfahani (2001), R. Ginevičius ir kt. (2005) – „transnacionalinė įmonė“, J. Mačerinskas ir V. Vengrauskas (2000) siūlo taikyti „multinacionalinės kompanijos“ sąvoką. Tačiau, atsižvelgiant į naujausioje mokslinėje literatūroje (D. Johnson ir C. Turner (2006), J. Piggot ir M. Cook (2006), J. Mucchielli ir F. Puech (2004), B. M. Gilroy (2005) ir kt.) plačiai vartojamą multinacionalinės įmonės (MI) sąvoką, tikslinga ją ir naudoti. Juo labiau, ši sąvoka artimesnė lietuvių kalbai, kas nebūdinga J. Mačerinsko ir V. Vengrausko (2000) siūlomai vartoti sąvokai „multinacionalinė kompanija“.

Anot D. Johnson ir C. Turner (2006), dažniausiai multinacionalinė įmonė apibrėžiama kaip:

- 1) įmonė, kuri kontroliuoja ir valdo gamybos padalinius, įkurtus mažiausiai dvejose šalyse;
- 2) įmonė, kuriai priklauso ir kuri kontroliuoja gamybos ar paslaugų veiklas kitoje šalyje, nei ji įsikūrusi;
- 3) įmonė, atliekanti tiesiogines užsienio investicijas, kuriai priklauso arba kuri kontroliuoja pridėtinę vertę kuriančią veiklą daugiau, nei vienoje šalyje;
- 4) įmonė, kuri turi galią kontroliuoti ir valdyti veiklą daugiau, nei vienoje šalyje, netgi jeigu ji nepriklauso nuosavybes teise;

5) sąvoka, kuri apima gamybos koordinavimą iš vieno strateginių sprendimų priėmimo centro, kai šis koordinavimas įtakoja įmonę už nacionalinių šalies ribų.

Apibendrinant pateiktus multinacionalinės įmonės apibrėžimus, visų pirma galima pastebėti, jog nei viename iš jų neužsimenama apie įmonės dydį. Taigi, multinacionalinės įmonės yra ne tik stambios korporacijos, tačiau prie jų gali būti priskiriamos ir smulkios bei vidutinės įmonės. Antra, apibrėžimai apima ne tik nuosavybę, bet ir kontrolę. Remiantis P. Dicken (1998), multinacionaline įmone gali būti laikoma ir ta įmonė, kuriai netgi nepriklauso kitoje šalyje veikiančias organizacinis vienetas, tačiau sugebanti daryti žymią įtaką jo veiklai. Trečia, pateikti apibrėžimai yra abstraktūs, nenusakantys multinacionalinės įmonės nuosavybės, struktūros, geografinės bei organizacinės formos ypatumų. Būtent dėl šių multinacionalinės įmonės ypatumų įvairovės, kaip teigia D. Johnson ir C. Turner (2006), yra sudėtinga sudaryti vienalytį internacionalizacijos modelį arba teoriją. Visa tai skatina įvertinti multinacionalinės įmonės TUI motyvus.

Formaliai, tiesioginės užsienio investicijos pagal Tarptautinio valiutos fondo (TVF) metodiką (2000) apibrėžiamos kaip investuotojo noras turėti svarią balsų teisę valdant įmonę, kuri veikia ne jo gimtojoje šalyje. Kad pasiektų tokią būseną, investuotojas yra priverstas įsigyti didesniąją dalį įmonės kapitalo, ir, pasirinktinai, vykdyti arba nevykdyti tolesnį tos įmonės veiklos finansavimą. Pagal Europos Sąjungos (ES) statistikos tarnybos (2008) bei Ekonominio bendradarbiavimo ir plėtros organizacijos (EBPO) metodinius nurodymus (1999) TUI yra laikoma tokia investicija, kurios pagrindu susiformuoja ilgalaikiai ekonominiai finansiniai santykiai ir interesai tarp tiesioginio užsienio investuotojo ir tiesioginio investavimo įmonės. EBPO rekomendacijose 10 proc. balsų pripažįstama kaip žemutinė riba, nuo kurios tiesioginis užsienio investuotojas turi galimybę dalyvauti valdant tiesioginio investavimo įmonę. Užsienio investicija, mažesnė kaip 10 proc. balsų, priskiriama ne tiesioginėms investicijoms, o investicijų portfeliui. Tačiau pastaruoju laikotarpiu EBPO (2004) vyksta diskusijos dėl investicijų priskyrimo tiesioginėms ribos, kurią svarstoma padidinti iki 20 proc. Kaip teigia EBPO (2008), sprendimas turėjo būti priimtas 2007 m., tačiau iki šiol jo dar nėra.

Tiesioginėms užsienio investicijoms priskiriamas ne tik pirminis kapitalo investavimas, bet ir visos vėlesnės ekonominės operacijos tarp investuotojo ir tiesioginio investavimo įmonės. Taigi, tiesiogines užsienio investicijas sudaro (Tarptautinis valiutos fondas, 2000, p. 33, 34; LR Statistikos departamentas, 2000, p. 8, 9):

- 1) tiesioginiam užsienio investuotojui tenkanti įmonės nuosavo kapitalo dalis;
- 2) reinvesticijos – tiesiogiai užsienio investuotojui priklausanti pelno (nuostolio) dalis, ataskaitiniu laikotarpiu nepaskirstyta dividendų forma, likusi įmonėje;

- 3) kitas įmonės kapitalas – tiesioginio užsienio investuotojo ir tiesioginio investavimo įmonės prekybos skolos, priskaičiuoti, bet neišmokėti dividendai, privilegijuotos akcijos, nesuteikiančios teisių į turtą likviduojant įmonę, palūkanos už paskolas ir t. t.;
- 4) finansinės išvestinės priemonės, t.y. tiesioginio užsienio investuotojo investavimo įmonei suteiktos ilgalaikės ir trumpalaikės paskolos, tačiau jeigu tai nėra tipinės bankinės operacijos.

LR Statistikos departamento Tiesioginių užsienio investicijų apskaitos metodikoje (2000) nurodoma, jog tiesioginių investicijų kapitalo sandoriai apima tuos sandorius, kurie sukuria arba panaikina investicijas ir kurie yra skirti investicijoms išlaikyti, praplėsti arba sumažinti. Tiesioginėms investicijoms nepriskiriamos lėšos, dėl kurių tiesioginis investuotojas tikrai susitarė arba garantuoja jų grąžinimą (pavyzdžiui, paskolos, kurias tiesioginė investavimo įmonė gavo iš juridinio asmens teises turinčių tiesioginio investuotojo išorinių partnerių).

Tiesioginių investicijų kapitalo sandorių sudedamosios dalys fiksuojamos pagal jų kryptį, t.y., tiesioginės investicijos užsienyje ir tiesioginės užsienio investicijos mokėjimų balansą sudarančioje šalyje. Gali pasitaikyti ir grįžtamųjų (priešpriešinių) investicijų. Tiesioginio investavimo įmonė gali turėti nuosavybės dalį tiesioginio investuotojo įmonėje. Ta dalis yra laikoma tiesioginio investuotojo investuoto kapitalo kompensacija (t.y. disinvesticija arba priešpriešinė investicija). Tokios priešpriešinės investicijos mokėjimų balansą sudarančioje šalyje parodomas kaip reikalavimai tiesioginiam investuotojui ir mažina jo tiesiogines investicijas. Tarptautinėje praktikoje, vertinant tiesioginių investicijų srautus ir sukauptas tiesiogines investicijas, yra remiamasi rinkos verte, tačiau pripažįstama, kad praktiškai sukauptoms tiesioginėms investicijoms įvertinti dažnai remiamasi įmonių ataskaitose parodyta balansine šių investicijų verte (ten pat).

Taigi, įvertinant aukščiau pateiktą oficialių institucijų tiesioginių užsienio investicijų pripažinimo tvarką, multinacionaline įmone tikslinga būtų vadinti tik tą įmonę, kurios TUI sudaro ne mažiau, kaip 10 proc. balsų valdant tiesioginio investavimo įmonę, nepaisant P. Dicken (1998) teiginio, jog multinacionaline įmone gali būti laikoma ir ta įmonė, kuriai netgi nepriklauso kitoje šalyje veikiantis organizacinis vienetas, tačiau sugebanti daryti žymią įtaką jo veiklai.

Remiantis D. Johnson ir C. Turner (2006), multinacionalinės įmonės atlieka tiesiogines užsienio investicijas siekiant pasinaudoti privalumais, susijusiais su ištekliais, rinka, efektyvumu bei strateginiais tikslais (tai pagrindiniai eklektinės TUI teorijos veiksniai, kuri bus aptarta vėliau).

MĮ – išteklių ieškotojos – investuoja užsienio šalyse siekdamos prieiti prie išteklių, kurių jos negali arba gali gauti, tačiau žymiai didesniais kaštais, nei savo šalyje. Paprastai tokios investicijos yra susijusios su pirminiais produktais, t.y žemės ūkio produkcija, mineraliniais ištekliais bei žaliavomis. Todėl dažnai šių investicijų dėka gauta produkcija yra eksportuojama. Pavyzdžiui,

naftos išgavimas besivystančiose šalyse dažnai susijęs su TUI pritraukimu. Tokios tiesioginės užsienio investicijos garantuoja naftos perdirbimo įmonėms žaliavų tiekimą kitose šalyse, kuriose vykdoma naftos perdirbimo ir prekybos veikla. Žvelgiant iš gimtosios šalies pozicijų, multinacionalinės naftos perdirbimo įmonės perduoda turimas technologines žinias, kurios ypač naudingos tiriant, eksploatuojant bei didinant naftos telkinių pajėgumus besivystančiose šalyse. Kiti pagrindiniai išteklių, kurie domina užsienio investuotojus yra pigi, įvairios kvalifikacijos, darbo jėga, taip pat vietovės, kuriose planuojama vykdyti turizmo ar statybų veiklą (ten pat).

MĮ – rinkų ieškotojos – investuoja į šalis ne kaip į eksporto platformas, tačiau siekdamas tiekti į jas savo prekes bei paslaugas. Produktų tiekimo tiesiogiai į rinką privalumai, palyginus su eksportu, yra glaudesnis ryšys su vartotoju (tai susiję su produkto pritaikymo prie vietinių šalies tradicijų, skonio bei poreikių), didesnė rinka, egzistuojančių su klientais ryšių palaikymas, vyriausybės vykdoma palanki TUI pritraukimo politika, tikėjimas, jog yra būtina faktinė buvimo vieta užsienio šalyje, nes taip elgiasi konkurentai (ten pat).

MĮ – efektyvumo ieškotojos – siekia vertės grandinių optimizavimo. Multinacionalinės įmonės maksimizuoja gaunamą naudą paskirstydamos vertės grandinės komponentus įvairiose vietovėse, vykdydamos kaštų bei specializacijos arbitražą. Globaliniu mastu, siekiama įgyti pranašumą pasinaudojant tradicinių skirtumų teikiamais pranašumais, kas paaiškina darbui imlios veiklos sutelkimą besivystančiose, o kapitalui bei technologijoms – išsivysčiusiose šalyse (ten pat).

MĮ – strategijos kūrėjos – atlieka tiesiogines užsienio investicijas, siekiant ilgalaikių strateginių tikslų, kurie gali būti įvairiausi. Pavyzdžiui, kitos įmonės įsigijimas gali būti motyvuotas tuo, jog siekiama apsunkinti veiklą konkurentui, veikiančiam toje pačioje rinkoje, tokiu būdu sumažinant konkurenciją. Tarptautiniai konglomeratai gali atlikti įsigijimus siekdami paskirstyti riziką platesnio pobūdžio rinkoje bei vietovėse (ten pat).

Be abejo, egzistuoja ir daugelis kitų, tiesiogines užsienio investicijas skatinančių veiksnių. Tam tikrais atvejais, TUI atliekamos tam, kad įmonės išvengtų teisinio reguliavimo vietinėje rinkoje. Motyvuojantys veiksniai, pavyzdžiui, šiuo atveju galėtų būti gamtosauginiai apribojimai, kurių nėra, arba ne tokie griežti kitose šalyse, palankesnis darbo santykių reguliavimas. Kitų įmonių plėtra gali būti sąlygota pasisekimo vietinėje rinkoje bei jos ribotumo, taip pat baimės, jog dėl konkurentų plėtros bus prarastas konkurencinis pranašumas. Taigi, egzistuoja daugybė tarptautinės įmonių plėtros motyvų, kuriuos geriau paaiškinti gali tiesioginių užsienio investicijų teorijos.

Mokslinė literatūra, kurioje aprašoma kaip ir kodėl įmonės nusprendžia vykdyti veiklą kitose šalyse atsirado tik antrojoje XX a. pusėje, nepaisant to, jog vienokios, ar kitokios formos multinacionalinės įmonės jau egzistavo daugelį dešimtmečių. Teoretikų dėmesį multinacionalinėms įmonėms pritraukė pokario laikotarpio tiesioginės užsienio investicijos industrializuotose šalyse, kurios nulėmė tarptautinį gamybos padidėjimą. Iki to laikotarpio visi aiškinimai, susiję su įmonių

veikla už šalies ribų buvo paremti neoklasikine prekybos teorija bei neoklasikine kapitalo arbitražo teorija.

Pirmuosius žingsnius šioje srityje žengė S. Hymer. Pirmiausia jis nurodė skirtumus tarp portfelinių ir tiesioginių užsienio investicijų, iš kurių pagrindinis buvo teisė valdyti kitoje šalyje esančią įmonę. Pagal S. Hymer, TUI atliekamos ne dėl didesnių palūkanų normų, o siekiant finansuoti tarptautinę gamybą, perduodant išteklius, t.y. gamybos priemones, technologiją, žinias bei verslo patirtį. Autorius akcentavo, jog vietinės įmonės gali būti pranašesnės už užsienio įmones, kadangi geriau pažįsta vietinę rinką, kultūrą bei teisinę aplinką, turi geresnę priėjimą prie gamtinių išteklių. Norint, kad užsienio įmonė sėkmingai veiktų kitų šalių rinkose, ji turi turėti tam tikrų specifinių pranašumų, kurių dėka galėtų rungtis su vietinėmis tų šalių įmonėmis. Šie pranašumai galėtų būti sąlygoti, pavyzdžiui, gamybos masto efekto, įmonės dydžio, galios rinkoje, firminio ženklo nuosavybės, verslo patirties bei technologinių žinių (Johnson; Turner, 2006, p. 109). Taigi, palaipsniui pratęsiant S. Hymer suformuotą įmonių tarptautinės plėtros koncepciją, buvo kuriamos naujos TUI teorijos. Kadangi tiesioginės užsienio investicijos yra sudėtingas reiškinys, jo neįmanoma paaiškinti vienos teorijos rėmuose. Kaip teigia J. Piggot ir M. Cook (2006), visų pirma reikia tiksliai žinoti, ką norima paaiškinti, ir tik tada kelti hipotezę. Antra, bet kuri TUI teorija neišvengiamai yra susijusi su pačia MĮ, todėl yra neatsiejama nuo įmonės teorijos. Trečia, TUI yra daugiamatis objektas, kuris apima tiek ekonomikos, tiek kitų disciplinų sferas. Tiriant šį objektą, remiamasi įmonės, paskirstymo, kapitalo, prekybos, tarptautinių finansų teorijomis, o taip pat sociologijos bei politikos disciplinomis. To pasekoje egzistuoja daug išaiškinimų, susijusių su TUI, tačiau yra neįmanoma identifikuoti vienintelės tiesioginių užsienio investicijų teorijos.

Pagal J. Piggot ir M. Cook (2006), suklasifikuoti visus išaiškinimus į atskiras bei susijusias grupes nėra lengva, nes kai kuriais atvejais teiginiai yra stipriai persipynę, tačiau įmanoma sugrupuoti į tris plačias kategorijas:

- 1) tradicinės TUI teorijos;
- 2) moderniosios TUI teorijos;
- 3) radikaliosios TUI teorijos.

Tradicinės TUI teorijos yra paremtos neoklasikine ekonomikos teorija, grindžiant TUI atsiradimą dėl specifinių vietos pranašumų. Moderniosios teorijos pabrėžia tai, jog produktų rinkos nėra tobulos tiek šalies, tiek tarptautiniu mastu, bei egzistuoja dideli įėjimo į rinką kaštai. Taip pat akcentuojama vadybinių bei organizacinių funkcijų svarba vykdant tiesiogines užsienio investicijas. Radikaliosios teorijos kritiškai vertina multinacionalinių įmonių veiklą.

Prieš atliekant TUI teorijų analizę, tikslinga apžvelgti nuosavybės, vietos bei internacionalizacijos teikiamus pranašumus, kurie neretai mokslinėje literatūroje vadinami kaip

NVI paradigma (angl. Paradigm of ownership, location, internalization (OLI)), kadangi daugelyje šiuolaikinių TUI išaiškinimų remiasi viena, keliomis, arba visomis šiomis koncepcijomis.

1.1 Nuosavybės, vietos bei internacionalizacijos (NVI) paradigma

Multinacionalinei įmonei būdingi trys pagrindiniai veiklos pranašumų tipai, t.y. nuosavybės pranašumas, vietos pranašumas bei internacionalizacijos pranašumas.

Nuosavybės specifiniai pranašumai susiję su tam tikromis žiniomis ir privilegijomis, kuriomis įmonė naudojasi, tačiau konkurentai tuo pasinaudoti negali. Šie pranašumai atsiranda dėl prekinės bei gamybinės rinkos netobulumo. Prekinėje rinkoje netobulumas pasireiškia dėl produkto diferenciacijos, slaptų susitarimų bei tam tikrų rinkodaros žinių, o gamybinėje rinkoje – dėl tam tikrų vadybinių žinių turėjimo, skirtingo priėjimo prie finansų rinkos, patentuotų technologijų pritaikymo. Rinkos netobulumas taip pat gali būti sąlygotas išorinio arba vidinio gamybos masto efekto, vyriausybės vykdomos politikos, pavyzdžiui, mokesčių, palūkanų normos ar valiutos kurso atžvilgiu. Paminėti rinkos netobulumai sąlygoja tam tikrų nuosavybės pranašumų atsiradimą, kuriuos pagal N. Hood ir S. Young (1979) galima sugrupuoti į 4 grupes:

- 1) techniniai pranašumai – apima gamybos paslaptis, t.y. patentus, kitiems neprieinamas technologijas ar organizacinius valdymo metodus;
- 2) gamybos organizavimas, kuris susijęs su pranašumais, atsirandančiais veikiant oligopolinėje rinkoje;
- 3) finansiniai pranašumai, pasireiškiantys lengvesniu priėjimu prie kapitalo rinkos, pasinaudojant pigesniais kapitalo ištekliais;
- 4) priėjimo prie žaliavų pranašumas, kuris būdingas tik toms įmonėms, kurioms suteiktos išskirtinės teisės eksploatuoti tam tikrus išteklius.

Kaip teigia R. Ginevičius ir kt. (2005), nuosavybės veiksnys iš esmės aprėpia įmonių dydį, įėjimo į rinką bei priėjimo prie išteklių galimybę, įmonių galimybę vykdyti viena kitą papildančią veiklą, galimybę pasinaudoti šalių tarpusavio skirtumais.

Vietos specifiniai pranašumai atsiranda dėl įmonės gamybinių pajėgumų išsidėstymo tam tikroje vietovėje. Šiuos veiksnius sąlygoja (Piggot; Cook, 2006, p. 195, 196):

- 1) priėjimas prie gamtinių išteklių bei žaliavų. Šis pranašumas būdingas visoms įmonėms, t.y. ne tik toms, kurios turi nuosavybės pranašumą, pasireiškiantį privilegijomis šioje srityje;
- 2) tarptautinių darbo rinkų netobulumas, kuriose egzistuoja realaus darbo užmokesčio (sąnaudų) skirtumai, sąlygojantys MĮ veiklos perkėlimą į tas vietas, kur darbo užmokesčiai yra maži;

- 3) prekybos barjerai, kurie įtakoja MĮ pasirenkant tam tikrą gamybos vietą, tokiu būdu išvengiant maito ar kitokių mokesčių;
- 4) vyriausybės politika, kuri gali įtakoti ekonomiką reguliuojant mokesčius, palūkanų normas ir pan., taip nukreipiant TUI norima linkme.

Pagal R. Ginevičių ir kt. (2005), specifiniai šalies padėties privalumai aprėpia šalių gamtinių išteklių, transportavimo sąnaudų, makroekonominio stabilumo, kultūrinių veiksnių, valstybinio reguliavimo skirtumus. Šie skirtumai gali nulemti tai, kur bus steigiamos multinacionalinės įmonės. Istoriskai įrodyta, kad vienas iš reikšmingiausių veiksnių, darančių įtaką šaliai, kurioje bus kuriama MĮ, yra gamtinių išteklių, pavyzdžiui, mineralinių išteklių, žaliavų ir žemės ūkio produktų prieinamumas. Darbo jėgos veiksnys daro įtaką investicijoms tada, kai multinacionalines įmones yra įkūrusios šalys, kuriose brangi darbo jėga. Tuomet šios įmonė įkuria arba įsigyja filialų šalyse, kuriose yra mažesnės darbo jėgos sąnaudos tų šakų, kurios yra darbu imlios gaminant tarpinius arba galutinius produktus.

Internacionalizacijos specifinius pranašumus sąlygoja dėl tarptautinės rinkos netobulumo atsirandantys dideli veiklos rinkoje kaštai. Todėl tam tikrais atvejais, siekiant sumažinti išlaidas, operacijas tikslinga vykdyti pasitelkiant ne kitų rinkos dalyvių pagalbą, o per savo įmonės tarptautinius padalinius. Internacionalizacijos privalumai gali būti suskirstyti į tris grupes (Piggot; Cook, 2006, p. 196):

- 1) vertikalios integracijos pranašumai, kurie pasireiškia pasinaudojant turima rinkos galia diskriminuojant kainas, bei išvengiant vyriausybės įsikišimo, pritaikant transferinių kainų mechanizmus;
- 2) tarpinių produktų svarba intensyvių tyrimų veikloje, kai įmonė optimizuoja investicijų grąžą kurdamas naujas technologijas tarptautiniu mastu;
- 3) internacionalizacijos suteikta galimybė įmonei pasinaudoti personalo apmokymo pranašumais, ypač didelės investicinės grąžos, pavyzdžiui, rinkodaros ar finansų srityse.

Akcentuotina, jog internacionalizacija nėra visiškai nekainuojantis procesas, kurio pasekoje atsiranda komunikacijos, koordinavimo bei kontrolės problemos. Taip pat egzistuoja vietinių žinių įsisavinimo kaštai.

Kiek kitaip internacionalizacijos privalumus apibūdina R. Ginevičius ir kt. (2005), teigdami, jog jie atsiranda, kai užsienio šalių rinkos yra nevisiškai išnaudotos, t.y. jose yra laisvų nišų veiklai vykdyti.

Pateikus pagrindinius NVI paradigmos veiksnius, toliau bus atlikta įvairių tiesioginių užsienio investicijų, susijusių su aptarta paradigma, teorijų analizė, atsižvelgiant į anksčiau pateiktą jų klasifikavimą.

1.2 Tradicinės tiesioginių užsienio investicijų teorijos

Ankstyvosios TUI teorijos analizavo tiesioginių užsienio investicijų subjektą ne įmonės teorijos požiūriu, tačiau makroekonominiu aspektu.

Prie tradicinių tiesioginių užsienio investicijų teorijų yra priskiriama kapitalo arbitražo teorija bei, atsižvelgiant į atlikus tam tikrus patobulinimus, tarptautinės prekybos teorija.

Kapitalo arbitražo teorija. Kapitalo arbitražo teorijos autorius yra A. Samuelson. Ši teorija teigia, jog tiesioginių investicijų srautai palieka tas šalis, kuriose pelningumas yra mažas, ir patenka į tas, kuriose pelningumas yra didelis. Teorija grindžiama tuo pačiu modeliu, kuris būdingas portfelinėms investicijoms, kurios nukreipiamos iš šalių, kuriose žemos palūkanų normos, į tas, kuriose jos didesnės. Teorijoje daroma prielaida, jog kapitalas yra mobilus tiek šalies (tarp verslo sektorių), tiek tarptautiniu (tarp nacionalinių ribų) požiūriu.

Vertinant aukščiau pateiktus teiginius, galima pastebėti tam tikrų įdomių niuansų. Pirma, dideliais kapitalo ištekliais pasižyminčios šalys turėtų jį eksportuoti, o tos šalys, kuriose jis ribotas – importuoti. Antra, jeigu kapitalo arbitražas būtų sąlygotas tik TUI, tikėtina, jog MĮ tarpe pagausėtų stambių finansinių tarpininkų. Ir trečia, įvertinant ryšį tarp ilgojo laikotarpio palūkanų normų bei kapitalo grąžos, TUI bei portfelinės investicijos turėtų judėti ta pačia kryptimi. Tačiau realybėje taip nėra. Visų pirma, kai kurios šalys, tokios kaip Jungtinė Karalystė (JK), tuo pačiu metu yra tiek TUI šaltinis, tiek jų traukos objektas. Tai galėtų būti paaiškinama šalyje egzistuojančia skirtinga kapitalo grąža tarp įvairių ekonominės rūšies veiklų, t.y. TUI patenka į tam tikras pramonės šakas, bei palieka kitas. Tam paaiškinti reikėtų atlikti ypač išsamią kapitalo rinkų segmentaciją, o tai yra praktiškai neįmanoma. Antra, daugelis MĮ yra nefinansinės organizacijos, o jų gaunamas pelnas pastebimai nėra susijęs su ilgalaikėmis palūkanų normomis. Ir trečia, portfelinės investicijos bei TUI ne visada juda ta pačia kryptimi. Pavyzdžiui, Jungtinės Amerikos valstijos (JAV) yra gerai žinomos kaip TUI eksportuotojos, tačiau tuo pačiu metu importuoja finansinį kapitalą. Taigi, kapitalo arbitražo teorija negali deramai paaiškinti TUI atsiradimo priežasčių.

TUI ir tarptautinės prekybos teorija. Ortodoksinės prekybos teorijos iš esmės nepaaiškina TUI. Pavyzdžiui, Hekschen – Ohlin (H – O) modelis visiškai neaptaria TUI subjekto. Šiame modelyje teigiama, jog šalys specializuojasi tam tikroje gamybos srityje, eksportuodamos produktus, kurių gamyboje panaudoti santykinai pigūs šalies gamybiniai ištekliai. Viena iš modelyje daromų prielaidų yra ta, jog gamybiniai ištekliai gali judėti laisvai tarp šalies industrinių sektorių, tačiau negali patekti už šalies nacionalinių ribų. Tokiu būdu iš šio modelio TUI buvo pašalintos. Remiantis šiuo modeliu TUI yra visiškai nebūtinės, kadangi tarptautinis apsikeitimas prekėmis eliminuoja kapitalo tarptautinio judėjimo poreikį. Įdomu paminėti tai, jog jeigu pakeitus prielaidą atvirkštine tvarka, t.y. priimant, jog gamybiniai ištekliai gali judėti laisvai tarptautiniu mastu, o prekės – ne, būtų priartėta prie kapitalo arbitražo hipotezinės srities.

Kaip teigia J. Piggot ir M. Cook (2006), kadangi Hekschen – Ohlin modelis susilaukė daug kritikos, buvo atlikti tam tikri patobulinimai, taip suteikiant jam realistiškumo. Pavyzdžiui, ortodoksinė prekybos teorija buvo papildyta tam tikrais TUI motyvuojančiais veiksniais. Kita vertus, kai kurie mokslininkai pradėjo tirti TUI kitu požiūriu. Kaip jau buvo minėta, tarp šių tyrėjų buvo ir M. Hymer.

1.3 Moderniosios tiesioginių užsienio investicijų teorijos

Pirmuosius žingsnius, formuojantis moderniosioms TUI teorijoms atliko M. Hymer. Šis autorius, aiškindamas TUI, pirmasis apjungė vietos bei nuosavybės specifinius pranašumus. M. Hymer multinacionalinę įmonę traktavo kaip monopolistę ar oligopolistę produktų rinkose, investuojančią užsienio įmonėse, siekiančią eliminuoti konkurenciją. MĮ sugeba konkuruoti užsienio rinkoje, nes ji turi tam tikrų pranašumų prieš vietines įmones. Šių pranašumų atsiradimą, kaip jau buvo minėta, gali sąlygoti egzistuojantys netobulumai prekių bei gamybinių išteklių rinkose. Nuosavybės specifiniai pranašumai, kurie kompensuoja vietinių įmonių vietos specifinius pranašumus gali sąlygoti veiklą užsienyje, tačiau lieka neaišku kodėl tai įvyksta atliekant būtent tiesiogines užsienio investicijas. Atsakymas galėtų būti, jog TUI pasirenkamos vietoje eksporto veiklos dėl tarifinių barjerų bei transportavimo kaštų egzistavimo. Be to, tai geriau nei licencijavimas, nes frančizės įmonės yra potencialūs konkurentai bei prarandama tam tikra jų kontrolė (Piggot; Cook, 2006, p. 200).

M. Hymer požiūris yra ypač naudingas aiškinant „gynybinio“ investavimo modelį. Didelės įmonės neretai įkuria padalinius užsienyje, kurie dažnai neatneša didelio pelno, tokiu būdu įgyvendinant pagrindinį tikslą – sužlugdyti konkurentus. M. Hymer interpretuoja TUI kaip multinacionalinių įmonių instrumentą, kuris skirtas stiprinti oligopolinę galią bei manipuluoti rinką. Tyrėjas manė, jog MĮ yra priemonė, kurios dėka turtas ir galia yra nukreipiami iš „periferijų“ į „centrines“ nacijas, t.y. iš „pietinių“ į „šiaurines“ šalis. Įgyvendinant šio požiūrio strategiją, svarbu, kad tų šalių vyriausybės imtųsi tam tikrų veiksmų, siekiant uždrausti MĮ atliekamas manipuliacijas bei eksploatavimą (ten pat).

Uppsala internacionalizacijos modelis. Šis modelis yra pagrįstas empiriniais tyrimais tarptautinio verslo srityje, kuriuos 1960 m. atliko grupė Skandinavijos mokslininkų Uppsala universitete. Įmonės veiklos internacionalizacijos pagrindinis vaidmuo suteikiamas organizacinėms žinioms. Plečiantis į tarptautines rinkas yra būtinos tam tikros žinios, kurios kaupiasi įmonei vis labiau į jas prasiskverbiant. Pradedant eksporto stadija, įmonė žengia vienu žingsniu toliau, įsteigdama pardavimų skyrius užsienio šalyse. Galų gale, kai įmonės žinios apie vietines rinkas tampa pakankamos, ji gali pasitelkti TUI, įsteigiant gamybinius padalinius kitose šalyse (Piggot; Cook, 2006, p. 200).

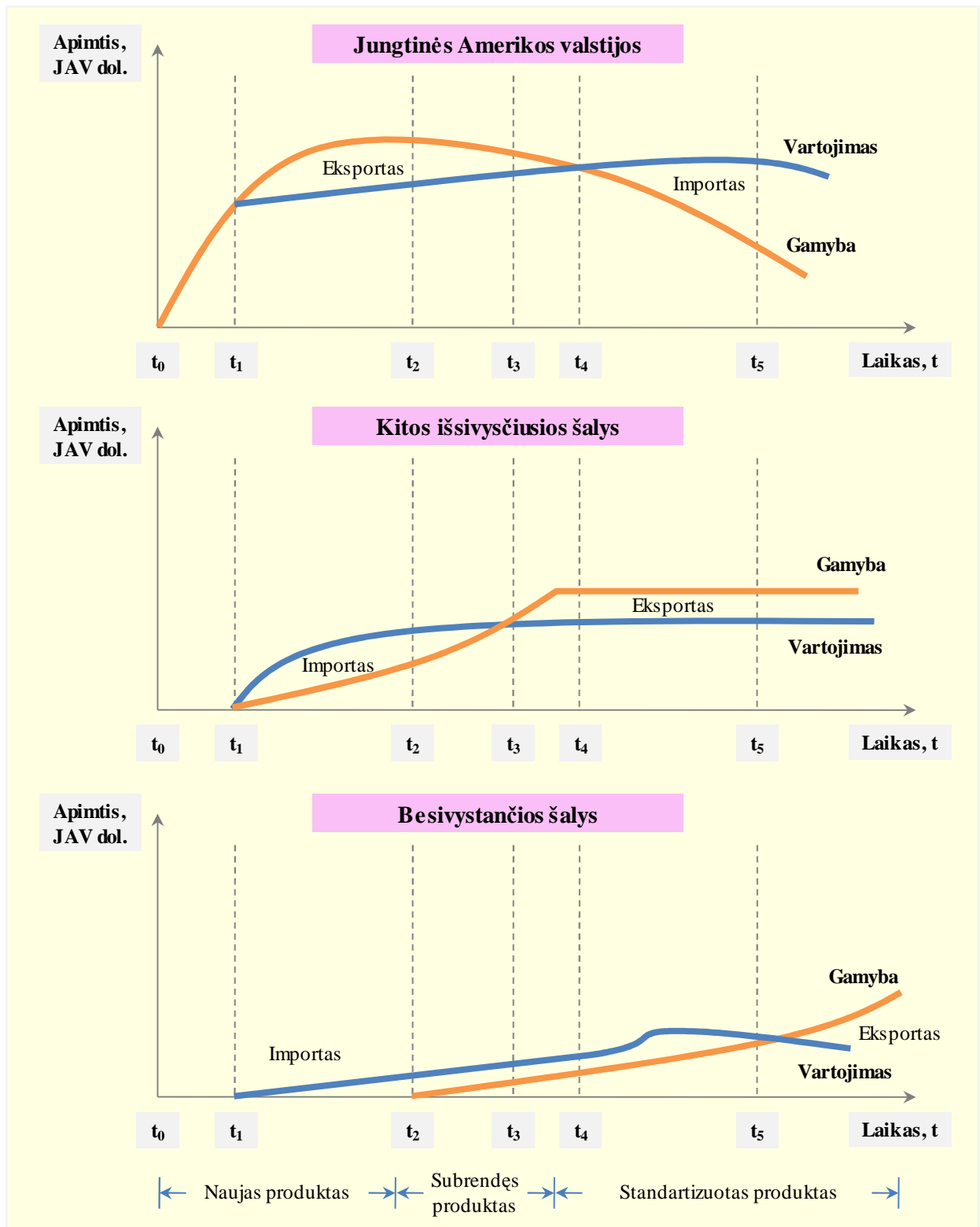
Šis modelis kritikuojamas iš esmės dėl to, jog yra nepaaiškinama kada ir kaip prasideda nuoseklusis procesas. Jis taip pat kritikuojamas dėl nesugebėjimo paaiškinti tų įmonių veiklos, kuri neatitinka nuosekliojo vystymosi proceso. Argumentas, jog multinacionalinės įmonės išsivysto iš vietinių gamintojų iki pasaulinių „žaidėjų“ mokantis nuosekliai, yra priskiriamas prie idealaus, o ne realaus atvejo aprašymo. Anot R. Kozul – Wright ir R. Rowthorn (1998), yra pripažįstama, jog kartais tik labiau rutininės funkcijos yra perduodamos į kitas šalis, o svarbiausia ir sudėtingiausia gamybinė veikla, tokia, kaip tyrimai bei tobulinimas, išlieka gimtojoje šalyje. Kitas modelio trūkumas, kaip teigia K. Lawler ir H. Seddighi (2001), yra tai, jog nuoseklusis procesas negali būti simetrinis, todėl šis modelis negali paaiškinti disinvestavimo, kas pastaruoju laikotarpiu tapo svarbiu MĮ investavimo strategijos elementu. Galų gale, modelis taip pat nesugeba paaiškinti veiksmų, kurie įtakoja nuoseklųjį procesą.

R. Z. Aliber TUI teorija. Šalyje vyraujantis protekcionizmas, makroekonominiai kintamieji, tokie kaip nacionalinės valiutos tvirtumas bei spartus ekonominis augimas – visa tai yra veiksniai, kuriuos išskyrė R. Z. Aliber, kaip sąlygojančius TUI srautus. Pripažįstama, jog TUI pagalba patenkama į tas rinkas, kurios yra apsaugotos tarifiniais barjeriais. Kaip pavyzdys šiuo atveju galėtų būti Japonijos įmonių, gaminančių automobilius, veikla Jungtinėje Karalystėje, siekiant įeiti į ES rinką. R. Z. Aliber taip pat argumentavo, jog yra tikėtina TUI judėjimo kryptis iš tų šalių, kurios turi tvirtą nacionalinę valiutą, į tas, kuriose egzistuoja silpna valiuta, pasinaudojant didesnės perkamosios galios privalumais. Tačiau, empiriniai TUI judėjimo duomenys neparodo akivaizdžios koreliacijos tarp valiutos stiprumo bei tiesioginių užsienio investicijų srautų. Tai nėra netikėta, kadangi valiutų kurso svyravimas gali įtakoti tik trumpalaikio kapitalo judėjimą, o ne TUI, kurios dažniausiai būna ilgalaikės (Buckley; Casson, 1981, p. 75, 76; Piggot; Cook, 2006, p. 201).

Kaip teigia R. Kozul – Wright ir R. Rowthorn (1998), egzistuoja empiriniai įrodymai, patvirtinantys teiginį, jog TUI pritraukia spartus šalies ekonominis augimas bei didelė paklausa. Pavyzdžiui, Azijos šalyse TUI pritraukimo sėkmę lėmė ne tik vykdoma vyriausybės politika, tačiau labiausiai tai įtakojo tose šalyse pasiektas spartus bei stabilus ekonominis augimas. Taigi, ši teorija negali išsamiai paaiškinti TUI motyvų, nors kai kurie teiginiai pasitvirtino.

Produkto gyvavimo ciklo teorija. Kita TUI teorija, kuri parodo sąsajas tarp nuosavybės bei vietos specifinių pranašumų yra R. Vernon produkto gyvavimo ciklo teorija. Nauji produktai atsiranda visų pirma labiausiai ekonomiškai išsivysčiusiose šalyse, pavyzdžiui, JAV, kaip atsakas į egzistuojančią paklausą. „Subrendę“ produktai apibūdinami kaip labiau standartizuoti, gaminami pasinaudojant gamybos masto efektu, esant didelei paklausai ir žemoms kainoms. Šioje stadijoje produktus pradeda gaminti ir kitos šalys, iš dalies JAV tiesioginių užsienio investicijų dėka. „Standartizuotų produktų“ stadija pasiekama tada, kai prekės parduodamos vadovaujantis tik egzistuojančia kaina. Todėl atsiranda pagrindinis uždavinys – gaminti kaip galima pigiau, ir būtent

šiuo momentu gamyba perkeliama į tas šalis, kuriose yra santykinai pigi darbo jėga. Produkto gyvavimo ciklo teorijos procesas pateiktas 2 pav.



Šaltinis: sukurta autoriaus pagal NAVICKAS, V. Europos Sąjungos rinkų ypatumai, 2005, p. 133.

2 pav. Produkto gyvavimo ciklo teorija ir kapitalo investavimas

2 paveikslėlyje pateikta produkto ciklo teorija rodo, kaip produktas pirmiausia gaminamas ir eksportuojamas iš vienos šalies, tačiau, produktui vystantis ir didėjant konkurencijai, jo gamyba ir

eksportas perkeliama į kitas šalis, o pirminė šalis, buvusi eksportuotoja, dabar tampa importuotoja. 2 pav. pateikta situacija, kai visas produktas suprojektuotas ir pradėtas gaminti JAV. Ankstyvose jo gyvavimo stadijose (laikotarpiu nuo iki) JAV buvo vienintelė šalis, gaminanti ir vartojanti šį produktą. Šiuo laikotarpiu gamyba yra imli kapitalui ir reikalauja aukštos kvalifikacijos darbo jėgos. Laiko momentu JAV pradeda eksportuoti šį produktą į kitas išsivysčiusias šalis. Šioje šalyje yra aukštas pajamas turinčių vartotojų, galinčių pirkti brangų produktą, kuris dar vis yra pirmos savo gyvavimo stadijos. Šiose išsivysčiusiose šalyse JAV investuoja, ir momentu taip pat pradedamas šio produkto analogas bei jo eksportas į besivystančias šalis, tačiau šalys vis dar išlieka JAV pagamintos prekės pagrindiniai importuotojai. Kai produktas pereina į brandos stadiją, jo gamybos apimtys ypač išauga kitose išsivysčiusiose šalyse. Konkurencija padidėja, kai prekės pagaminimo technologija tampa žinoma vis platesnei auditorijai ir sumažėja aukštą kvalifikaciją turinčios darbo jėgos poreikis. Laiko momentu išsivysčiusios šalys pradeda daugiau eksportuoti, nei importuoti. Tačiau JAV ima investuoti į besivystančias šalis, ir laiko momentu besivystančios šalys taip pat pradeda gaminti panašią prekę pačios, tačiau vis dar išlieka importuotojos. Laiko momentu JAV ima importuoti šį produktą, nes, siekiama palyginamojo pranašumo, mažina gamybos apimtį JAV, kai kitose šalyse gali pagaminti pigiau. Trečiojoje, t.y. paskutinėje produkto gyvavimo stadijoje, gamyba ir eksportas perkeliama į besivystančias šalis. Imamasi masinės gamybos, kuri nereikalauja aukštos kvalifikacijos darbo jėgos. JAV ir toliau mažina gamybos apimtį ir didina importą. Kitos išsivysčiusios šalys ir toliau plečia gamybą ir eksportuoja. Jų eksporto apimtys pasiekia maksimumą, kai besivystančios šalys ima daugiau gaminti ir pačios eksportuoti (Navickas, 2005, p. 132 – 134).

Tipiškas prekės gyvavimo ciklo teoriją patvirtinantis pavyzdys, pateikiamas gausioje literatūroje, yra elektronikos pramonė. JAV įmonės XX a. viduryje buvo stambios gamintojos ir eksportuotojos šios pramonės šakos produkcijos, tačiau sparčiai tobulėjant technologijai, jos nepajėgė konkuruoti užsienio rinkose, todėl įsteigė savo filialus Tolimuosiuose Rytuose, kur pigesnė darbo jėga. Dėl to dabar šių prekių importuotoja yra JAV.

Kaip teigia J. Piggot ir M. Cook (2006), ši teorija gerai paaiškina JAV „ofšorinę gamybą“ žemų darbo kaštų šalyse, tačiau šios teorijos reikšmingumas yra sumažėjęs. Viena iš priežasčių yra ta, jog JAV jau nebeužima dominuojančios padėties TUI atžvilgiu. Multinacionalinės įmonės, veikiančios ES, Japonijoje bei naujosiose industrinėse šalyse (NIŠ) taip pat reikalauja paaiškinimo. Be to, MĮ šiuolaikinėmis sąlygomis sugeba kurti, tobulinti bei standartizuoti produktus beveik tuo pačiu metu. Kitas šios teorijos galimybių apribojimus išskiria V. Navickas (2005): ji puikiai paaiškina, kodėl įmonės investuoja užsienyje, kai produkto gyvavimo ciklas yra tradicinis ir

brandos stadijos gamyba gali būti lengvai perkeliama į kitas šalis, tačiau kitose veiklos rūšyse, kaip antai paslaugos ar gavybos pramonė, nėra lengva skaidyti produkto gyvavimo stadijas. Tas pats autorius pažymi, jog ši teorija labiausiai tinka įmonėms, kurių kuriami produktai gali būti gaminami masiškai.

TUI internacionalizacijos teorija. Nors internacionalizacijos koncepciją pirmą kartą 1930 m. paminėjo R. Coase, tačiau pirmieji mokslininkai, kurie 1970 m. susiejo internacionalizacijos privalumus analizuojant TUI, buvo P. Buckley ir M. Casson. Tai nebuvo sutapimas, kadangi tuo laikotarpiu aukštųjų technologijų pramonės šakose ypač didėjo TUI, kur lemiamą vaidmenį vaidino tyrimų bei gamybos ir rinkodaros integracija. Šie autoriai laikė svarbiais tarpinių produktų rinkos netobulumus, ypač tuos, kurie susiję su patentuotomis techninėmis žiniomis bei žmogiškuoju kapitalu. Šie netobulumai skatina įmonės internacionalizaciją. Internacionalizacijos motyvai, kaip teigia J. Piggot ir M. Cook (2006), priklauso nuo sąveikos tarp veiksnių, kurie gali būti suskirstyti į 4 grupes:

- 1) pramonės šakos specifiniai veiksniai, pavyzdžiui, gamybos masto ekonomija bei išorinė rinkos struktūra;
- 2) regionų specifiniai veiksniai, pavyzdžiui, geografinis atstumas bei kultūriniai skirtumai;
- 3) šalies specifiniai veiksniai, pavyzdžiui, politinė bei mokestinė aplinka (galimybė taikyti transferinės kainodaros metodus);
- 4) įmonės specifiniai veiksniai, pavyzdžiui, veiklos valdymo įgūdžiai.

Kaip teigia C. W. L. Hill (2003), būtina atsižvelgti į tai, jog internacionalizacijos veiksniai yra būdingi tiek vietinėms įmonėms, kurios turi įsteigusios ne vieną padalinį savo šalyje, tiek ir multinacionalinėms įmonėms. Tačiau, svarbiausia internacionalizacijos atžvilgiu yra egzistuojantys netobulumai prekių ar žaliavų rinkose (arba abejose).

V. Navicko (2005) nuomone, vadovaujantis internacionalizacijos teorija, tiesioginės užsienio investicijos iš kitų alternatyvų pasirenkamos todėl, jog yra pernelyg aukšti sutarčių (licenzijų, privilegijų, tiekimo ir pan.) sudarymo ir vykdymo kaštai ir esama didesnės įmonės veiklos užsienyje rizikos nei pačiai turint ir valdant savo padalinius užsienyje, o be to, anot P. Žukausko (2006), daugeliu atvejų įmonei, turinčiai kurio nors produkto gamybos pranašumą, ypač jeigu tas pranašumas sąlygojamas inovacinių veiksnių (naujų technologijų, žinių ir pan.), neapsimoka tuos veiksnius pardavinėti atviroje pasaulio rinkoje, pavyzdžiui, licenzijų forma. Paskutinis teiginys būdingas P. Buckley ir M. Casson išteklių įsisavinimo teorijai, kurioje teigiama, jog didesnė nauda gaunama įsisavinant ir naudojant inovacinius veiksnius kitose šalyse. Tai ir yra paskata investuoti į tas šalis, sukurti jose reikalingą struktūrą, kuri galėtų pelningai išnaudoti paminėtus veiksnius.

Internationalizacijos sąvoką ši teorija aiškina kaip įmonės plėtimąsi, užimant naujas rinkas, pereinant į naujas jos prekių gyvavimo ciklo stadijas. Optimalus sprendimas dėl tiesioginių užsienio

investicijų turi būti priimtas įvertinus produkto stadiją, įmonės konkurencinius privalumus bei alternatyvų kaštus.

Monopolistinių pranašumų teorija. Ši teorija, išsivysčiusi šeštame – septintame XX a. dešimtmetyje, kurios autorius S. Hymer, išsamiai išanalizuota R. Grosse ir D. Kujawa, teigia, jog įmonei, turinčiai svarbių, išskirtinių privalumų, kurie sukuria jos monopolistinį pranašumą šalies vidaus rinkoje, yra daugiau galimybių per tiesiogines investicijas įsiskverbti į užsienio rinkas. Konkurenciniai privalumai – tai specifinės įmonės charakteristikos, kurios leidžia jai veikti efektyviau, nei konkurentai, konkrečioje šalyje siekiant didesnio pardavimų efektyvumo, mažesnės prekės kainos, geresnio vartotojų aptarnavimo ir pan. Tokie pranašumai, pavyzdžiui, galėtų būti pažangesnė informacijos technologija, išvystytas papildomo aptarnavimo tinklas, visuotinai žinomas ir pripažįstamas firminis ženklas ar kaštų sumažinimas dėl pardavimų masto ekonomijos. Tarptautinėje rinkoje veikianti įmonė prieš vidaus rinkoje veikiančią įmonę įgyja pranašumų dėl jos galimybių plėtoti tarptautinės rinkodaros funkciją, pasinaudoti užsienio kapitalu, diversifikuoti veiklos riziką (Navickas, 2005, p. 134).

Monopolistinių pranašumų teorijos požiūriu, anot V. Vengrausko ir N. Langvinienės (2006), didelės įmonės užsiima tarptautiniu verslu, siekdamas susikurti artimas monopolijai sąlygas, kadangi:

- 1) už šalies sienų išeinantys licenziniai susitarimai padalija užsienio rinkas ir užkerta kelią konkurencijai patentuoto produkto atžvilgiu;
- 2) pagaminta užsienio produkcija šalyse, kuriose vyrauja labai žemi darbo jėgos ir kiti kaštai, leidžia MĮ pašalinti vietinius konkurentus, išstumiant juos iš rinkos;
- 3) užsienio žaliavų šaltinių ar kitų išteklių užsienio paskirstymo kanaluose laimėjimas reiškia, kad įmonė internacionalizuoja apsirūpinimą, tiekimą ir paskirstymo sistemą organizacijos ribose, taip sumažinant susijusią su šia veikla riziką.

S. Hymer septintajame praėjusio amžiaus dešimtmetyje pasirėmė ilgamečių stebėjimų rezultatais, kurie liudijo, kad didžioji dauguma tarptautinių investicijų daroma į oligopolines šakas ar įmones, ir atvirkščiai, žymiai mažesnės yra investavimo apimtys į kitų šalių ūkio dalis, kurios veikia tobulos konkurencijos sąlygomis. Vadinasi investuojančios įmonės gauna didesnę pranašumą oligopolinėje sferoje negu kitose. Šioje sferoje, anot S. Hymer, pranašumai atsiranda dėl to, jog oligopolinėse įmonėse, kurios dažniausiai būna stambios, naudojamos pranašesnės technologijos, susiformavusios rinkos ir rinkodaros struktūros, egzistuoja aukštesnis personalo kvalifikacijos lygis vadybos, rinkodaros, finansų ir kitose srityse. Visa tai sąlygoja žemesnius produkto vieneto kaštus, didesnę produkcijos realizavimo tikimybę ir stabilų pelną. Paminėti veiksniai dažnai labiau vilioja užsienio kapitalą nei labai didelės, bet nestabilios ir neilgalaikės pelno normos (Žukauskas, 2006, p.

75). Taigi, monopolistinių pranašumų teorija tik iš dalies gali paaiškinti TUI atsiradimo priežastis, neįvertindama daugelio kitų veiksnių.

Eklektinė TUI teorija. Eklektinė teorija, kurios atstovas yra J. Dunning, tarsi apibendrina visas kitas aukščiau aptartas TUI teorijas. Ši teorija apima S. Hymer internacionalizacijos koncepcijos požiūrį, ir teigia, jog tam, kad sėkmingai veiktų MĮ, jai būtini visi trijų tipų specifiniai pranašumai, t.y. nuosavybės, vietos bei internacionalizacijos specifiniai pranašumai. Pats J. Dunning (2002) eklektinį modelį išivaizduoja kaip analitinius rėmus, kuriuose gali būti analizuojama MĮ tarptautinė veikla, įskaitant TUI. Autorius išskiria pagrindinius 4 TUI motyvus (Piggot; Cook, 2006, p. 203):

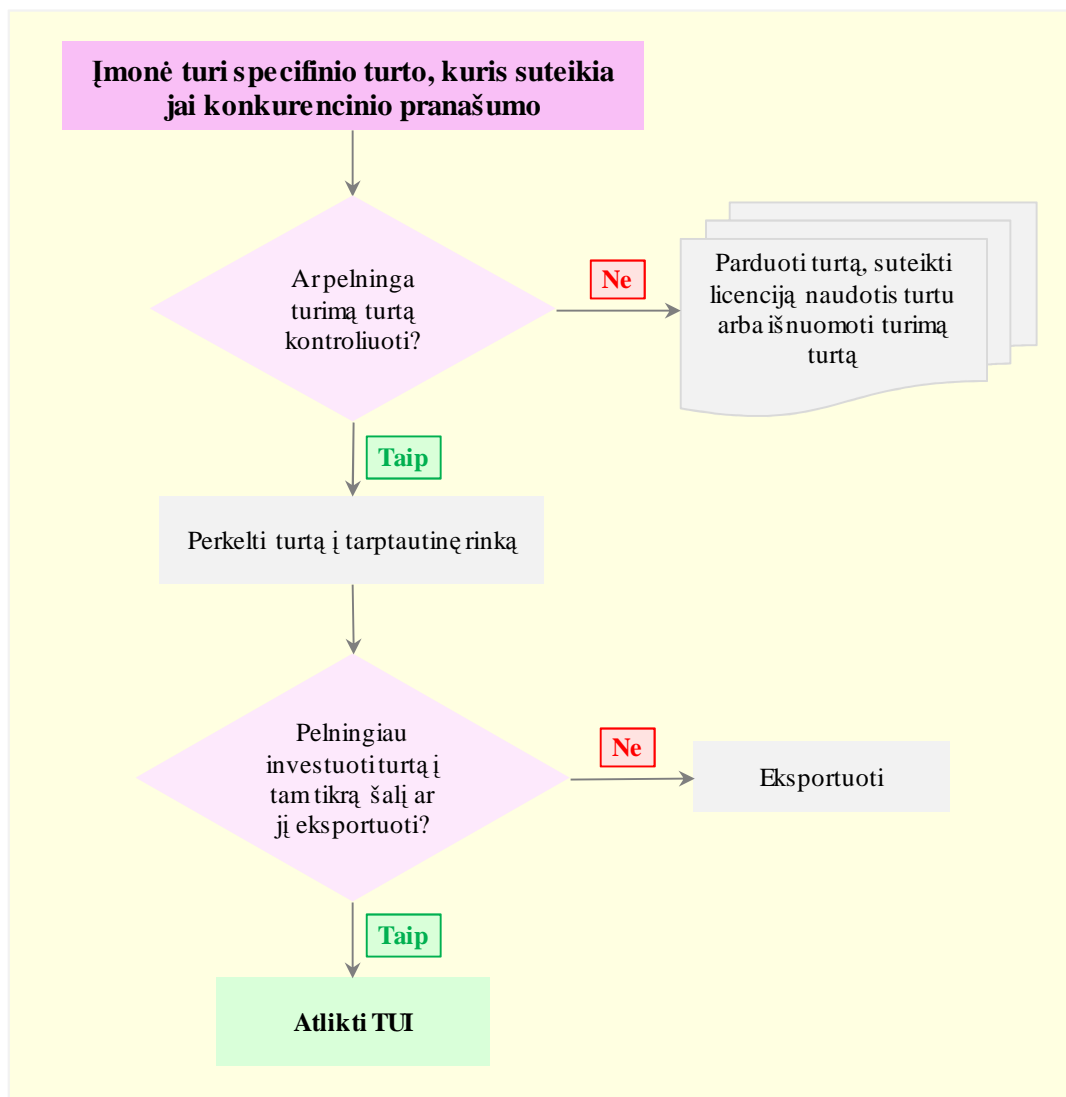
- 1) plėtros į kitas rinkas sąlygotos TUI. Šios investicijos motyvuotos noro dominuoti ar prasiskverbti į tam tikras užsienio rinkas. Lemiantis veiksnys galėtų būti rinkos dydis ar tam tikros jos charakteristikos, pavyzdžiui, geografinis ar kultūrinis artimumas;
- 2) priėjimo prie išteklių sąlygotos TUI. Šias investicijas motyvuoja galimybė gauti arba gauti mažesniais kaštais tam tikrus išteklius kitose šalyse. Tai galėtų būti, pavyzdžiui, gamtiniai ištekliai, tam tikros rūšies arba pigesnė darbo jėga;
- 3) efektyvumo didinimo sąlygotos TUI. Šio tipo investicijas motyvuoja strateginė vieta, kuri įmonei gali suteikti galimybę sumažinti transporto kaštus, lengviau prieiti prie pagalbinių paslaugų bei gamybinių žaliavų, ar pasitelkti masto bei aprėpimo ekonomiją aptarnaujant rinkas iš vieno taško;
- 4) strateginių tikslų siekimo sąlygotos TUI. Šio tipo investicijas motyvuoja noras padidinti tarptautinį konkurencingumą arba sustiprinti įmonės galią rinkoje. Tokių tikslų (taip pat ir aukščiau paminėtais atvejais) siekiama apsijungiant arba perkant įmones, kurios užima tvirtas pozicijas rinkoje bei yra įsisavinusios naujausias technologijas.

Daugelis TUI teorijų visų pirma siekia atsakyti į klausimą – kodėl įmonės plečiasi į kitas šalis? J. Dunning atsakymas yra tas, jog tai sąlygoja vietos specifiniai pranašumai. Tačiau, kaip užsienio įmonė gali konkuruoti su vietos įmonėmis? J. Dunning atsakymas – tai pasiekiami nuosavybės specifinių pranašumų dėka. Šie atsakymai neišvengiamai veda prie kito klausimo – kodėl įmonės pasirenka TUI, vietoje eksporto ar licencijavimo veiklos? To paties autoriaus atsakymas yra tas, jog, tai sąlygoja internacionalizacijos specifiniai pranašumai (Piggot; Cook, 2006, p. 203).

Kaip teigia J. Dunning (2001), akivaizdu, jog siekiant paaiškinti TUI priežastis, pakanka aukščiau paminėtų trijų pranašumų. Tačiau, ar jie visi yra būtini? Atsakymas būtų ne, kadangi aiškinant MĮ veiklą pakaktų tik vietos bei internacionalizacijos specifinių pranašumų. Tokiu būdu nuosavybės specifiniai pranašumai lieka nuošalyje. Tas pats autorius pastebi, jog kai kas tvirtina,

kad pakanka vien tik internacionalizacijos koncepcijos, norint paaiškinti MĮ veiklą, todėl šiuo atveju internacionalizacijos teorija taptų TUI teorija.

J. Dunning pateikia nuosavybės – vietos – internacionalizacijos specifiniais veiksniais pagrįstą schemą (žr. 3 pav.), kuri iš esmės paaiškina MĮ pasirinkimo alternatyvas tarp TUI bei kitų veiklos užsienyje būdų (Ginevičius ir kt., 2005, p. 28).



Šaltinis: sukurta autoriaus pagal GINEVIČIUS, R. ir kt. Eksporto ir investicijų plėtra Lietuvoje, 2005, p. 160.

3 pav. J. Dunning eklektinės teorijos modelis, grindžiamas NVI paradigmos veiksniais

TUI yra tikslingos tik tuo atveju, jeigu MĮ atitinka NVI paradigmoje nurodomas sąlygas. Pirmiausia turi būti nauda iš vietinių įmonių nuosavybės. Tai gali būti technologiniai ar organizaciniai ypatumai, tačiau tai gali būti susiję ir su mokesčių sąlygomis. Antra, tarptautinei įmonei gaminti užsienyje gali būti patrauklu dėl geografinių ypatumų. Pagaliau turi būti naudinga įsigyti nuosavybę, o ne ją nuomoti. Atkreiptinas dėmesys į tai, jog mokesčiai gali daryti įtaką visoms šioms sąlygoms, pavyzdžiui, gali būti suteiktos tam tikros privilegijos užsienio įmonei

lyginant su vietinėmis. Be to, mokesčio tarifas gali savaime skatinti investuoti į tam tikrą regioną. Tačiau reikia atkreipti dėmesį į tai, kad mokesčiai yra tik vienas iš daugelio veiksnių (kuriais gali būti, pavyzdžiui, gera infrastruktūra, kvalifikuota darbo jėga, vidaus rinkos dydis, susijusių verslo šakų išsivystymo lygis ir t.t.), lemiančių investicijas.

Eklektinė teorija iš esmės kritikuojama dėl to, jog ji yra per daug abstrakti bei apima per daug kintamųjų, todėl praktiškai ją pritaikyti yra keblu: trys paradigmos elementai nėra nepriklausomi vienas nuo kito. Taip pat konstatuojama, jog ši teorija mažai skiriasi nuo internacionalizacijos teorijos, todėl negalinti paaiškinti TUI makro lygmenyje. Autorius kontraargumentuota, jog eklektinė teorija nebuvo siekiama paaiškinti visokeriopos MĮ veiklos, o ji tėra tik abstraktus modelis, kuriam būdingos tam tikros veiksnių sąsajos. Atsiejus šias sąsajas, tampa įmanoma identifikuoti tam tikrus dėsningumus, o be to, tai būtų kaip makro analizė, kuri tirtų TUI problematiką šalies mastu (Piggot; Cook, 2006, p. 203). Nepaisant to, galima teigti, jog ši teorija šiuo metu geriausiai paaiškina TUI atsiradimo priežastis.

Kitos TUI ypatumus aiškinančios moderniosios teorijos. TUI motyvus iš dalies atskleidžia ir kryžminio investavimo teorija bei rizikos mažinimo teorija.

Kryžminio investavimo teorijos autorius E. M. Graham ištyrė tendencijas tarp JAV ir Vakarų Europos įmonių abipusio investavimo, pagrindinį dėmesį atkreipiant į oligopolinius pramonės sektorius. Yra žinoma, jog Amerikos įmonės stengiasi investuoti ES, o pastarojo žemyno investuotojai – į JAV. Kyla klausimas – kodėl įmonės taip elgiasi? Šios teorijos autorius teigia, jog tokiu būdu JAV investuotojai Europos Sąjungoje įgauna galimybę daryti reguliuojančią įtaką Europos investuotojams Amerikoje, jeigu šių konkurencinė taktika savo šalyse tampa per daug agresyvi užsienio įmonių atžvilgiu. Lygiai tokias pačias galimybes turi ir Europos investuotojai Amerikoje. Šios aplinkybės, kuriomis suinteresuotos abi šalys, mažina konkurencinės kovos įtampą, kainų karus. Europos ir Amerikos rinkos šiuo atveju yra tik pavyzdys. Tokia kryžminio investavimo praktika pastebima ir tarp kitų pasaulio regionų bei atskirų šalių (Žukauskas, 2006, p. 78).

Sėkmingai veikianti įmonė savo veikoje paprastai siekia dviejų makro tikslų – didesnio pelno bei mažesnės rizikos. W. P. Lloyd atskleidė rizikos mažinimo teorijos esmę, tirdamas, kaip skiriasi pasaulio šalių pelnai iš vienodų investicijų, ir padarė išvadą, jog pelno sumažėjimo ar net praradimo rizikos veiksnys gali būti smarkiai sumažintas diversifikuojant tarptautines investicijas (Lloyd, 1975, p. 113 – 120). Rizikos laipsnis šiuo atveju atvirkščiai proporcingas investicijų diversifikavimo laipsniui skirtinguose pasaulio regionuose (Žukauskas, 2006, p. 79). A. Rugman (1975) papildė šią teoriją, teigdamas, jog užsienio investuotojai – multinacionalinės įmonės įgyja pranašumą prieš vietinius gamintojus todėl, kad būdamos didelės ir plačiai diversifikavusios investuotą kapitalą gauna didesnę pelno masę ir stabilesnius bendruosius pelnus. Šis didesnis pelno

stabilumas yra investicijų diversifikavimo rezultatas, kurį sustiprina dar ir ta aplinkybė, jog šalių, į kurias nukreiptas didesnis kiekis galingų tarptautinių įmonių investicijų, ekonomikos tampa nuo investuotojų šalių. Tačiau, tarptautinių investicijų diversifikavimas negali būti atliekamas chaotiškai – vien tik išskirstant jas po platesnius pasaulio regionus. Prieš investuodamos į bet kurios užsienio šalies ekonomiką įmonės turi palyginti būsimą naudos padidėjimą su galima investavimo rizika, įvertinti, kaip naujos investicijos atsilieps įmonės pelnų stabilumui, paanalizuoti, kaip naujosios šalies ekonominiai ciklai koreliuoja su vietinės šalies ekonominiais ciklais (Žukauskas, 2006, p. 80).

Paminėta kryžminio investavimo teorija bei rizikos mažinimo teorija išsamiai nepaaiškina TUI motyvų, tačiau gali papildyti šiuolaikines TUI teorijas.

1.4 Radikaliosios tiesioginių užsienio investicijų teorijos

Visiškai priešingai, nei ortodoksai ekonomistai, kurie išvelgė MĮ kaip efektyviausią instrumentą, kurio veiklos dėka optimaliai paskirstomi ištekliai bei prekės tarptautiniu mastu, radikalieji ekonomistai multinacionalinę įmonę traktuoja kaip ekonominio išnaudojimo įrankį, sukeltantį politinį nestabilumą bei darantį žalą aplinkai dėl jų nesiliaujančio pelno vaikymosi ir turimos didžiulės ekonominės bei politinės galios. Kai kūrei marksistinio požiūrio ekonomistai vertina TUI kaip imperinę plėtrą, kurią sąlygojo ilgalaikės pelno mažėjimo tendencijos vietinėje šalyje dėl perprodukcijos. Viena vertus, kapitalistinė santvarka sąlygoja didelių tarptautinių monopolijų susikūrimą, o kita vertus, finansinio bei gamybinio kapitalo koncentraciją. Šios monopolijos kolonizuoja pasaulį, proceso metu pasinaudojant TUI kaip instrumentu (Piggot; Cook, 2006, p. 204).

Nors pastaruoju laikotarpiu TUI aplinka yra pakitusi, nei buvo XX a. pradžioje, šiandien egzistuoja tam tikras susirūpinimas MĮ veikla, susijusia su TUI. Pirma, dauguma MĮ veiklą vykdo išsivysčiusiose šalyse, ir tik maža dalis atitenka mažiausiai išsivysčiusiems šalims (MIŠ). Antra, TUI struktūroje padidėjo paslaugų dalis, kas neskatina MIŠ industrializacijos. Trečia, kaip teigia R. Kozul – Wright ir R. Rowthorn (1998), netgi gamybos sferoje labiausiai TUI įtakojantys veiksniai yra technologija, žinios bei vadybiniai sugebėjimai, o tai yra tos savybės, kurių labiausiai trūksta MIŠ. Ketvirta, nepaisant staigaus TUI srautų pasikeitimo MIŠ linkme, tai mažai susiję su tokių šalių gerove. Galų gale, imituojant didesnę pasisekimą turinčių NIŠ veiklą, gali atsirasti per daug MIŠ, kurios TUI pagalba mėgintų eksportuoti pagamintą produkciją, dėl ko tikėtinas šios produkcijos kainų kritimas, dar labiau pabloginantis šių šalių prekybos sąlygas.

Kaip teigia J. Piggot ir M. Cook (2006), pastaruoju metu yra kritikuojamos išsivysčiusios šalys (IŠ) dėl jų požiūrio į MIŠ bei TUI. Tie patys autoriai nurodo, jog TVF bei Pasaulio bankas (PB) palaiko MIŠ užsienio investavimo politiką bei liberalizaciją. L. E. Bernal ir kt. (2004) ypač

kritikuoja PB 2005 m. ataskaitą (2005), kurioje pateikiama nauja investavimo liberalizavimo tvarka, pastaruoju metu aptarta Pasaulio prekybos organizacijoje (PPO), kurioje išreiškiamas IŠ interesų palaikymas, taip darant žalą MIŠ ekonomikai. B. Las Das (2003) taip pat kritiškai vertina ES požiūrį į PPO siūlomą investavimo liberalizavimą. Taigi, nepaisant didžiulės konkurencijos tarp šalių, tiek tarp išsivysčiusių, tiek tarp MIŠ, siekiant pritraukti TUI sprendžiant savo ekonomines problemas, TUI problematika tampa aktuali kaip niekada.

2. LIETUVOS ĮMONIŲ TIESIOGINĖS INVESTICIJOS UŽSIENYJE

Sparčiai augant Lietuvos ekonomikai, šalies įmonės plečia savo veiklą tiek savo šalies teritorijoje, tiek ir už jos ribų. Iki šiol įvairiuose literatūros bei informaciniuose šaltiniuose galima rasti gana daug statistinės informacijos bei mokslinių tyrimų, susijusių su užsienio šalių investicijomis mūsų šalyje. Tačiau, informacija apie Lietuvos įmonių tiesiogines investicijas užsienyje yra ribota, o moksliniai tyrimai šioje srityje dar nėra populiarūs. Tokia situacija galėjo būti sąlygota pačių šalies įmonių, kurios dar tik pradeda eiti į užsienio rinkas, atlikdamos tiesiogines užsienio investicijas kitose šalyse. Tačiau, pastaruoju metu vis daugiau jų renkasi šį įėjimo į užsienio rinkas būdą. Todėl yra aktualu išsiaiškinti pagrindinius Lietuvos įmonių skverbimosi į užsienį motyvus, esamas kliūtis bei tendencijas, atliekant mokslinį tyrimą. To pasekoje buvo sudaryta tyrimo metodologija.

2.1 Tyrimo metodologija

Siekiant iširti Lietuvos įmonių, kurios tiesiogiai investuoja užsienio šalyse, tarptautinės plėtros ypatumus, buvo nuspręsta atlikti aprašomąjį mokslinį tyrimą. Mokslinio tyrimo procesą sudarė trys pagrindiniai etapai: pasiruošimas tyrimui ir tyrimo organizavimas; empirinių duomenų rinkimas; tyrimo duomenų apdorojimas ir vertinimas.

Tyrimo objektas. Mokslinio tyrimo objektas yra Lietuvos įmonės, tiesiogiai investuojančios užsienio šalyse. Pasirinkus šį objektą kaip mokslinės pažinties veiklos dalyką, tyrime analizuoti šių įmonių tarptautinės plėtros ypatumai.

Hipotezės. Pasiruošimo tyrimui metu buvo iškeltos 4 hipotezės:

- 1) pagrindinis Lietuvos įmonių tarptautinės plėtros veiksnys yra ribota gimtosios šalies rinka;
- 2) Lietuvos įmonių tarptautinę plėtrą sąlygoja padidėjęs jų finansinis pajėgumas;
- 3) dėl žemos perkamosios galios Lietuvoje, šalies įmonės priverstos plėstis į kitų šalių rinkas, siekiant uždirbti didesnes pajamas;
- 4) Lietuvos įmonių tarptautinę plėtrą skatina jų vykdomai ekonominės veiklos rūšiai internacionalizacijos teikiami privalumai.

Tyrimo tikslas ir uždaviniai. Mokslinio tyrimo tikslas – nustatyti pagrindinius Lietuvos įmonių tarptautinės plėtros motyvus bei galimybes. Siekiant tyrimo tikslo, buvo iškelti šie uždaviniai:

- 1) nustatyti ir įvertinti Lietuvos įmonių tarptautinės plėtros tendencijas;
- 2) nustatyti konkrečias Lietuvos įmones, kurios tiesiogiai investuoja užsienio šalyse;
- 3) apklausos būdu nustatyti Lietuvos įmonių tarptautinės plėtros motyvus ir galimybes.

Tyrimo proceso organizavimas. Įvertinus Lietuvos įmonių tarptautinės plėtros tendencijas, buvo svarbu išsiaiškinti minėto reiškinio priežastis. Siekiant nustatyti Lietuvos įmonių tarptautinės plėtros motyvus ir galimybes, buvo nuspręsta pasirinkti anketinės apklausos tyrimo metodą. Tiriamųjų kontingentą sudarė Lietuvos įmonės, kurios tiesiogiai investuoja užsienio šalyse. Kadangi tyrimo metu tokių įmonių Lietuvoje buvo 253, o daugiau nei du trečdaliai iš jų neteikia oficialios informacijos apie veiklą kitose šalyse, buvo nuspręsta apklausti kiekvieną visumos narį, t.y iš viso 60 įmonių (žr. 1 priedą), apie kurių tarptautinę veiklą yra žinoma. Kadangi tiriamųjų kontingentas geografiniu požiūriu yra plačiai išsidėstęs visoje Lietuvoje, surašymas buvo atliktas tiek tiesiogiai pateikiant anketas įmonėse, tiek siunčiant elektroniniu paštu (prieš tai informavus telefonu), tikintis sulaukti atsakymų. Anketinė apklausa užtruko kelias savaites. Visas tyrimo išlaidas padengė tyrėjas.

Empirinių duomenų rinkimas. Pirminiai duomenys buvo gauti respondentams pateikiant anketą, kurią sudarė 20 klausimų. Siekiant gauti kokybiškus duomenis, buvo atliktas išankstinis klausimyno testavimas maksimaliai artimomis tikram tyrimui sąlygomis. Atsižvelgiant į darbe iškeltas hipotezes, anketos klausimai buvo atitinkamai susisteminti. Surašymo metu gauti duomenys leido daryti apibendrinimus ir išvadas, t.y. nustatyti empirinius dėsningumus bei kurti teorinius apibendrinimus.

Tyrimo duomenų apdorojimas. Pirmiausia gauti duomenys buvo apdoroti matematinės statistikos metodais, o vėliau atlikta teorinė jų analizė, patvirtinant arba paneigiant iškeltas hipotezes. Taikant statistinio apdorojimo metodus buvo naudojamosi tiek kokybine, tiek kiekybine duomenų analize. Taikant kokybinę analizę buvo atliekamas duomenų klasifikavimas, t.y. tarp kiekvienos grupės reiškinų atskleisti ryšiai pagal esminius požymius pateikiant preliminaras išvadas apie grupių santykius. Taikant kiekybinę analizę buvo naudojami vidurkio ir procentinio duomenų įvertinimo metodai. Statistinio apdorojimo metu gauti rezultatai buvo mokslškai apibendrinti, pateikiant išvadas, kurių pagrindu tikrinti hipotetiniai teiginiai. Siekiant reprezentatyvios darbo išvaizdos, gautų duomenų bei schemų atvaizdavimas atliktas naudojantis naujausia „Microsoft Office 2007“ programine įranga.

Sekančiame šios darbo dalies poskyryje atlikta Lietuvos įmonių, kurios tiesiogiai investuoja užsienio šalyse, plėtros analizė, nustatant ir įvertinant dabartines reiškinio tendencijas.

2.2 Lietuvos įmonių tiesioginių investicijų užsienyje analizė

Pastaruoju metu Lietuvos įmonės vis daugiau tiesiogiai investuoja užsienio šalyse. Remiantis LR Statistikos departamento duomenis (2008a), 2007 m. trečiojo ketvirčio pabaigoje Lietuvos įmonių sukauptosios tiesioginės investicijos užsienyje sudarė 3,58 mlrd. litų, o investuotojų skaičius

2007 m. pradžioje buvo 419. Žvelgiant į praėjusių laikotarpių tendencijas, tikėtina, jog šie rodikliai ateityje didės.

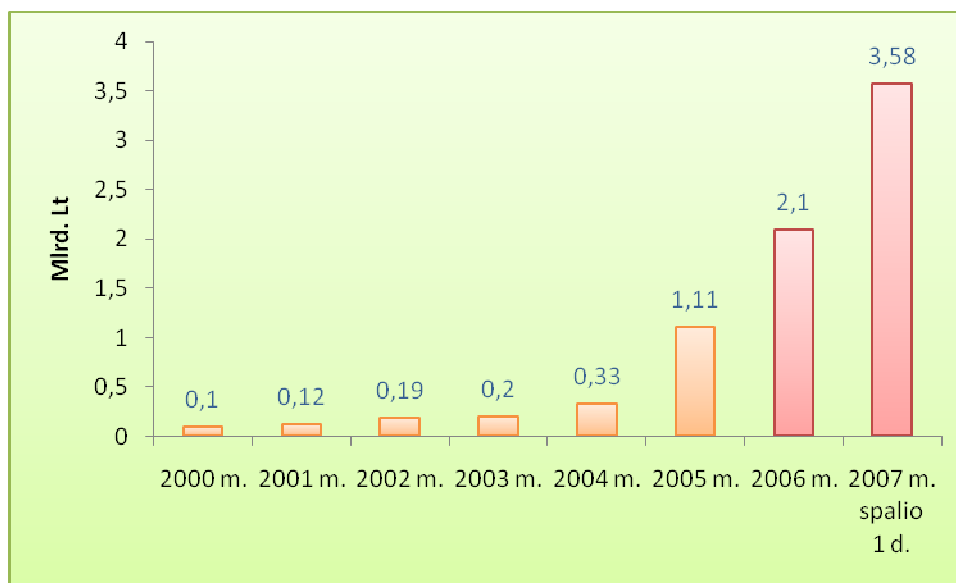
Vertinant tiesioginių Lietuvos investicijų užsienyje duomenis reikia atsižvelgti į tai, jog nuo 2006 m. rugsėjo mėn. Europos Sąjungos nacionaliniai bankai privalo teikti informaciją apie tiesiogines užsienio investicijas (likučius) pagal naują akcinio kapitalo įvertinimo tvarką, kurią 2004 m. liepos 16 d. patvirtino Europos centrinis bankas (Lietuvos bankas, 2006, p. 23). Direktyvoje ECB/2004/15 numatomos Europos centrinio banko gairės dėl statistinės atskaitomybės reikalavimų mokėjimų balanso ir tarptautinių investicijų balanso statistikai bei tarptautinių atsargų šablonui. Tiesioginių investicijų akcinio kapitalo likučių vertė nustatoma į vertybinių popierių biržos prekybos sąrašą įtrauktų bendrovių akcinį kapitalą įvertinant rinkos kaina, o į minėtą sąrašą neįtrauktų bendrovių – nominaliąja verte. Duomenys apskaičiuoti pagal minėtus reikalavimus, leidžia tiksliau nustatyti tiesioginių užsienio investicijų akcinio kapitalo vertę per ataskaitinį laikotarpį. Be to, šio metodo įdiegimas geriau tenkina šalies nacionalinių sąskaitų sudarymo reikalavimus. Dėl naujosios tiesioginių investicijų įvertinimo tvarkos, skirtingų laikotarpių tiesioginių užsienio investicijų likučius sunku palyginti, nes jų pasikeitimui įtakos turi ne tik investicijų srautų pokyčiai, bet ir akcijų kainų pokyčiai. Todėl vertinant atskirų laikotarpių duomenis būtina į tai atsižvelgti – laiko eilučių nutrūkimas yra tarp 2005 m. ir 2006 m. (žemiau pateiktuose paveikslėliuose, laikotarpiai, kuriems taikomi naujieji apskaičiavimo reikalavimai pažymėti skirtinga spalva).

Palyginus su 2000 m. pradžios duomenimis (LR Statistikos departamentas (2007a)), kai sukauptosios tiesioginės Lietuvos investicijos užsienyje sudarė tik 103,8 mln. litų, šiuo metu jos yra didesnės daugiau, nei 35 kartus. Nuo 2000 m. pradžios iki 2007 m. spalio 1 d. sukauptųjų tiesioginių Lietuvos investicijų užsienyje statistikos duomenys pateikti 4 pav.

Vertinant paskutiniųjų kelerių metų Lietuvos įmonių investicijas užsienyje (4 pav.), galima pastebėti, jog jos kasmet vis didėjo. Nors LR Statistikos departamentas dar nepateikia 2007 m. ketvirtojo ketvirčio duomenų, tačiau atsižvelgiant į investicijų užsienyje augimo tendencijas, galima teigti, jog 2007 m. jos sudarys apytiksliai 4 mlrd. litų. Ypač staigus investicijų šuolis pastebimas nuo 2005 m., kuris tęsiasi ir toliau. Be to, šis laikotarpis sutampa su Lietuvos įstojimu į Europos Sąjungą, kas sąlygojo palankesnes tarptautinės Lietuvos įmonių plėtros sąlygas.

Pagrindinės šalys, į kurias daugiausiai investavo Lietuvos įmonės yra Latvija, Rusija, Lenkija, Ukraina, Estija, Kipras, Norvegija bei Jungtinės Karalystės. Investicijų pasiskirstymas tarp šių šalių 2000 – 2007 metų pradžioje pateiktas 1 lentelėje. Svarbu paminėti, jog iš investicijų, tenkančių Rusijai, didžioji jų dalis patenka į Kaliningrado sritį. Pagal LR Statistikos departamento (2007a) duomenis, 2007 m. pradžioje jos sudarė 238 mln. litų, apytiksliai 55 proc. visų investicijų,

tenkančių Rusijai. Šios šalies patrauklumas Lietuvos įmonių atžvilgiu gali būti sąlygotas patogios geografinės padėties bei sąlyginai žemų veiklos kaštų.



Šaltinis: sukurta autoriaus pagal LR Statistikos departamentas. Tiesioginės užsienio investicijos, 2008a.

4 pav. Sukauptos tiesioginės Lietuvos investicijos užsienyje 2000 m. – 2007 m. spalio mėn.

Kadangi LR Statistikos departamentas atsižvelgia į duomenų pateikimo konfidencialumo principus, tam tikrų laikotarpių Lietuvos įmonių investicijų rodikliai į kitas šalis yra viešai neskelbiami (1 lentelėje tai pažymėta žvaigždute). Be to, vertinant lentelėje pateiktus duomenis, kaip jau buvo minėta, reikia atsižvelgti į laiko eilučių nutrūkimą dėl naujos statistikos duomenų apie užsienio investicijas apskaičiavimo tvarkos taikymo (lentelėje laikotarpiai atskirti skirtingomis spalvomis).

1 lentelė

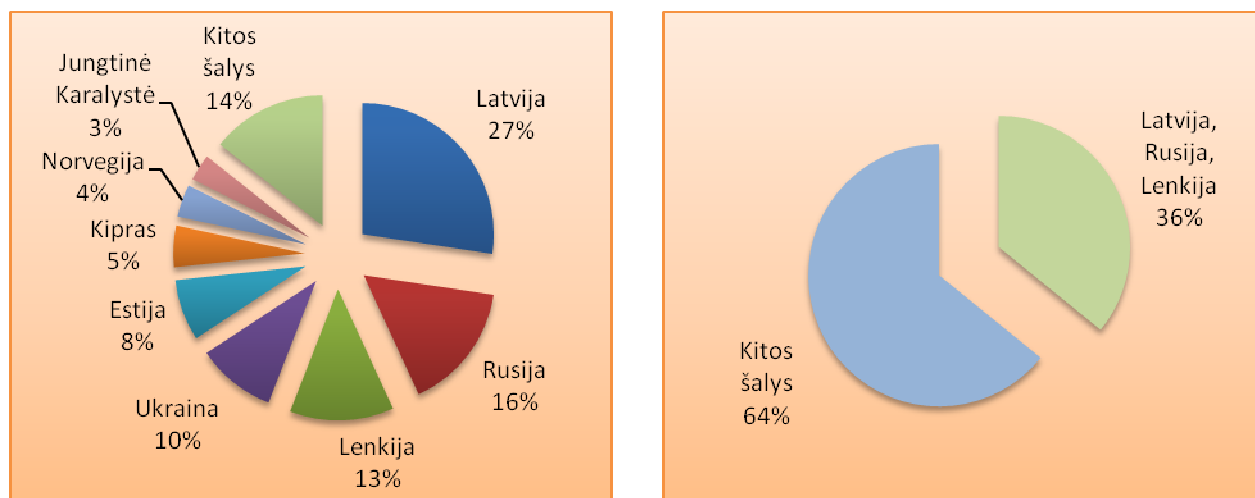
Investicijų pasiskirstymas tarp atskirų šalių 2000 – 2007 metų pradžioje, mln. Lt

Šalis	2000 m.	2001 m.	2002 m.	2003 m.	2004 m.	2005 m.	2006 m.	2007 m.
Latvija	26,5	32,6	36,5	45,1	43,0	586,4	865,7	750,3
Rusija	22,4	13	38,5	30	98,3	199,4	297,0	430,9
Lenkija	2,9	1,5	3,4	3,4	2,3	6,7	58,1	351,2
Ukraina	3,3	3,7	22,6	14,2	30,1	39,3	265,1	268,4
Estija	23,7	29,8	41,2	41,6	29,5	50,6	116,4	207,4
Kipras	*	*	*	*	46,6	81,1	82,8	139,7
Norvegija	-	-	-	-	-	-	*	109,8
Jungtinė Karalystė	-	-	-	0,0	0,7	*	45,6	89,5
Kitos šalys	25,0	36,7	49,2	62,7	80,0	108,2	258,2	392,0
Iš viso:	103,8	117,3	191,4	197,0	330,5	1071,7	2098,6	2739,2

Šaltinis: sudaryta autoriaus pagal LR Statistikos departamento (2007a) duomenis.

Taigi, didžiausia Lietuvos įmonių investicijų užsienyje dalis 2007 m. pradžioje teko Latvijai, Rusijai bei Lenkijai (žr. 5 pav.). Įvertinant tai, galima teigti, jog Lietuvos įmonės labiausiai

sinteresuotos investuoti į kaimynines šalis, kurios geografiniu požiūriu yra arčiausiai, tarp kurių Latvija yra patraukliausia.



Šaltinis: sukurta autoriaus pagal LR Statistikos departamento duomenis. 2007 m. Lietuvos statistikos metraštis, 2007c, p. 395.

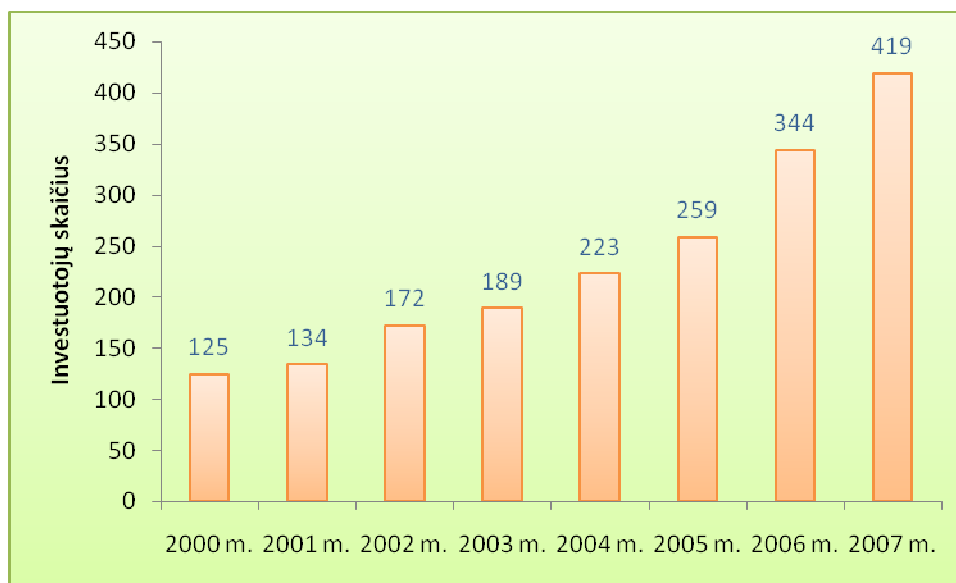
5 pav. Lietuvos užsienio investicijų pasiskirstymas tarp atskirų šalių 2007 m. pradžioje

Ypač didelis investicijų pokytis pastebimas Lenkijos atžvilgiu – Lietuvos įmonių investicijos į šią šalį per 2006 m. padidėjo nuo 58,1 mln. litų metų pradžioje iki 351,2 mln. litų metų pabaigoje, t.y. daugiau nei 6 kartus. LR ambasados Lenkijoje (2007a) duomenimis, 2007 m. Lenkijos rinkoje veikė apie 20 Lietuvos kapitalo įmonių, žinomų Lietuvos ambasadai Lenkijoje. Tos pačios ambasados (2007b) duomenimis, 2006 m. liepos 1 d., tarp jų buvo AB „Sanitas“, UAB „Vilniaus prekyba“, UAB „Mažeikių naftos prekybos namai“, UAB „Plungės kooperatinė prekyba“, UAB „Ogmios prekyba“, bei kitos, tačiau nesutinkančios, kad jų įmonės pavadinimas ir pagrindinės veiklos kodas būtų skelbiami viešai.

Galima manyti, jog toks investicijų iš Lietuvos (ir ne tik) augimas Lenkijoje galimas dėl jos Vyriausybės vykdomos palankios užsienio investicijų pritraukimo politikos. Dėl pastarojo laiko politinių pokyčių Lenkija patraukia vis didesnę viso pasaulio investuotojų dėmesį. Staigų investicijų šuolį į Lenkiją lėmė AB „Sanitas“ bendrovės įsigyta „Jelfa S.A.“ Lenkijos įmonė, kurios akcijas valdė „Sanitas Polska Sp. z o.o.“, o 2006 m. gruodžio mėn. pabaigoje pastaroji buvo prijungta prie „Jelfa S.A.“. Kaip skelbiama AB „Sanitas“ internetinėje svetainėje (2006), šio sandorio vertė sudarė virš 30 mln. litų. Po šio įsigijimo, bendrovė tapo viena didžiausių vaistų gamybos bendrovių Rytų Europoje. Be to, AB „Sanitas“ įkūrė atstovybes Čekijoje, Latvijoje bei Estijoje. Tikėtina, kad tokia šios įmonės plėtra sąlygota Lietuvos rinkos siaurumo.

Per pastaruosius septynerius metus padidėjo ir investuotojų skaičius. Remiantis LR Statistikos departamento duomenis (2007a), 2000 m. pradžioje užsienyje investavo 125 Lietuvos investuotojai, o 2007 m. šis skaičius išaugo iki 419, t.y. daugiau nei 3 kartus (žr. 6 pav.). Ypač spartus investuotojų skaičiaus augimas pastebimas 2005 – 2007 m. laikotarpiu. Per 2005 m.

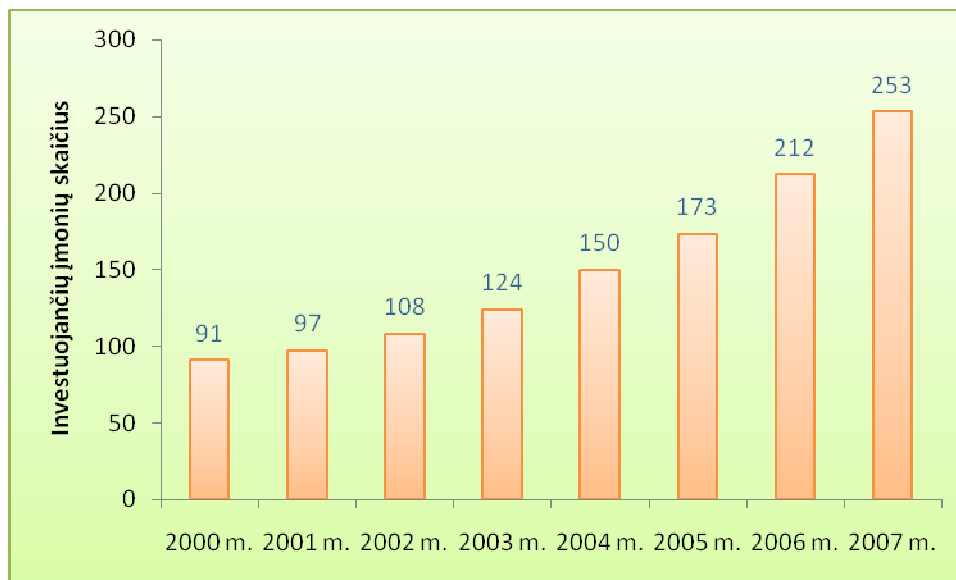
investuotojų skaičius padidėjo 85 vienetais, arba 24,7 proc., o 2006 m. – 75 vienetais, arba 17,9 proc.



Šaltinis: sukurta autoriaus pagal LR Statistikos departamento (2007a) duomenis.

6 pav. Lietuvos investuotojų užsienyje skaičius 2000 – 2007 m. pradžioje

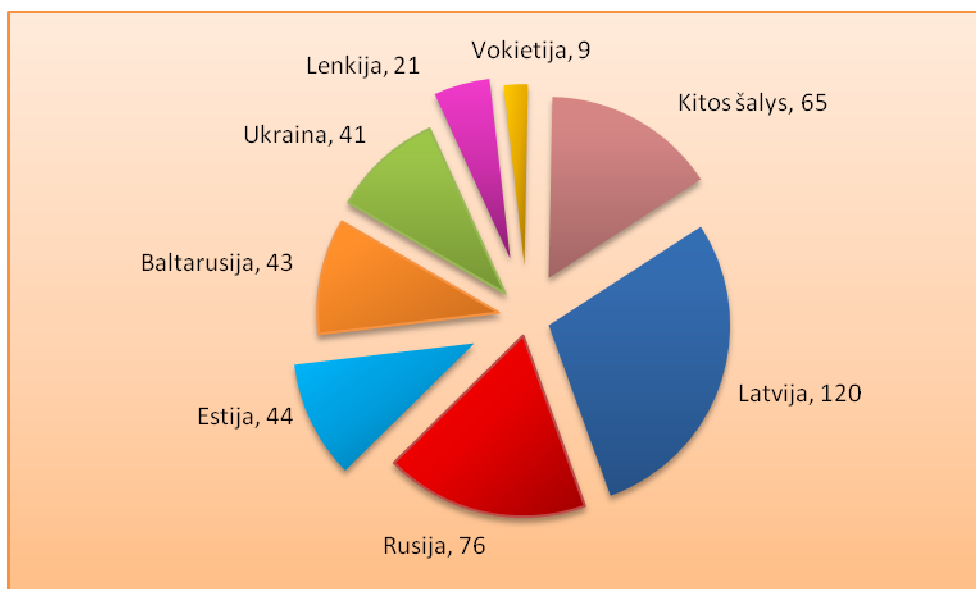
Būtina paminėti, jog investuotojų skaičius yra sudarytas pridedant ir tų pačių Lietuvos įmonių įsteigtus padalinius skirtingose užsienio valstybėse. Įvertinant tai, realus tiesiogiai investuojančių užsienyje Lietuvos įmonių skaičius yra mažesnis (žr. 7 pav.).



Šaltinis: sukurta autoriaus pagal LR Statistikos departamento (2007b) duomenis.

7 pav. Tiesiogiai investuojančių Lietuvos įmonių užsienyje skaičius 2000 – 2007 m. pradžioje

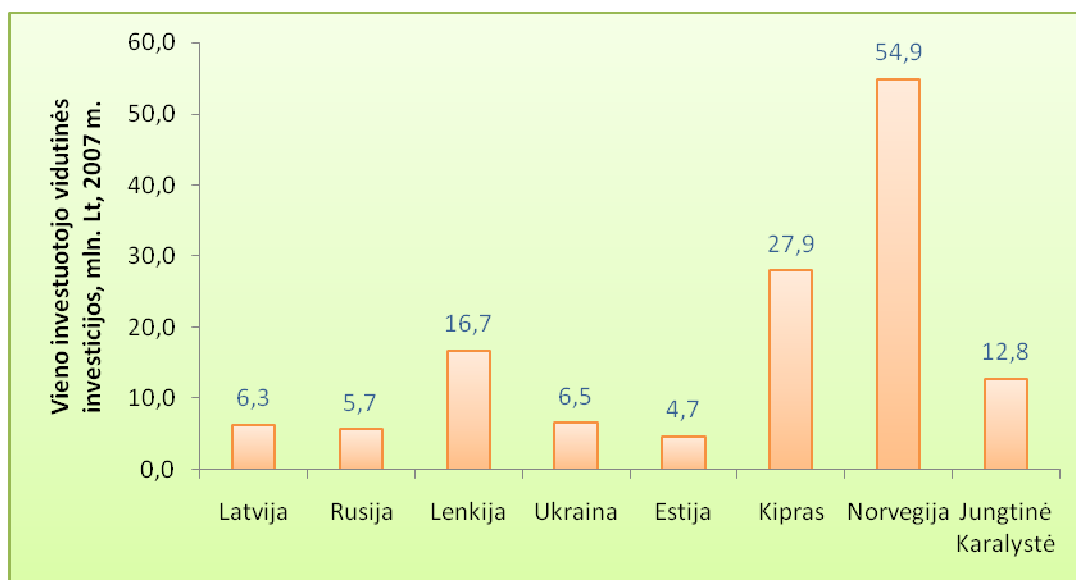
Tiesiogiai investuojančių Lietuvos investuotojų užsienyje skaičius pagal šalis 2007 m. pradžioje pateiktas 8 pav. Didžiausias įmonių padalinių skaičius 2007 m. pradžioje užregistruotas Latvijoje – 120, bei Rusijoje – 76. Estijoje, Baltarusijoje ir Ukrainoje veikė daugiau, nei 40 padalinių, Lenkijoje – 21. Kitose pasaulio šalyse veiklą vykdė 74 Lietuvos įmonių padaliniai.



Šaltinis: sukurta autoriaus pagal LR Statistikos departamento (2007a) duomenis.

8 pav. Tiesiogiai investuojančių Lietuvos investuotojų užsienyje skaičius pagal atskiras šalis 2007 m. pradžioje

Pagrindinė Lietuvos investuotojų dalis investuoja tose šalyse, kuriose sukauptosios tiesioginės Lietuvos investicijos yra didžiausios. Tačiau pastebima tendencija, jog tam tikrose šalyse investuoja sąlyginai mažai investuotojų, o jų investuojamas kapitalas yra didelis. Į tam tikrą šalį investuojančio vieno investuotojo vidutinių investicijų palyginimas 2007 m. pradžioje pateiktas 9 pav.



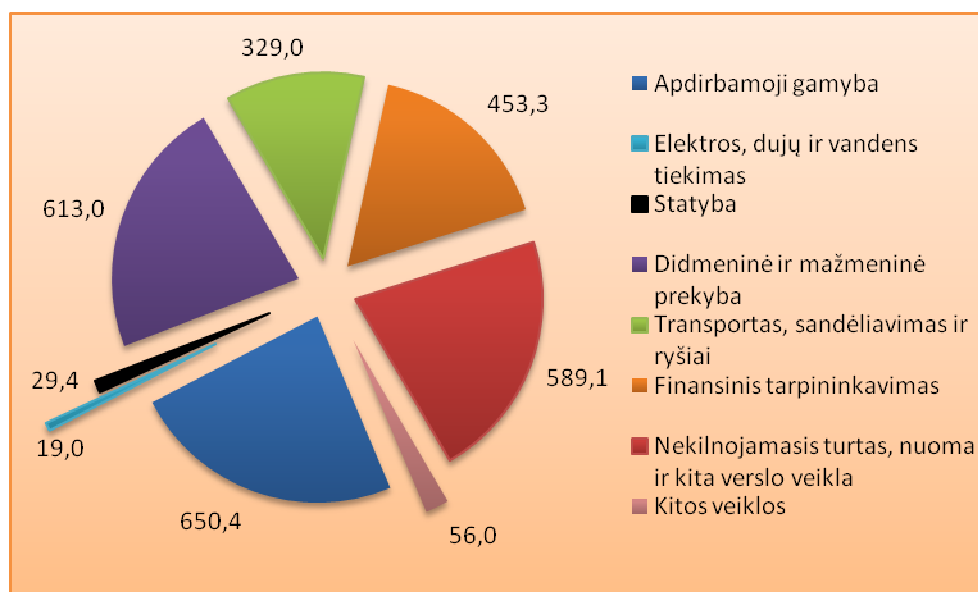
Šaltinis: sukurta autoriaus pagal LR Statistikos departamento (2007a) duomenis.

9 pav. Vieno Lietuvos investuotojo vidutinės investicijos į tam tikrą šalį 2007 m. pradžioje, mln. Lt

2007 m. pradžioje didžiausios vidutinės vieno Lietuvos investuotojo investicijos, tiesiogiai investuojančio Norvegijoje, sudarė apytiksliai 54,9 mln. litų. Sąlyginai didelis investicinis kapitalas

būdingas Lietuvos investuotojams, investavusiems Kipre, Jungtinėje karalystėje bei Lenkijoje. Kipre vieno investuotojo vidutinis investuotas kapitalas sudarė 27,9 mln. litų, Jungtinėje Karalystėje – 12,8 mln. litų, Lenkijoje – 16,7 mln. litų. Mažiausios vidutinės vieno investuotojo tiesioginės investicinės išlaidos buvo Estijoje – 4,7 mln. litų, Rusijoje – 5,7 mln. litų, bei Latvijoje – 6,3 mln. litų.

Analizuojant Lietuvos įmonių tiesiogines investicijas pagal ekonominės veiklos rūšis, galima pastebėti, jog didžiausią jų dalį sudaro apdirbamosios gamybos, didmeninės ir mažmeninės prekybos (įskaitant asmeninių ir namų ūkio reikmenų taisymą), nekilnojamojo turto, nuomos ir kitos verslo veiklos, finansinio tarpininkavimo, transporto, sandėliavimo ir ryšių ekonominės veiklos (žr. 10 pav.). Remiantis LR Statistikos departamento parengto 2007 m. Lietuvos statistikos metraščio (2007c) duomenimis, 2007 m. pradžioje daugiausiai investuota į apdirbamąją gamybą – 650,4 mln. litų, didmeninę ir mažmeninę prekybą – 613 mln. litų, nekilnojamojo turto, nuomos ir kitą verslo veiklą – 589,1 mln. litų. Tikėtina, jog Lietuvoje veikiančios įmonės yra suinteresuotos investicijomis kitose šalyse dėl ten pasiekiamos pigesnės darbo jėgos (ypač tai aktualu tose veiklos srityse, kurios imlios darbo jėgai). Kita vertus, gaminant tam tikrus gaminius, kitose šalyse gali būti pigesnės bei lengviau prieinamos reikalingos žaliavos. Tekstilinkai ir drabužių siuvėjai (pavyzdžiui, AB „Utenos trikotažas“) pigesnės darbo jėgos ieško Ukrainoje, baldų gamintojai (UAB „Klaipėdos baldų prekyba“, UAB „Jūrės medis“ ir kt.) žvalgosi į Rusiją, kur gausu medienos bei didelė rinka ir t.t.

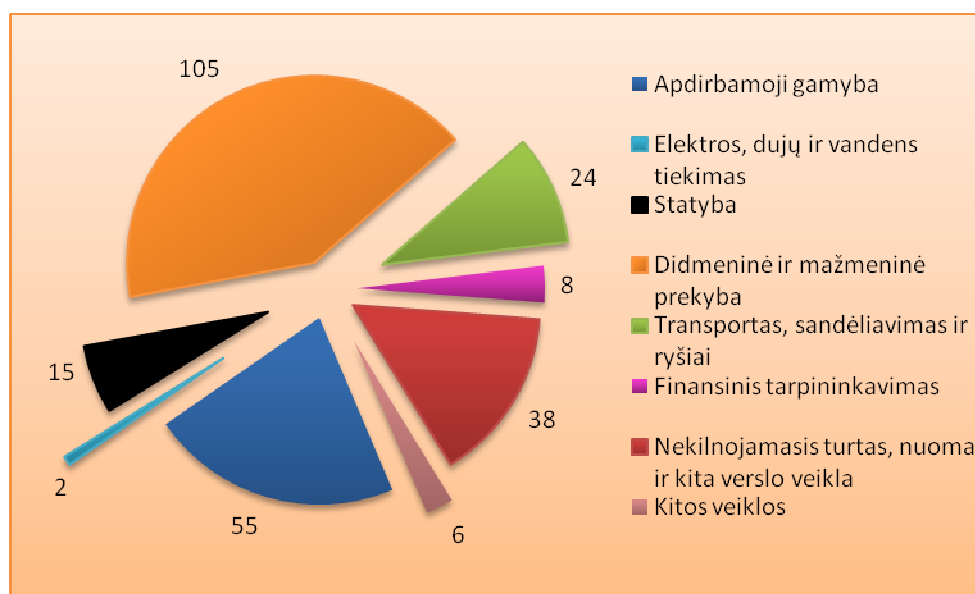


Šaltinis: sukurta autoriaus pagal LR Statistikos departamento 2007 m. Lietuvos statistikos metraščio duomenis, 2007c, p. 395.

10 pav. Lietuvos įmonių tiesiogines investicijas pagal ekonominės veiklos rūšis 2007 m. pradžioje, mln. Lt

Situacija kartais atrodo net kiek keistoka – nepaisant paklausos atotrūkio nuo pasiūlos Lietuvos nekilnojamojo turto rinkoje, šalies statybos bendrovės (AB „Panevėžio statybos trestas“, AB „Hanner“ ir kitos) jau dirba arba planuoja pradėti verslą Latvijoje, Rusijoje, Ukrainoje, Rumunijoje ir Bulgarijoje. Tačiau Lietuvos bendrovės eina ne tik į mažesnių gamybos kaštų regionus – jau minėtas AB „Sanitas“ įžengė į Slovakiją, UAB „Hermis Capital“ įsigijo žinomos Norvegijos elektronikos bendrovės „Kitron“ ASA trečdalį akcijų ir t.t. Iš vienos puses, minėti pavyzdžiai rodo teigiamus konkrečių įmonių veiklos rezultatus (arba planus), iš kitos – atspindi tai, kad plėtros (pirmiausia ekstensyvos) galimybes Lietuvoje jau yra išnaudotos arba investicinė aplinka (teisinė, administracinė, mokestinė) yra vertinama nepalankiai (Lietuvos ekonomikos aktualijos, 2006, p. 15). Šiuos veiksnius bus siekiama išsiaiškinti tolimesnio tyrimo metu.

Vertinant Lietuvos įmonių skaičių, atliekančių tiesiogines investicijas į užsienio šalis bei atsižvelgiant į jų vykdomas ekonominės veiklos rūšis, galima pastebėti, kad didžiausias jų skaičius specializuojasi didmeninės ir mažmeninės prekybos bei apdirbamosios gamybos srityse (žr. 11 pav.).



Šaltinis: sukurta autoriaus pagal LR Statistikos departamentas. Lietuvos statistikos metraštis 2007, 2007c, p. 395.

11 pav. Lietuvos įmonių skaičius, atliekančių tiesiogines investicijas užsienio šalyse, atsižvelgiant į jų vykdomas ekonominės veiklos rūšis, 2007 m. pradžioje

Remiantis LR Statistikos departamento parengtu 2007 m. Lietuvos statistikos metraščiu (2007c), 2007 m. pradžioje daugiausiai Lietuvos įmonių užsienyje vykdė didmeninės bei mažmeninės prekybos veiklą, iš viso 105 įmonės. 55 įmonės specializavosi apdirbamosios gamybos, 38 – nekilnojamojo turto, nuomos ir kitose verslo srityse, 24 – transporto, sandėliavimo bei ryšių ekonominės veiklos srityse.

Palyginus 11 pav. pateiktus duomenis su 2006 m. pradžios duomenimis, pastebėtina, jog gerokai daugiau Lietuvos įmonių pradėjo veiklą didmeninės ir mažmeninės prekybos, taip pat nekilnojamojo turto, nuomos ir kitose verslo srityse (žr. 2 lentelę).

2 lentelė

Lietuvos įmonių skaičiaus pokytis, atliekančių tiesiogines investicijas užsienio šalyse, atsižvelgiant į jų vykdomas ekonominės veiklos rūšis 2006 – 2007 metų pradžioje

Ekonominės veiklos rūšis	2006 m.	2007 m.	Pokytis, proc.
Apdirbamoji gamyba	54	55	1,9
Elektros, dujų ir vandens tiekimas	3	2	-33,3
Statyba	13	15	15,4
Didmeninė ir mažmeninė prekyba	85	105	23,5
Transportas, sandėliavimas ir ryšiai	22	24	9,1
Finansinis tarpininkavimas	6	8	33,3
Nekilnojamojasis turtas, nuoma ir kita verslo veikla	27	38	40,7
Kitos veiklos	2	6	200,0

Šaltinis: sudaryta autoriaus pagal LR Statistikos departamento (2007b) duomenis.

Didmeninės ir mažmeninės prekybos veiklą vykdančių įmonių skaičius per 2006 m. padidėjo 23,5 proc., o nekilnojamojo turto, nuomos ir kitas susijusias verslo veiklas – 40,7 proc. 2007 m. pradžioje tiesiogiai investuojančių užsienyje įmonių skaičius sumažėjo tik elektros, dujų ir vandens tiekimo veikloje, iki 2 įmonių (2006 m. pradžioje veiklą šiose srityse vykdė 3 įmonės).

Kadangi dauguma Lietuvos įmonių tiesiogiai investuoja Europos Sąjungos valstybėse, tikslinga išskirti Lietuvos tiesiogines investicijas užsienyje pagal ekonomines zonas (žr. 3 lentelę).

3 lentelė

Lietuvos tiesioginės investicijos užsienyje pagal ekonomines zonas 2004 – 2005 metų pradžioje

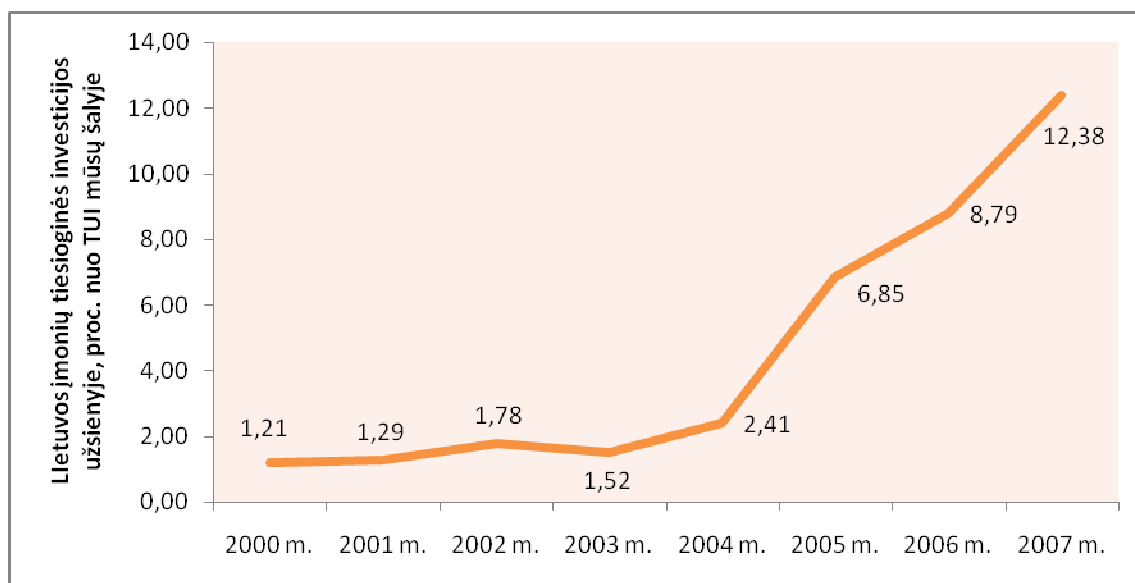
Ekonominė zona	2004 m.		2005 m.	
	Iš viso, mln. Lt	Iš viso, proc.	Iš viso, mln. Lt	Iš viso, proc.
ES - 27	157,0	47,5	770,8	71,9
ES - 25	156,8	47,4	769,9	71,8
ES - 15	33,1	10,0	42,7	4,0
NVS	138,9	42,0	254,7	23,8

Šaltinis: sudaryta autoriaus pagal LR Statistikos departamento duomenis. Tiesioginės užsienio investicijos Lietuvoje, 2007d, p. 46.

Žvelgiant į 3 lentelę, pastebima Lietuvos įmonių tiesioginio investavimo tempų mažėjimo senosiose Europos (ES – 15) bei NVS šalyse tendencija. Tiesioginės investicijos ES – 27 (ES – 25) šalyse per 2004 m. padidėjo 613,8 mln. litų (613,1 mln. litų), t.y 24,4 proc. (24,4 proc.) kitų ekonominių zonų atžvilgiu. Į ES – 15 šalis per 2004 m. investicijos padidėjo 9,6 mln. litų, tačiau sumažėjo 6 proc. kitų ekonominių zonų atžvilgiu. Į NVS šalis per 2004 m. investicijos padidėjo 115,8 mln. litų, tačiau sumažėjo 18,2 proc. kitų ekonominių zonų atžvilgiu. Tai sąlygojo spartesnę Lietuvos įmonių plėtra į ES – 27 (ES – 27) šalis.

Galima teigti, jog Lietuvos įmonių tiesioginės investicijos į užsienio šalis sąlygoja prekių ir paslaugų eksporto plėtrą. Ryškiausias pavyzdys – UAB „VP Market“ veikla Latvijoje gerokai suaktyvino Lietuvos gaminių išvežimą į šią šalį. Tačiau jei šis procesas labai sustiprės ir nebus subalansuotas užsienio investicijomis į Lietuvos ūkį, gali susilpnėti gamybos potencialas šalies viduje. Analogiškai kaip ir darbo jėgos išvykimas, per didelis vietinio kapitalo nukreipimas į užsienį iš teigiamo šalies ekonomikai reiškinio gali virsti neigiamu.

Lietuvos įmonių tiesioginių investicijų užsienio šalyse procentinės dalies tiesioginių užsienio investicijų mūsų šalyje atžvilgiu pokyčių grafinė išraiška pateikta 12 pav.



Šaltinis: sukurta autoriaus pagal LR Statistikos departamento (2007a, 2007e) duomenis.

12 pav. Lietuvos įmonių tiesioginių investicijų užsienyje procentinė dalis tiesioginių užsienio investicijų mūsų šalyje atžvilgiu 2000 – 2007 m. pradžioje

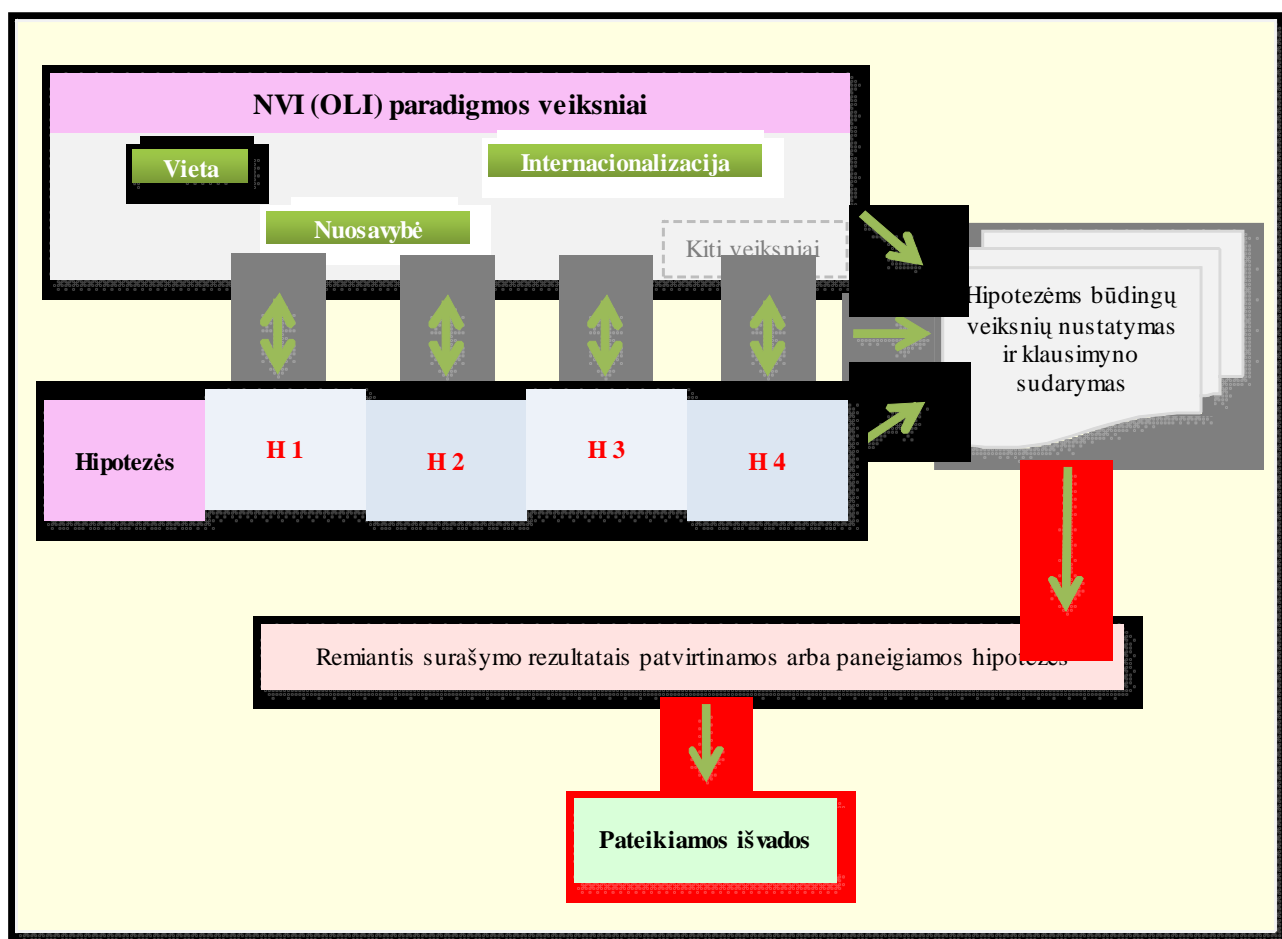
Taigi, matome, jog Lietuvos įmonių tiesioginių investicijų užsienio šalyse procentinė dalis tiesioginių užsienio investicijų Lietuvoje atžvilgiu nuolatos didėjo, išskyrus 2002 metų laikotarpį. Tokios tendencijos verčia susimastyti apie galimus šio reiškinio padarinius Lietuvos ekonomikai ateityje. Kaip jau buvo minėta, tai gali nulemti gamybos potencialo šalies viduje susilpnėjimą, nors kita vertus, tikėtina, jog uždirbtos Lietuvos įmonių pajamos užsienyje patektų į Lietuvą, ir tokiu būdu teigimai veiktų šalies mokėjimų balansą. Be to, reikia įvertinti ir tai, jog, kaip teigiama LR Ūkio ministerijos 2007 – 2009 m. strateginiame veiklos plane (2007a), lyginant su kitomis naujosiomis ES narėmis, Lietuva 2005 m. buvo autsaiderė pagal tiesioginių užsienio investicijų srautus, tenkančius vienam gyventojui. Tikėtina, jog tai ir galėjo nulemti Lietuvos įmonių tiesioginių investicijų užsienio šalyse procentinės dalies tiesioginių užsienio investicijų Lietuvoje atžvilgiu didėjimą. Užsienio investicijų į Lietuvą pritraukimo problematika nepatenka į šio darbo rėmus, o yra siekiama suprasti Lietuvos įmonių pasirinkimo investuoti į kitas šalis sąlygojančius veiksnius. Tačiau neatmetama galimybė, jog sąlyginai mažų investicijų į mūsų šalį, bei Lietuvos

įmonių, investuojančių kitose šalyse, atsiradimo priežastys yra panašios. Tarp jų gali būti, kaip jau buvo minėta, plėtros galimybių Lietuvoje išnaudojimas, investicinės aplinkos nepalankus vertinimas ir kitos. Kaip teigiama LR Ūkio ministerijos Specialiojoje investicijų skatinimo programoje (2007b), „atlikti tarptautinių, Lietuvos organizacijų, užsienio investuotojus atstovaujančių institucijų Lietuvoje tyrimai rodo, kad bendrųjų veiksnių, trukdančių verslui ir investicijoms, nėra daug ir aplinka verslui ir investicijoms yra palanki, tačiau Lietuva pagal užsienio investicijų pritraukimą yra tarp atsiliekančių ES šalių. Lietuvoje yra sudarytos pakankamos ir palankios sąlygos investuoti į įvairias pramonės ir verslo sritis, tačiau stokojama motyvacinių veiksnių, kurie įtakotų spartesnį investavimą. Tam reikalingi papildomi patrauklumą didinantys veiksniai. Lyginant sąlygas užsienio investicijų pritraukimui Lietuvoje su panašiomis šalimis, dažnai Lietuvoje sąlygos prastesnės – daugelyje kitų šalių yra teikiamos įvairios subsidijos, veikia pramoniniai parkai su sutvarkyta infrastruktūra, didesnė vietinė rinka ir t.t.“.

Vienaip ar kitaip, Lietuvos įmonių vadovai (savininkai) patys nusprendžia, ar atlikti tiesiogines investicijas užsienio šalyse, ar ne. Todėl yra svarbu išsiaiškinti pagrindinius jų motyvus, lemiančius mūsų šalies įmonių tarptautinę plėtrą. Siekiant tai sužinoti būtinas empirinis tyrimas. To pasekoje, kita darbo dalis skirta empirinio tyrimo metu gautų rezultatų analizei bei interpretavimui, patvirtinant arba paneigiant tyrimo metu iškeltas hipotezes, bei išsiaiškinant šio darbo objekto tarptautinės plėtros ypatumus.

3. LIETUVOS ĮMONIŲ TARPTAUTINĖS PLĖTROS YPATYBĖS

Siekiant išsiaiškinti pagrindinius Lietuvos įmonių skverbimosi į užsienio šalis motyvus buvo atlikta 54 Lietuvos įmonių (nors pirminiame sąraše jų buvo 60, tačiau su 6 iš jų nepavyko susisiekti) (1 priedas), kurios vykdo tiek gamybinę, tiek paslaugų teikimo veiklą užsienio šalyse. Formuojant klausimyną (2 priedas) buvo remtasi šio darbo teorinėje dalyje aptarta NVI paradigma. Supaprastintas tyrimo modelis pateiktas 13 pav.



Šaltinis: sukurta autoriaus.

13 pav. Tyrimo modelis

Atsižvelgiant į NVI paradigmos veiksmus, kiekvienai hipotezei patikrinti buvo sudaryti 4 – 6 klausimai, kurie eilės tvarka išdėstyti klausimyne. Siekiant pateikti respondentams kuo paprastesnę ir suprantamesnę anketą, jos klausimus lydėjo iš anksto suformuoti atsakymai, tačiau, norint išvengti per didelio apibrėžtumo bei sužinoti platesnę jų nuomonę, buvo sudaryta galimybė pakomentuoti kiekvieną klausimą atskirai. Be to, respondantai, kurie nurodė tam tikrus įtakojančius veiksmus, turėjo įvertinti jų įtaką balais (nuo 1 iki 10). Siekiant išvengti respondentų atsakymo į anketos klausimus klaidų (neteisingai užpildytų anketų), klausimynai buvo parengti panaudojant „Microsoft Office 2007“ paketo „Word“ programos makro komandas bei „Visual Basic“ kodą. Kadangi buvo galimi iš karto keli atsakymo į klausimą variantai, tačiau iš visų pateiktų vienas

kitam galėjo prieštarauti, programiškai buvo uždraustas galimas tokių prieštaraujančių atsakymų pasirinkimas. Veiksnių įvertinimas balais programiškai buvo sukonfigūruotas taip, kad tik pasirinkus tam tikrą veiksnį kaip atsakymą į klausimą, buvo aktyvuojama įvertinimo skalė.

Pirmieji 5 klausimyno klausimai buvo suformuoti siekiant patvirtinti arba paneigti pirmąją šiame darbe iškeltą hipotezę – *pagrindinis Lietuvos įmonių tarptautinės plėtros veiksnys yra ribota gimtosios šalies rinka*. Antrajai šio darbo hipotezei – *Lietuvos įmonių tarptautinę plėtrą sąlygoja padidėjęs jų finansinis pajėgumas* – skirti 6 – 9 klausimai. Trečiajai šio darbo hipotezei – *dėl žemos perkamosios galios Lietuvoje, šalies įmonės priverstos plėstis į kitų šalių rinkas, siekiant uždirbti didesnes pajamas* – skirti 10 – 14 klausimai. Ketvirtajai šio darbo hipotezei – *Lietuvos įmonių tarptautinę plėtrą skatina jų vykdomai ekonominės veiklos rūšiai internacionalizacijos teikiama privalumai* – skirti 15 – 20 klausimai.

Atliekant apklausą, paaiškėjo, jog daugelis įmonių, kurios pateko į tyrimo sąrašą, buvo abejingai nusiteikusios mokslinių tyrimų atžvilgiu, arba tiesiog nenorėjo teikti tokios informacijos, motyvuojant jos slaptumu. Daugeliui iš jų buvo ne vieną kartą skambinama telefonu, tikintis, jog vis tik atsakymai į anketos klausimus bus gauti. To pasekoje, tik 13 (arba 24,07 proc.) įmonių, dalyvavusių apklausoje, pareiškė savo nuomonę. Įvertinant tokius rezultatus, buvo nuspręsta, jog siekiant patvirtinti arba paneigti šiame darbe iškeltas hipotezes, pateikiant objektyvias išvadas, bus remiamasi tiek apklausos rezultatais, tiek įvairiais antriniais statistiniais duomenimis.

3.1 Pirmosios hipotezės patvirtinimas arba paneigimas

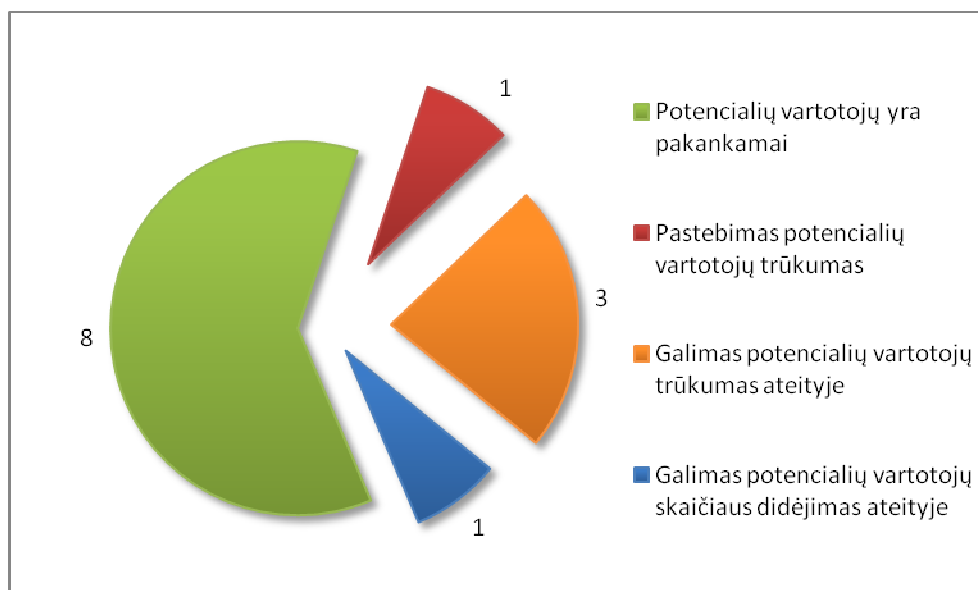
Pirmoji šiame darbe iškelta hipotezė – *pagrindinis Lietuvos įmonių tarptautinės plėtros veiksnys yra ribota gimtosios šalies rinka*.

Motyvai, skatinantys Lietuvos įmonės plėstis į užsienio šalis, gali būti šalies gyventojų skaičiaus nepakankamumas ar nepalankios prognozės, kuriose numatomas tolimesnis jų mažėjimas, įmonės pajėgumai, kurie viršija galimą paklausą, gaminamos produkcijos (ar teikiamų paslaugų) specifika, dėl kurios šie produktai galėtų būti palankiau vertinami kitose šalyse, gretimų ES šalių rinkų sąlyginai paprastas įsisavinimas bei kiti.

Apklausoje dalyvavusių respondentų nuomonė, apie Lietuvos rinkos (-ų), kurioje (-iose) specializuojasi jų įmonės, potencialą (rinkos potencialas – tai rodiklis, rodantis, kiek tam tikroje rinkoje gali būti suvartojama ar naudojama iš viso) (1 anketos klausimas), pateikiama 14 pav. Pateikiant šį klausimą, buvo daroma prielaida, jog žemas rinkos potencialo rodiklis skatina Lietuvos įmones plėstis į užsienio rinkas.

Didžioji dauguma atsakiusiųjų respondentų, t.y. 8 įmonės, arba 62 proc., nurodė, jog potencialių vartotojų yra pakankamai. Tačiau 3 įmonės, arba 23 proc., atsakė, kad galimas

potencialių vartotojų trūkumas ateityje. Tik maža dalis įmonių, t.y. 15 proc., pastebi potencialių vartotojų trūkumą arba prognozuoja jų skaičiaus padidėjimą ateityje.



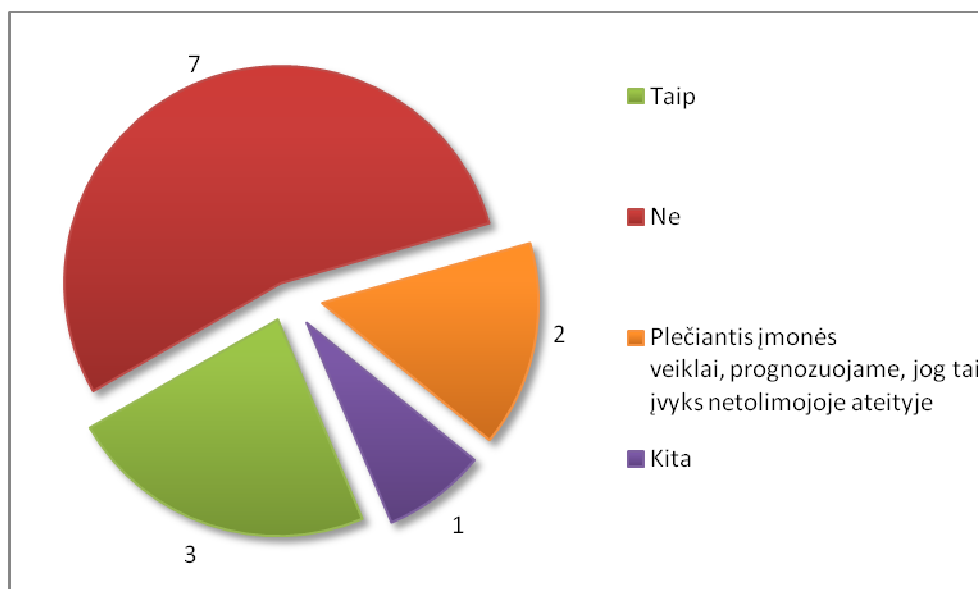
Šaltinis: sukurta autoriaus.

14 pav. Respondentų nuomonė apie Lietuvos rinkos (-ų), kurioje (-iose) specializuojasi jų įmonės, potencialą

Galima teigti, jog ši respondentų nuomonė paneigia darbe iškeltą pirmąją hipotezę. Atsižvelgiant į tai, būtina įvertinti ir kitus veiksnius, kurie susiję su Lietuvos rinkos ypatumais, sąlygojančiais tarptautinę Lietuvos įmonių plėtrą į užsienio šalis. Be to, rinkos potencialas atskirose ūkio šalyse negali būti vienodas, o šie rezultatai negali atspindėti tikrosios padėties. Norint teisingai įvertinti rinkos potencialą, būtina ją segmentuoti.

Toliau, siekiant patvirtinti arba paneigti šiame darbe iškeltą pirmąją hipotezę, respondentams buvo pateiktas klausimas – ar jų įmonės gamybiniai pajėgumai jau pasiekė tokį lygį, kai gaminamos produkcijos ar teikiamų paslaugų kiekis viršija Lietuvoje esančių potencialių vartotojų paklausą? (2 anketos klausimas). Pateikiant šį klausimą, buvo daroma prielaida, jog jeigu gaminamos produkcijos ar teikiamų paslaugų kiekis viršija Lietuvoje esančių potencialių vartotojų paklausą, įmonė yra suinteresuota plėstis į kitas užsienio šalis. Gauti apklausos rezultatai pateikti 15 pav.

Dauguma atsakiusių respondentų, t.y. 7 įmonės, arba 54 proc., nurodė, jog įmonės gamybiniai pajėgumai dar nepasiekė tokio lygio, kai gaminamos produkcijos ar teikiamų paslaugų kiekis viršija Lietuvoje esančių potencialių vartotojų paklausą, o dar 2 įmonės nurodė, kad tai įvyks netolimoje ateityje. Tačiau 3 įmonės, arba 23 proc., atsakė priešingai. Tam tikros įmonės papildomai nurodė, jog gamybos pajėgumai yra derinami prie prekybinių galimybių, kas leidžia manyti, jog jų gamybinis pajėgumas realiai galėtų viršyti Lietuvoje esančių potencialių vartotojų paklausą.



Šaltinis: sukurta autoriaus.

15 pav. Įmonės gamybos pajėgumai Lietuvoje esančių potencialių vartotojų paklausos atžvilgiu

Atsižvelgiant į respondentų nuomonę, vertinant gamybos pajėgumus Lietuvoje esančių vartotojų paklausos atžvilgiu, galima teigti, jog gauti rezultatai tik iš dalies patvirtina šiame darbe iškeltą pirmąją hipotezę. Be to, žinant, kad didžioji respondentų dalis palankiai vertina rinkos potencialą, o taip pat apie jų pilnai neišnaudotus gamybinius pajėgumus Lietuvoje esančių vartotojų paklausos atžvilgiu, tikėtina, kad šie veiksniai nesąlygoja pastarųjų įmonių plėtros į užsienio šalis.

Kitas veiksnys, kuris buvo pasirinktas, siekiant patvirtinti arba paneigti pirmąją šio darbo hipotezę, yra tiek vietinių, tiek užsienio vartotojų požiūris į įmonės gaminamą produkciją (teikiamas paslaugas). Respondentams buvo užduotas klausimas, ar jie mano, jog dalis gaminamos produkcijos (teikiamų paslaugų) galėtų būti palankiau vertinama užsienio, negu vietinėje Lietuvos rinkoje? (3 anketos klausimas). Pateikiant šį klausimą, buvo daroma prielaida, jog Lietuvos rinka gali būti ribota dėl joje dominuojančių vartotojų papročių, įsitikinimų ar priimtų vertybių, o tai skatina Lietuvos įmonių plėtrą į užsienio šalis. Gauti apklausos rezultatai pateikti 16 pav.

7 respondentai, arba 54 proc., nurodė, jog įmonės gaminama produkcija (teikiamos paslaugos) galėtų būti palankiau vertinamos vietinėje, negu užsienio rinkoje. Kitos 6 įmonės, arba 46 proc., manė, kad jų gaminama produkcija (teikiamos paslaugos) labiau pritaikytos užsienio rinkai. Tie patys respondentai šio veiksnio įtaka tarptautinei plėtrai įvertino vidutiniškai 6 balais.

Gauti rezultatai tik iš dalies patvirtina pirmąją šio darbo hipotezę. Mažesnę dalis respondentų nurodė, kad jų gaminama produkcija (teikiamos paslaugos) labiau pritaikytos užsienio rinkai, o šį veiksniį įvertino kaip ne itin svarbią tarptautinės plėtros priežastį. Pastebėtina, kad veiksnio įvertinimas svyravo nuo 3 iki 8 balų, kas leidžia daryti prielaidą, jog šio veiksnio įtaka tarptautinei plėtrai pasiskirsto netolygiai tarp skirtingą ekonominę veiklą vykdančių įmonių. Todėl, siekiant

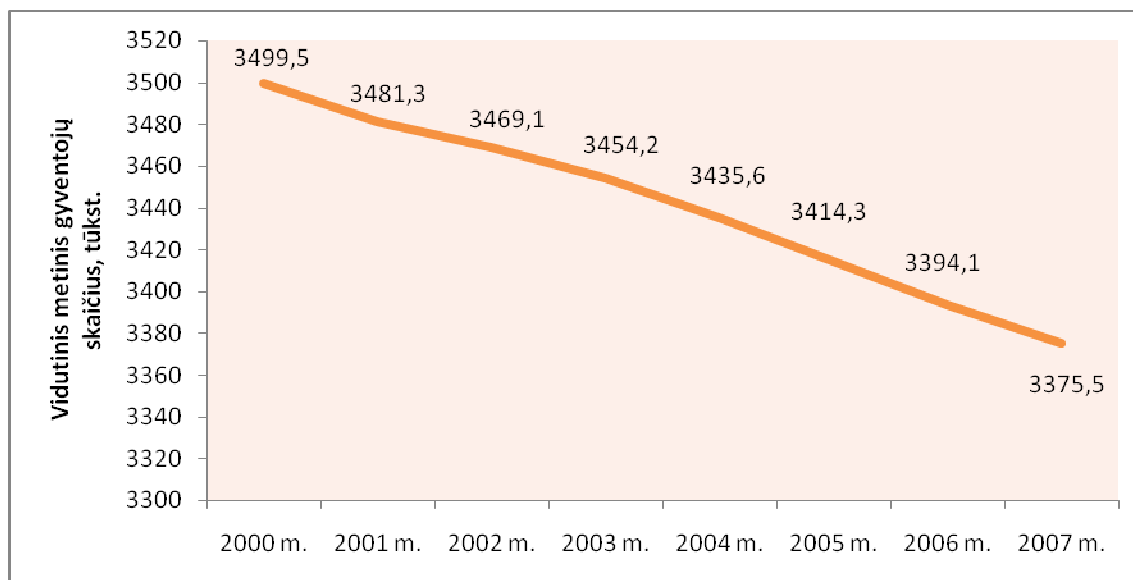
objektyviau įvertinti šio veiksnio įtaką, tikslinga sugrupuoti bei analizuoti įmones pagal jų ekonominę veiklą.



Šaltinis: sukurta autoriaus.

16 pav. Lietuvos įmonių gaminamos produkcijos (teikiamų paslaugų) vertinimas vietinės bei užsienio rinkos atžvilgiu

Kitas veiksnys, kuris buvo pasirinktas, siekiant patvirtinti arba paneigti pirmąją šio darbo hipotezę, yra prognozuojamas gyventojų skaičiaus mažėjimas Lietuvoje. Vidutinis metinis gyventojų skaičius Lietuvoje 2000 – 2007 m. pateiktas 17 pav.



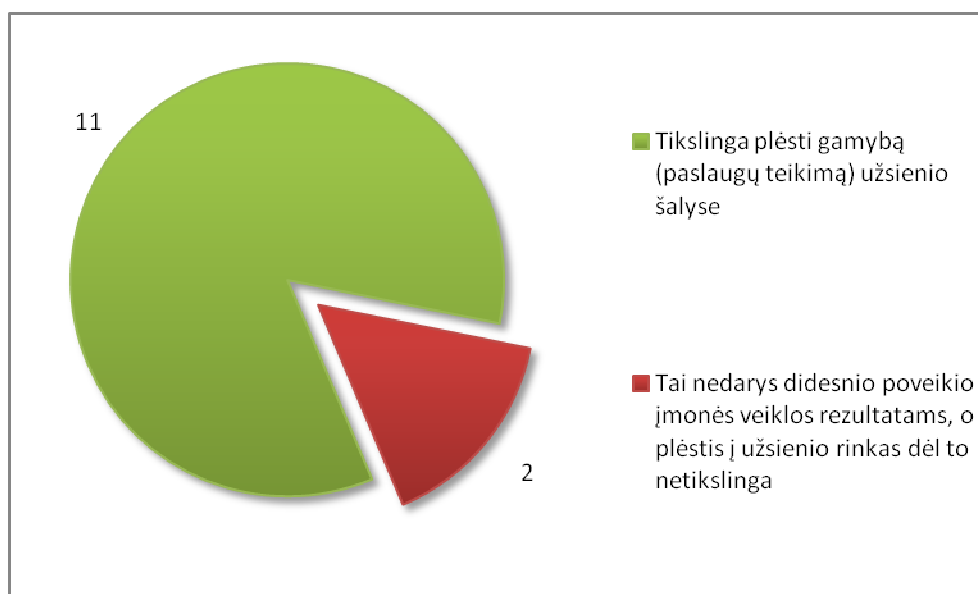
Šaltinis: sukurta autoriaus pagal LR Statistikos departamento (2008c) duomenis.

17 pav. Vidutinis metinis gyventojų skaičius Lietuvoje 2000 – 2007 m., tūkst.

Remiantis LR Statistikos departamento parengtos Lietuvos gyventojų skaičiaus 2005 – 2030 m. prognozės duomenimis (2004), prognozuojamu laikotarpiu gyventojų mažės ir 2030 m. mūsų

šalyje gyvens 3117,2 tūkst. žmonių. Mažės 0 – 14 metų amžiaus vaikų ir 15 – 59 metų amžiaus gyventojų. Gausės senyvo amžiaus (60 metų ir vyresnių) žmonių.

Respondentams buvo užduotas klausimas, atsižvelgdami į prognozuojamą gyventojų skaičiaus mažėjimą, ar jie mano, jog tikslinga plėsti gamybą (paslaugų teikimą) užsienio šalyse (4 anketos klausimas). Pateikiant šį klausimą, buvo daroma prielaida, kad gyventojų skaičiaus mažėjimas skatina Lietuvos įmones plėstis į užsienio šalis. Gauti apklausos rezultatai pateikti 18 pav.



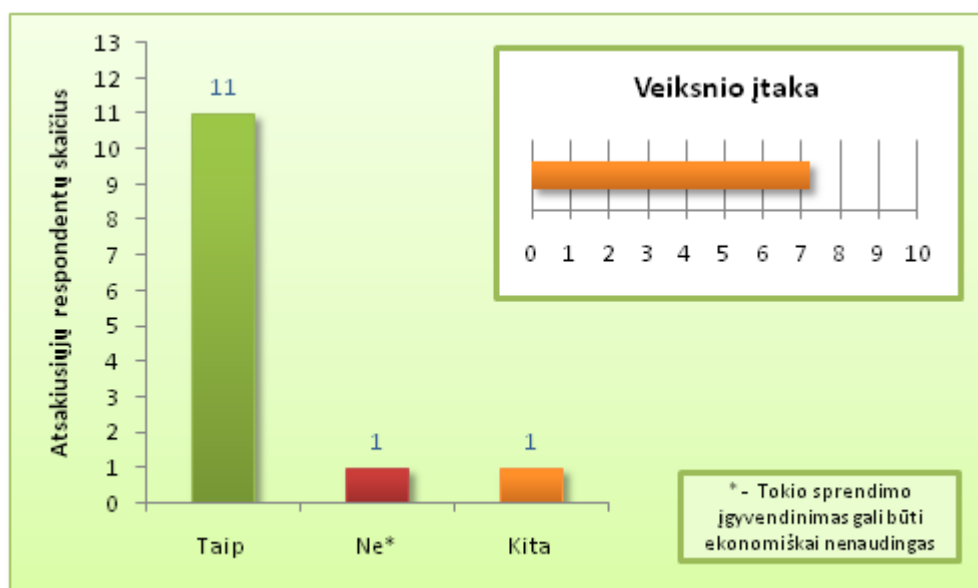
Šaltinis: sukurta autoriaus.

18 pav. Gamybos (paslaugų teikimo) plėtros užsienio šalyse tikslingumas įvertinant prognozuojamą gyventojų skaičiaus mažėjimą Lietuvoje

Didžioji dauguma atsakiusių respondentų, t.y. 11 įmonių, arba 84 proc., nurodė, jog yra tikslinga plėsti gamybą (paslaugų teikimą) užsienio šalyse dėl prognozuojamo gyventojų skaičiaus mažėjimo Lietuvoje, ir tik 2 nurodė, kad šis veiksnys nedarys didesnio poveikio įmonės veiklos rezultatams, o plėstis į užsienio rinkas dėl to netikslinga. Tam tikros įmonės papildomai nurodė, kad jau šiuo metu vietinės rinkos neturi potencialo augti.

Šiuo atveju gauti rezultatai patvirtina pirmąją šio darbo hipotezę. Teiginys, jog yra tikslinga plėsti gamybą (paslaugų teikimą) užsienio šalyse dėl prognozuojamo gyventojų skaičiaus mažėjimo Lietuvoje pasitvirtino. Tačiau, atsižvelgiant į tai, jog daugelis respondentų nurodė, kad potencialių vartotojų Lietuvoje yra pakankamai, ir tik nedidelė dalis teigė, kad galimas potencialių vartotojų trūkumas ateityje, o be to, tik nedaugelio gamybiniai pajėgumai jau pasiekė tokį lygį, kai gaminamos produkcijos ar teikiamų paslaugų kiekis viršija šalyje esančių potencialių vartotojų paklausą, darytina išvada, kad pastarasis pirmosios šio darbo hipotezės patvirtinimas negali būti pripažintas svarbiu.

Kitas veiksnys, kuris buvo pasirinktas, siekiant patvirtinti arba paneigti pirmąją šio darbo hipotezę, yra siekis pagerinti veiklos rezultatus, plečiant veiklą į kitas ES šalis, pasinaudojant tuo, jog Lietuva yra ES narė, kas sąlygoja paprastesnį įėjimą į jų rinkas. Respondentams buvo užduotas klausimas, ar jie mano, įvertinant tai, jog Lietuva yra ES narė, yra netikslinga apsiriboti vien tik veikla savojoje šalyje, kadangi pasiekti kitų ES šalių potencialius vartotojus pradedant gaminti produkciją ar teikti paslaugas tose šalyse sąlyginai nėra sudėtinga, tokiu būdu pagerinant veiklos rezultatus? (5 anketos klausimas). Pateikiant šį klausimą, buvo daroma prielaida, kad pradėti gaminti produkciją ar teikti paslaugas tose šalyse sąlyginai nėra sudėtinga, o dėl to pagerėtų veiklos rezultatai išvengiant vietinės rinkos ribotumo. Gauti apklausos rezultatai pateikti 19 pav.



Šaltinis: sukurta autoriaus.

19 pav. Ar tikslinga plėstis į kitas ES šalis dėl sąlyginai paprasto įėjimo į jų rinkas, išvengiant gimtosios šalies rinkos ribotumo?

Beveik visi respondentai vieningai teigė, jog plėtra į kitas ES šalis yra tikslinga dėl sąlyginai paprasto įėjimo į jų rinkas, išvengiant Lietuvos rinkos ribotumo. Tie patys respondentai šio veiksnio įtaka tarptautinei plėtrai įvertino vidutiniškai 7,2 balais.

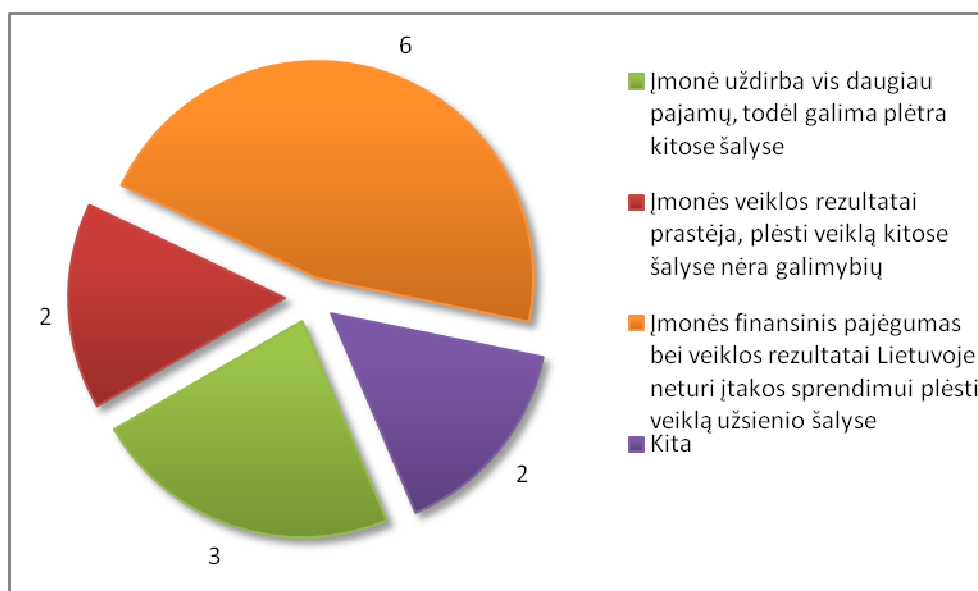
Vertinant atsakymų į 1 – 4 anketos klausimus, kuriuos pateikiant respondentams buvo siekiama išsiaiškinti, ar plėtrą į užsienio šalis sąlygoja ribota šalies rinka, rezultatus, galima teigti, jog apklaustų įmonių veiklos galimybės Lietuvos rinkoje dar nėra pilnai išnaudotos, todėl atsakymo į 5 – ajį anketos klausimą rezultatais pirmoji šio darbo hipotezė negali būti grindžiama. Taigi, hipotezė, teigianti, jog pagrindinis Lietuvos įmonių tarptautinės plėtros veiksnys yra ribota gimtosios šalies rinka, nepasitvirtino.

3.2 Antrosios hipotezės patvirtinimas arba paneigimas

Antroji šiame darbe iškelta hipotezė – *Lietuvos įmonių tarptautinę plėtrą sąlygoja padidėjęs jų finansinis pajėgumas*.

Motyvai, skatinantys Lietuvos įmonės plėstis į užsienio šalis, gali būti pagerėję jų veiklos rezultatai (finansinis pajėgumas), tikėtina didesnė kapitalo graža veikiant užsienio šalyse, disponuojamas didelis (perteklinis) kapitalas, siekis diversifikuoti finansinę riziką bei kiti.

Siekiant pavirtinti arba paneigti šio darbo antrąją hipotezę, svarbu buvo sužinoti, kaip respondentai pastaruoju metu vertina jų įmonių veiklos rezultatus bei galimybę plėstis į užsienio šalis, todėl jiems buvo pateiktas panašus klausimas su keliais galimais atsakymų variantais (6 anketos klausimas). Pateikiant šį klausimą, buvo daroma prielaida, kad pagerėję įmonių veiklos rezultatai skatina jas plėstis į užsienio šalis. Gauti apklausos rezultatai pateikti 20 pav.



Šaltinis: sukurta autoriaus.

20 pav. Įmonės veiklos rezultatų sąlygota plėtra į užsienio šalis

Didžiausia dalis apklaustų įmonių (46 proc.) nurodė, jog jų finansinis pajėgumas bei veiklos rezultatai Lietuvoje neturi įtakos sprendimui plėsti veiklą užsienio šalyse. Tačiau 23 proc. respondentų teigė, kad įmonė uždirba vis daugiau pajamų, todėl galima plėtra kitose šalyse. Šis faktas leidžia daryti išvadą, kad vis tik veiklos rezultatai galėtų sąlygoti plėtrą į kitas šalis. Be to, 16 proc. apklaustųjų atsakė, kad įmonės veiklos rezultatai prastėja, plėsti veiklą kitose šalyse nėra galimybių. Tai dar kartą patvirtina tai, jog egzistuoja ryšys tarp įmonės veiklos rezultatų ir galimos plėtos į kitas šalis. Taip pat, tam tikros įmonės komentavo, kad jų veiklos rezultatai yra geresni svetur, nei savojoje šalyje. Tai gali būti suprantama kaip dar vienas papildomas veiksnys, skatinantis plėtrą.

Taigi, paaiškėjo, jog egzistuoja tam tikras ryšys tarp įmonės veiklos rezultatų bei galimos plėtos į užsienio šalis. Tačiau, būtina atsižvelgti, kad dauguma įmonių vis tik nurodė, kad jų

finansinis pajėgumas bei veiklos rezultatai Lietuvoje neturi įtakos sprendimui plėsti veiklą užsienio šalyse. Todėl, vertinant aptartą veiksnį, darytina išvada, jog antroji šio darbo hipotezė šiuo atveju liko nepatvirtinta, t.y. patys veiklos rezultatai silpnai įtakoja apsisprendimą plėstis į kitas šalis.

Kitas veiksnys, kuris buvo pasirinktas, siekiant patvirtinti arba paneigti antrąją šio darbo hipotezę, yra galima didesnė kapitalo grąža vykdant veiklą užsienio šalyse. Respondentams buvo užduotas klausimas, ar jie mano, jog įmonės plėtra į užsienio šalis sąlygoja galima didesnė kapitalo grąža? (7 anketos klausimas). Pateikiant šį klausimą, buvo daroma prielaida, kad įmonės plėtra į kitas užsienio šalis sąlygota galimos didesnės kapitalo grąžos, siekiant pelningai pasinaudoti tokia galimybe dėl padidėjusio finansinio pajėgumo. Gauti apklausos rezultatai pateikti 21 pav.



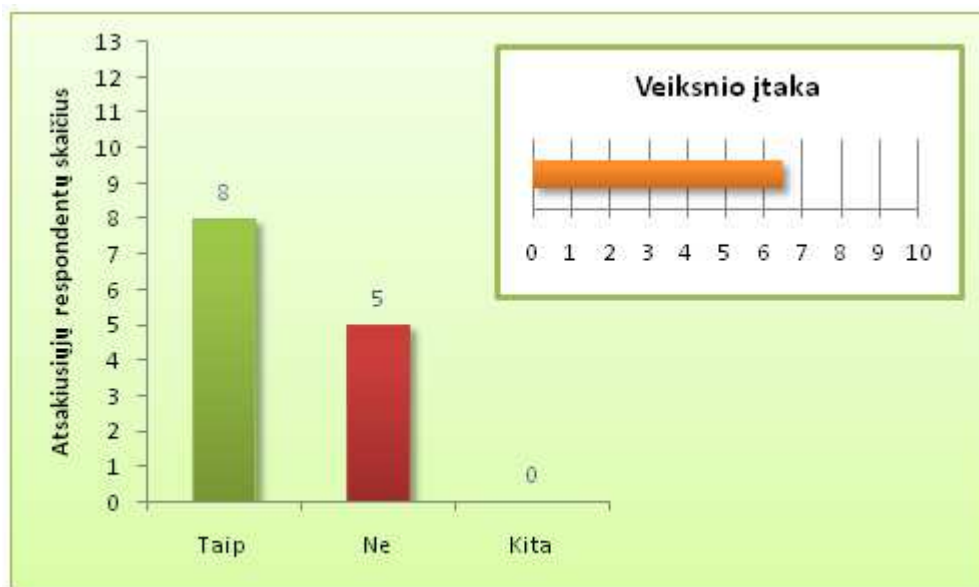
Šaltinis: sukurta autoriaus.

21 pav. Ar įmonės plėtra į užsienio šalis sąlygota galimai didesnės kapitalo grąžos?

Didžioji dauguma respondentų (69 proc.) nurodė, jog įmonės plėtra į užsienio šalis sąlygoja galimai didesnė kapitalo grąža. Šio veiksnio įtakos svarba buvo įvertinta vidutiniškai 6,4 balo. Nors, 23 proc. respondentų nurodė, kad šis veiksnys negali įtakoti jų apsisprendimo plėstis į kitas šalis. Susiejant šiuos rezultatus su ankstesniais, gautais apibendrinant 6 anketos klausimą, galima teigti, jog šiuo veiksniu antroji darbo hipotezė negali būti tvirtinama arba neigiama. Nors plėtra į užsienio šalis sąlygoja galimai didesnė kapitalo grąža, tačiau tai nesusiję pastarosios hipotezės teiginiu, įvertinant dalinai patvirtintą faktą, jog įmonės finansinis pajėgumas bei veiklos rezultatai Lietuvoje neturi įtakos sprendimui plėsti veiklą užsienio šalyse.

Kitas veiksnys, kuris buvo pasirinktas, siekiant patvirtinti arba paneigti antrąją šio darbo hipotezę, yra įmonės disponuojamas didelis kapitalas, kuris pats savaime gali sąlygoti įmonės apsisprendimą pradėti vykdyti veiklą užsienio šalyse. Respondentams buvo užduotas klausimas, ar jie mano, kad įmonės disponuojamas didelis kapitalas pats savaime gali sąlygoti įmonės apsisprendimą pradėti vykdyti veiklą užsienio šalyse? (8 anketos klausimas). Pateikiant šį klausimą,

buvo daroma prielaida, kad įmonės plėtrą į kitas užsienio šalis sąlygoja pats savaime įmonės disponuojamas didelis kapitalas. Gauti apklausos rezultatai pateikti 22 pav.



Šaltinis: sukurta autoriaus.

22 pav. Ar įmonės disponuojamas didelis kapitalas pats savaime gali sąlygoti įmonės apsisprendimą pradėti vykdyti veiklą užsienio šalyse?

Dauguma (62 proc.) apklaustųjų respondentų nurodė, kad disponuojamas didelis kapitalas pats savaime gali sąlygoti įmonės apsisprendimą pradėti vykdyti veiklą užsienio šalyse. Šio veiksnio įtakos svarba buvo įvertinta vidutiniškai 6,5 balo. Tačiau 38 proc. apklaustųjų paneigė aptariamo veiksnio įtaką. Susiejant šiuos rezultatus su ankstesniais, gautais apibendrinant 6 anketos klausimą, galima teigti, kad tai iš dalies sukuria prielaidą hipotezės pripažinimui. Todėl, šiuo atveju antroji darbo hipotezė patvirtinama tik iš dalies.

Papildomu veiksniu, kuris galėtų sąlygoti tolimesnį antrosios hipotezės pripažinimą, kaip skatinantis tarptautinę plėtrą, buvo pasirinktas įmonių finansinės rizikos diversifikavimas (išskaidymas), panaudojant sukauptą kapitalą. Respondentams buvo užduotas klausimas, ar jie mano, jog svarbi įmonės tarptautinės plėtros priežastis yra finansinės rizikos diversifikavimas (išskaidymas), panaudojant sukauptą kapitalą? (9 anketos klausimas). Pateikiant šį klausimą, buvo daroma prielaida, jog padidėjęs įmonės finansinis pajėgumas (kapitalas) sąlygoja tarptautinę plėtrą dėl finansinės rizikos diversifikavimo (išskaidymo). Gauti apklausos rezultatai pateikti 23 pav.

Didesnė dalis respondentų (54 proc.) nurodė, jog siekis diversifikuoti (išskaidyti) finansinę riziką, panaudojant sukauptą kapitalą, nėra pagrindinė tarptautinės plėtros priežastis. Tačiau teigiamai atsakiusieji respondentai (56 proc.) šio veiksnio svarbą įvertino vidutiniškai 7,5 balo, kaip gana svarbų. Įvertinant tokius nuomonių skirtumus, galima daryti išvadą, jog siekiant objektyviai įvertinti aptariamo veiksnio įtaką, tikslingą respondentus tirti sugrupuojant pagal atskiras

ekonominės veiklos rūšis. Todėl, patvirtinti antrąją šio darbo hipotezę, vadovaujantis pastaruoju veiksmu, galima tik iš dalies.



Šaltinis: sukurta autoriaus.

23 pav. Ar svarbi įmonės tarptautinės plėtros priežastis yra finansinės rizikos diversifikavimas (išskaidymas), panaudojant sukauptą kapitalą?

Taigi, įvertinus respondentų nuomonę jiems atsakius į 6 – 9 anketos klausimus, paaiškėjo, jog antroji šio darbo hipotezė – *Lietuvos įmonių tarptautinę plėtrą sąlygoja padidėjęs jų finansinis pajėgumas* – gali būti patvirtinta tik iš dalies. Nors ne maža dalis respondentų nurodė, kad įmonės plėtrą sąlygoja galima didesnė kapitalo grąža veikiant kitose šalyse, disponuojamas didelis kapitalas, bei siekis diversifikuoti finansinę riziką, tačiau visiškai hipotezės pripažinimui prieštarauja tai, kad žymi dalis įmonių nurodė, jog jų finansinis pajėgumas bei veiklos rezultatai Lietuvoje neturi įtakos sprendimui plėsti veiklą užsienio šalyse.

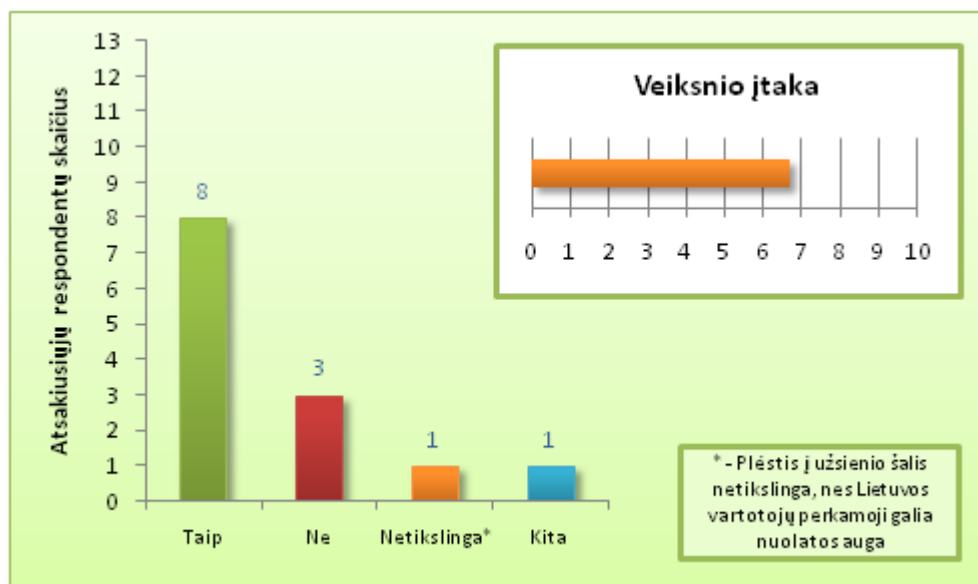
3.3 Trečiosios hipotezės patvirtinimas arba paneigimas

Trečioji šiame darbe iškelta hipotezė – *dėl žemos perkamosios galios Lietuvoje, šalies įmonės priverstos plėstis į kitų šalių rinkas, siekiant uždirbti didesnes pajamas*.

Motyvai, skatinantys Lietuvos įmonės plėstis į užsienio šalis, gali būti: priėjimas prie didesnę perkamąją galią turinčių vartotojų kitose šalyse; gamybinio potencialo išnaudojimas; galimai didesnis pelningumas vykdant veiklą kitose šalyse; produkcijos (paslaugų) specifika gyventojų pajamų atžvilgiu; tikslas gauti didesnę pelną, kas sąlygotų galimybių investicijoms atsiradimą ir kiti.

Siekiant patvirtinti arba paneigti šio darbo trečiąją hipotezę, svarbu buvo sužinoti, ar respondentai mano, jog dėl Lietuvoje egzistuojančios žemos vartotojų perkamosios galios tikslinga plėsti įmonės veiklą užsienio šalyse, tokiu būdu pasiekiant didesnę perkamąją galią turinčius

vartotojus (10 anketos klausimas). Pateikiant šį klausimą, buvo daroma prielaida, kad dėl Lietuvoje egzistuojančios žemos vartotojų perkamosios galios įmonė negali pasiekti geresnių veiklos rezultatų, o juos pagerintų papildomai pradėjusi veiklą toje užsienio šalyje, kurioje gyvena didesnę perkamąją galią turintys vartotojai. Gauti apklausos rezultatai pateikti 24 pav.



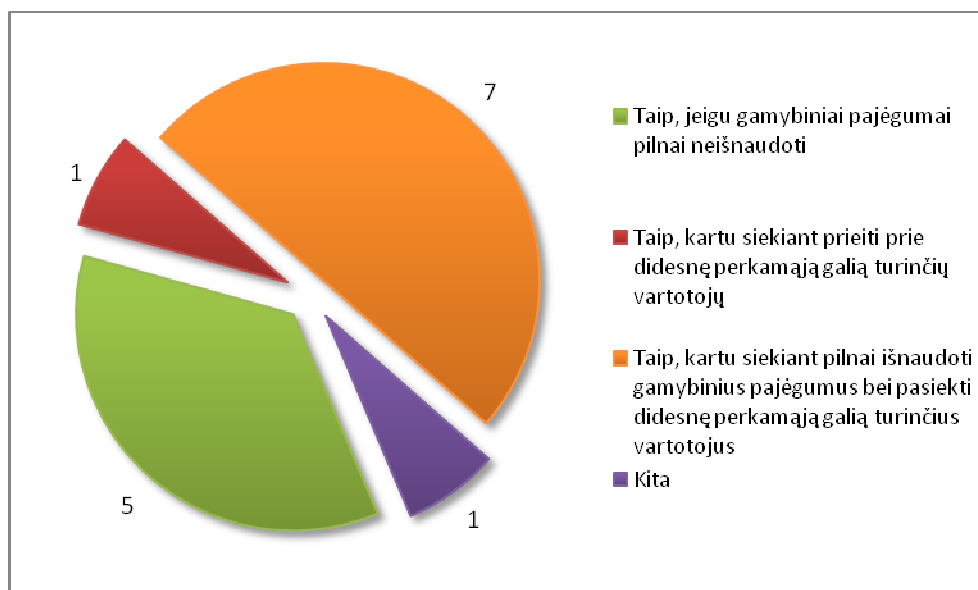
Šaltinis: sukurta autoriaus.

24 pav. Atsižvelgiant į tai, jog Lietuvoje didžioji dalis vartotojų turi žemą perkamąją galią, ar tikslinga plėsti Jūsų įmonės veiklą užsienio šalyse, tokiu būdu pasiekiant didesnę perkamąją galią turinčius vartotojus?

Didžioji dauguma respondentų (62 proc.), atsižvelgdami į tai, jog Lietuvoje didžioji dalis vartotojų turi žemą perkamąją galią, nurodė, jog tikslinga plėsti įmonės veiklą užsienio šalyse, tokiu būdu pasiekiant didesnę perkamąją galią turinčius vartotojus. Šio veiksnio įtakos svarba buvo įvertinta vidutiniškai 6,7 balo. Mažesnę dalis (23 proc.) atsakiusiųjų teigė, kad plėsti veiklą kitose šalyse dėl to netikslinga. Tam tikros įmonės komentavo, jog jų veikla iš esmės pritaikyta užsienio rinkai, taip pat akcentavo, kad plėstis į užsienio šalis netikslinga, nes Lietuvos vartotojų perkamoji galia nuolatos auga. Taigi, gauti rezultatai patvirtina šio darbo trečiąją hipotezę, t.y. žema Lietuvoje esančių vartotojų perkamoji galia teigiamai įtakoja įmonių apsisprendimą plėsti veiklą užsienio šalyse, gaunant didesnes pajamas.

Kitas veiksnys, kuris buvo pasirinktas, siekiant patvirtinti arba paneigti trečiąją šio darbo hipotezę, yra turimo gamybinio potencialo išnaudojimas, gaunant didesnę pelną, kas gali sąlygoti įmonės apsisprendimą pradėti vykdyti veiklą užsienio šalyse. Respondentams buvo užduotas klausimas, ar jie mano, jog, įmonei, siekiančiai išnaudoti turimą gamybinį potencialą bei gauti didesnę pelną, tikslinga plėstis į užsienio rinkas, atsižvelgiant į vartotojų perkamąją galią savojoje šalyje? (11 anketos klausimas). Pateikiant šį klausimą, buvo daroma prielaida, kad įmonės plėtrą į kitas

užsienio šalis sąlygoja būtinybę išnaudoti turimą gamybinį potencialą bei gauti didesnę pelną, ko neįmanoma pasiekti savojoje šalyje. Gauti apklausos rezultatai pateikti 25 pav.



Šaltinis: sukurta autoriaus.

25 pav. Atsižvelgiant į vartotojų perkamąją galią šalyje, įmonei, siekiančiai išnaudoti turimą gamybinį potencialą bei gauti didesnę pelną, ar tikslinga plėstis į užsienio rinkas?

Respondentai, atsižvelgdami į vartotojų perkamąją galią šalyje, vieningai teigė, jog įmonei, siekiančiai išnaudoti turimą gamybinį potencialą bei gauti didesnę pelną, tikslinga plėstis į užsienio rinkas. Daugelis apklaustųjų (54 proc.) nurodė, kad tikslinga vystyti veiklą kitose šalyse siekiant pilnai išnaudoti gamybinius pajėgumus bei pasiekti didesnę perkamąją galią turinčius vartotojus. Nemaža dalis (39 proc.) atsakiusių, kaip pagrindinę plėtros priežastį, šiuo atveju, akcentavo būtinybę išnaudoti turimą gamybinį potencialą. Tam tikros įmonės teigė, kad tuo pačiu svarbu pasiekti kuo daugiau vartotojų, taip išplečiant užimamas rinkas.

Gauti rezultatai dar kartą patvirtina šio darbo trečiąją hipotezę, t.y. dėl žemą perkamąją galią turinčių vartotojų šalyje, įmonei, siekiančiai išnaudoti turimą gamybinį potencialą bei gauti didesnę pelną, tikslinga plėstis į užsienio rinkas.

Kitas veiksnys, kuris buvo pasirinktas, siekiant patvirtinti arba paneigti trečiąją šio darbo hipotezę, yra galimybė padengti įmonių veiklos sąnaudas, įvertinant žemą Lietuvos gyventojų perkamąją galią, kas gali sąlygoti įmonės apsisprendimą pradėti vykdyti veiklą užsienio šalyse. Respondentams buvo užduotas klausimas, ar jie mano, kad įmonė yra priversta plėstis į užsienio šalis dėl to, jog neįmanoma padengti veiklos sąnaudų (arba uždirbti norimo pelno) dėl Lietuvos gyventojų žemos perkamosios galios? (12 anketos klausimas). Pateikiant šį klausimą, buvo daroma prielaida, kad neįmanoma padengti veiklos sąnaudų (arba uždirbti norimo pelno) dėl Lietuvos gyventojų žemos perkamosios galios, o tai skatina įmonės plėtrą į kitas užsienio šalis. Gauti apklausos rezultatai pateikti 26 pav.



Šaltinis: sukurta autoriaus.

26 pav. Ar Jūsų įmonė yra priversta plėstis į užsienio šalis dėl to, jog neįmanoma padengti veiklos sąnaudų (arba uždirbti norimo pelno) dėl Lietuvos gyventojų žemos perkamosios galios?

Didžioji dauguma respondentų (84 proc.) nurodė, jog nėra priverstos plėstis į užsienio šalis dėl to, jog neįmanoma padengti veiklos sąnaudų (arba uždirbti norimo pelno) dėl Lietuvos gyventojų žemos perkamosios galios. Kitos įmonės nurodė, kad jos priverstos ieškoti būdų, kaip įeiti į kitų šalių rinkas (šio veiksnio įtakos svarba buvo įvertinta vidutiniškai 7 balais), o kai kurios akcentavo, jog plėtrą labiau skatina ne žema šalies gyventojų perkamoji galia, o maža rinka. Kadangi pastarasis anketos klausimas buvo suformuluotas gana kategoriškai, jog įmonės yra priverstos plėstis į užsienio rinkas dėl aukščiau paminėtų priežasčių, gauti rezultatai iš dalies paneigia trečiąją darbo hipotezę.

Kitas veiksnys, kuris buvo pasirinktas, siekiant patvirtinti arba paneigti trečiąją šio darbo hipotezę, yra susijęs su įmonės gaminamos produkcijos (teikiamų paslaugų) pobūdžiu, dėl ko yra nepalanku ją realizuoti žemas pajamas gaunantiems Lietuvos gyventojams, kas priverčia įmonę plėstis į kitas šalis. Respondentams buvo užduotas klausimas, ar jie mano, kad įmonė yra priversta plėstis į užsienio šalis, nes dėl įmonės gaminamos produkcijos (teikiamų paslaugų) pobūdžio yra nepalanku ją realizuoti žemas pajamas gaunantiems Lietuvos gyventojams (13 anketos klausimas). Pateikiant šį klausimą, buvo daroma prielaida, kad jeigu įmonės gaminama produkcija (ar teikiamos paslaugos) yra sąlyginai brangios, yra nepalanku ją realizuoti žemas pajamas gaunantiems Lietuvos gyventojams, todėl įmonė priversta plėstis į kitas šalis. Gauti apklausos rezultatai pateikti 27 pav.

Dauguma atsakiusiųjų (77 proc.) nurodė, jog jų įmonių gaminama produkcija (teikiamos paslaugos) yra palankiai vertinamos tarp žemas pajamas gaunančių Lietuvos gyventojų, todėl plėtra

į užsienio šalis dėl to netikslinga. Likusi mažesnė respondentų dalis teigė priešingai, o šio veiksnio svarbą įvertino vidutiniškai 5,5 balais.



Šaltinis: sukurta autoriaus.

27 pav. Ar dėl įmonės gaminamos produkcijos (teikiamų paslaugų) pobūdžio yra nepalanku ją realizuoti žemas pajamas gaunantiems Lietuvos gyventojams, o Jūsų įmonė todėl priversta plėstis į kitas šalis?

Kadangi didžioji dauguma įmonių atsakė, jog jų gaminama produkcija (teikiamos paslaugos) yra palankiai vertinamos tarp žemas pajamas gaunančių Lietuvos gyventojų, todėl pastarasis aptariamas veiksnys negali nei paneigti, nei patvirtinti šio darbo trečiosios hipotezės.

Kitas veiksnys, kuris buvo pasirinktas, siekiant patvirtinti arba paneigti trečiąją darbo hipotezę, yra galimybės atsirasti papildomoms investicijoms įmonėje praradimas dėl ribotų pardavimų žemas pajamas gaunantiems Lietuvos gyventojams, kas negarantuoja įmonei reikiamo pelno. Respondentams buvo užduotas klausimas, ar jie mano, jog riboti pardavimai žemas pajamas gaunantiems Lietuvos gyventojams negarantuoja įmonei reikiamo pelno, kas nesudaro galimybių atlikti papildomas investicijas, o siekis užsidirbti lėšų papildomoms investicijoms skatina jų įmonę plėsti veiklą svetur? (14 anketos klausimas). Pateikiant šį klausimą, buvo daroma prielaida, kad jeigu įmonė negauna reikiamo pelno realizuodama savo produkciją (suteikdama paslaugas) žemas pajamas gaunantiems Lietuvos gyventojams, ji negali atlikti papildomų investicijų, tobulinti savo veiklos, o tai skatina įmonę plėstis į kitas šalis. Gauti apklausos rezultatai pateikti 28 pav.

Daugelis respondentų (62 proc.) paneigė teiginį, jog riboti pardavimai žemas pajamas gaunantiems Lietuvos gyventojams negarantuoja įmonei reikiamo pelno, kas nesudaro galimybių atlikti papildomas investicijas, o siekis užsidirbti lėšų papildomoms investicijoms skatina jų įmonę plėsti veiklą svetur. Tačiau, ne maža dalis iš jų teigė priešingai, o veiksnio įtakos svarbą įvertino vidutiniškai 4 balais.



Šaltinis: sukurta autoriaus.

28 pav. Riboti pardavimai žemas pajamas gaunantiems Lietuvos gyventojams negarantuoja įmonei reikiamo pelno, kas nesudaro galimybių atlikti papildomas investicijas. Ar siekis užsidirbti lėšų papildomoms investicijoms skatina Jūsų įmonę plėsti veiklą svetur?

Šiuo atveju gauti rezultatai tik iš dalies patvirtina šio darbo trečiąją hipotezę, t.y. riboti pardavimai žemas pajamas gaunantiems Lietuvos gyventojams negali visiškai garantuoti įmonei reikiamo pelno, kas tam tikrais atvejais nesudaro galimybių atlikti papildomas investicijas, o siekis užsidirbti lėšų papildomoms investicijoms skatina kai kurias įmones plėsti veiklą svetur.

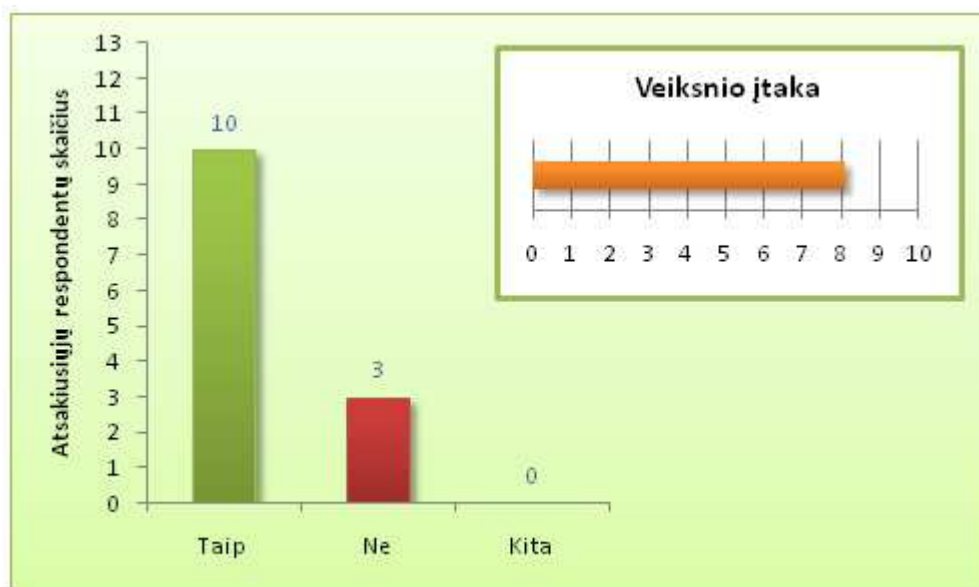
Taigi, atsižvelgiant į respondentų nuomonę jiems atsakius į 10 – 14 anketos klausimus, bei įvertinus gautus rezultatus, galima teigti, kad trečioji šio darbo hipotezė – *dėl žemos perkamosios galios Lietuvoje, šalies įmonės priverstos plėstis į kitų šalių rinkas, siekiant uždirbti didesnes pajamas* – pasitvirtino. Daugelio apklaustųjų įmonių plėtrą į užsienio šalis sąlygoja galimybė pasiekti didesnę perkamąją galią turinčius vartotojus, tuo pačiu pilnai išnaudojant turimą gamybinį potencialą, tokiu būdu pagerinant veiklos rezultatus (pelningumą), kas sąlygoja galimybių papildomoms investicijoms atsiradimą.

3.4 Ketvirtosios hipotezės patvirtinimas arba paneigimas

Ketvirtoji šiame darbe iškelta hipotezė – *Lietuvos įmonių tarptautinę plėtrą skatina jų vykdomai ekonominės veiklos rūšiai internacionalizacijos teikiami privalumai*.

Motyvai, skatinantys Lietuvos įmonės plėstis į užsienio šalis, gali būti: galima didesnė ekonominė grąža veikiant iš karto keliuose rinkose; palankesnis priėjimas prie darbo išteklių; palankesnė nei savojoje šalyje vykdoma vyriausybės politika; gamybos masto efektas; palankesnis priėjimas prie finansavimo šaltinių; palankesnis priėjimas prie žmogiškųjų išteklių ir kiti.

Siekiant pavirtinti arba paneigti šio darbo ketvirtąją hipotezę, svarbu buvo sužinoti, ar respondentai mano, jog tam tikrą ekonominę veiklą vykdančiai įmonei (tame tarpe ir jų įmonei) yra tikslinga plėstis į užsienio šalis dėl gaunamos didesnės ekonominės gražos veikiant iš karto keliose rinkose (15 anketos klausimas). Pateikiant šį klausimą, buvo daroma prielaida, jog dėl galimos didesnės ekonominės gražos veikiant iš karto keliose rinkose, Lietuvos įmonei tikslinga plėstis į kitas šalis. Gauti apklausos rezultatai pateikti 29 pav.



Šaltinis: sukurta autoriaus.

29 pav. Ar tam tikrą ekonominę veiklą vykdančiai įmonei (tame tarpe ir Jūsų įmonei) yra tikslinga plėstis į užsienio šalis dėl gaunamos didesnės ekonominės gražos veikiant iš karto keliose rinkose?

Didžioji dauguma respondentų (77 proc.) nurodė, kad tam tikrą ekonominę veiklą vykdančiai įmonei (tame tarpe ir jų įmonei) yra tikslinga plėstis į užsienio šalis dėl gaunamos didesnės ekonominės gražos veikiant iš karto keliose rinkose. Šio veiksnio svarbą jie įvertino vidutiniškai 8,1 balo. Ir tik nedidelė atsakiusių įmonių dalis teigė priešingai. Remiantis šiais rezultatais, galima teigti, kad tai patvirtina ketvirtąją šio darbo hipotezę.

Kitas veiksnys, kuris buvo pasirinktas, siekiant patvirtinti arba paneigti ketvirtąją darbo hipotezę, yra palankesnis priėjimas prie darbo išteklių. Respondentams buvo užduotas klausimas, ar jie mano, jog palankesnis priėjimas prie darbo išteklių lemia jų įmonės plėtrą į užsienio šalis? (16 anketos klausimas). Pateikiant šį klausimą, buvo daroma prielaida, kad palankesnis priėjimas prie darbo išteklių skatina įmonę plėstis į kitas šalis. Gauti apklausos rezultatai pateikti 30 pav.

Didesnė respondentų dalis (54 proc.) nurodė, jog palankesnis priėjimas prie darbo išteklių negali nulemti jų įmonės plėtros į užsienio šalis. Tačiau, kiti atsakiusieji (46 proc.) teigė priešingai, o šio veiksnio svarbą jie įvertino vidutiniškai 6 balais.



Šaltinis: sukurta autoriaus.

30 pav. Ar palankesnis priėjimas prie darbo išteklių lemia Jūsų įmonės plėtrą į užsienio šalis?

Įvertinant tai, jog respondentų nuomonės šiuo atveju pasiskirstė panašiai, tvirtinti arba neigti šio darbo ketvirtąją hipotezę būtų netikslinga.

Kitas veiksnys, kuris buvo pasirinktas, siekiant patvirtinti arba paneigti ketvirtąją darbo hipotezę, yra palankesnė vyriausybės vykdoma politika. Respondentams buvo užduotas klausimas, ar jie mano, jog jų įmonės plėtrą į kitas užsienio šalis sąlygoja palankesnė jose vykdoma vyriausybės politika, nei Lietuvoje? (17 anketos klausimas). Pateikiant šį klausimą, buvo daroma prielaida, kad palankesnė vyriausybės vykdoma politika kitoje šalyje skatina įmonės tarptautinę plėtrą. Gauti apklausos rezultatai pateikti 31 pav.



Šaltinis: sukurta autoriaus.

31 pav. Ar Jūsų įmonės plėtrą į kitas užsienio šalis sąlygoja palankesnė jose vykdoma vyriausybės politika, nei Lietuvoje?

Didžioji dauguma respondentų (69 proc.) nurodė, kad jų įmonės plėtrą į kitas užsienio šalis negali sąlygoti palankesnė jose vykdoma vyriausybės politika, nei Lietuvoje. Tačiau kita dalis atsakiusiųjų (31 proc.) teigė priešingai, o šio veiksnio svarbą jie įvertino vidutiniškai 8 balais, kaip gana žymią. Tai leidžia daryti prielaidą, kad tam tikrą ekonominę veiklą vykdančioms įmonėms šis veiksnys yra pakankamai svarbus, galintis įtakoti jų tarptautinę plėtrą. Todėl, norint objektyviai įvertinti vyriausybės vykdomos politikos įtaką, reikėtų įmones sugrupuoti bei tirti pagal jų vykdomą ekonominę veiklą. Įvertinant tai, tvirtinti arba neigti šio darbo ketvirtąją hipotezę būtų netikslinga.

Kitas veiksnys, kuris buvo pasirinktas, siekiant patvirtinti arba paneigti ketvirtąją darbo hipotezę, yra gamybos masto efektas. Respondentams buvo užduotas klausimas, ar jie mano, jog jų įmonės plėtrą į kitas užsienio šalis sąlygoja gamybos masto efektas? (18 anketos klausimas). Pateikiant šį klausimą, buvo daroma prielaida, kad palankesnė gamybos masto efektas skatina įmonės tarptautinę plėtrą. Gauti apklausos rezultatai pateikti 32 pav.



Šaltinis: sukurta autoriaus.

32 pav. Ar Jūsų įmonės plėtrą į kitas užsienio šalis sąlygoja gamybos masto efektas?

Didžioji dauguma respondentų (77 proc.) nurodė, jog jų įmonės plėtrą į kitas užsienio šalis sąlygoja gamybos masto efektas. Šio veiksnio svarbą jie įvertino vidutiniškai 6,9 balais, kaip gana žymią. Tačiau kita dalis atsakiusiųjų (23 proc.) teigė priešingai. Remiantis šiais rezultatais, galima teigti, kad tai patvirtina ketvirtąją šio darbo hipotezę.

Kitas veiksnys, kuris buvo pasirinktas, siekiant patvirtinti arba paneigti ketvirtąją darbo hipotezę, yra palankesnis priėjimas prie finansavimo šaltinių. Respondentams buvo užduotas klausimas, ar jie mano, jog jų įmonės plėtrą į kitas užsienio šalis sąlygoja palankesnis priėjimas prie finansavimo šaltinių tose šalyse? (19 anketos klausimas). Pateikiant šį klausimą, buvo daroma prielaida, kad palankesnis priėjimas prie finansavimo šaltinių kitose šalyse skatina įmonės tarptautinę plėtrą. Gauti apklausos rezultatai pateikti 33 pav.



Šaltinis: sukurta autoriaus.

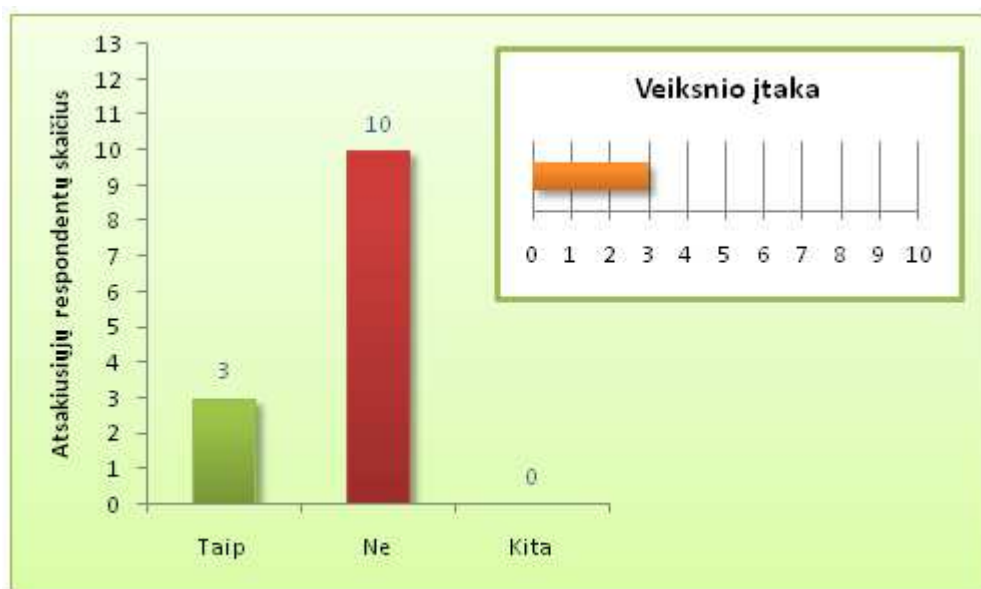
33 pav. Ar Jūsų įmonės plėtrą į kitas užsienio šalis sąlygoja palankesnis priėjimas prie finansavimo šaltinių tose šalyse?

Didesnė respondentų dalis (54 proc.) nurodė, jog palankesnis priėjimas prie finansavimo šaltinių tose šalyse gali nulemti jų įmonės plėtrą į užsienio šalis. Šio veiksnio svarbą jie įvertino vidutiniškai 5,2 balo, kaip gana nereikšmingą. Tačiau, kiti atsakiusieji (46 proc.) teigė priešingai. Įvertinant tai, jog respondentų nuomonės šiuo atveju pasiskirstė panašiai, tvirtinti arba neigti šio darbo ketvirtąją hipotezę būtų netikslinga.

Kitas veiksnys, kuris buvo pasirinktas, siekiant patvirtinti arba paneigti ketvirtąją darbo hipotezę, yra palankesnis priėjimas prie žmogiškųjų išteklių kitose šalyse. Respondentams buvo užduotas klausimas, ar jie mano, jog jų įmonės plėtrą į kitas užsienio šalis sąlygoja palankesnis priėjimas prie žmogiškųjų išteklių tose šalyse? (20 anketos klausimas). Pateikiant šį klausimą, buvo daroma prielaida, kad palankesnis priėjimas prie žmogiškųjų išteklių kitose šalyse skatina įmonės tarptautinę plėtrą. Gauti apklausos rezultatai pateikti 34 pav.

Didžioji dauguma respondentų (77 proc.) nurodė, jog jų įmonių plėtra į kitas užsienio šalis nėra sąlygota palankesnio priėjimo prie žmogiškųjų išteklių tose šalyse. Tačiau, kiti atsakiusieji (23 proc.) teigė priešingai, o šio veiksnio svarbą jie įvertino vidutiniškai 3 balais, kaip gana nereikšmingą. Visa tai leidžia daryti išvadą, kad pastaruoju metu Lietuvoje vis dar vyrauja pakankama pigios ir kvalifikuotos darbo jėgos pasiūla. Tą patvirtina šalies vidutinio darbo užmokesčio palyginimas su kitomis ES šalimis: LR Statistikos departamento duomenimis (2008d), vidutinis mėnesinis bruto darbo užmokestis šalies ūkyje (be individualių įmonių) ketvirtąjį 2007 m. ketvirtį sudarė 2052 Lt, tačiau tam, kad būtų įmanoma palyginti duomenis su ES šalių vidurkiu, reikia paminėti vidutinį šalies vidutinį bruto darbo užmokesčio dydį 2005 m., kuris sudarė 1276,2 Lt, o ES – 25 vidutinis mėnesinis darbo užmokestis 2005 m., remiantis Eurostat naujausiais

duomenimis (2008) siekė 2578,51 EUR (apytiksliai 8896 Lt, jeigu 1 EUR lygus 3,45 Lt). Taigi, vidutinis bruto darbo užmokestis 2005 m. Lietuvoje ir ES – 25 šalyse skyrėsi apytiksliai 6,97 karto.



Šaltinis: sukurta autoriaus.

34 pav. Ar Jūsų įmonės plėtrą į kitas užsienio šalis sąlygoja palankesnis priėjimas prie žmogiškųjų išteklių tose šalyse?

Nors pastaruju metu vidutinis darbo užmokestis Lietuvoje sparčiai didėja, tačiau vis tik išlieka sąlyginai nedidelis, palyginus su ES – 25 šalių vidurkiu. Todėl įmonės, kaip tai patvirtino daugelio apklaustųjų respondentų nuomonė, nejaučia didesnio poreikio ieškoti pigesnės darbo jėgos užsienio šalyse, t.y. plėstis tarptautiniu mastu. Darytina išvada, jog aptartas veiksnys iš dalies paneigia šio darbo ketvirtąją hipotezę.

Taigi, atsižvelgiant į respondentų nuomonę jiems atsakius į 15 – 20 anketos klausimus, bei įvertinus gautus rezultatus, galima teigti, kad ketvirtoji šio darbo hipotezė – *Lietuvos įmonių tarptautinę plėtrą skatina jų vykdomai ekonominės veiklos rūšiai internacionalizacijos teikiama privalumai* – pasitvirtino. Daugelio apklaustųjų įmonių plėtrą į užsienio šalis sąlygoja gaunama didesnė ekonominė grąža bei gamybos masto efektas veikiant iš karto keliose rinkose.

IŠVADOS

1 darbo uždavinys. Atlikus tarptautinės įmonių plėtros teorijų analizę, buvo nustatyta, jog egzistuoja daugelis tarptautinę plėtrą aiškinančių teorijų, kurios remiasi įvairiomis koncepcijomis bei požiūriais. Suklasifikuoti visus TUI motyvuojančių veiksnių išaiškinimus į atskiras bei susijusias grupes nėra lengva, nes kai kuriais atvejais teiginiai yra stipriai persipynę, tačiau įmanoma sugrupuoti į tris plačias kategorijas: tradicinės TUI teorijos; moderniosios TUI teorijos; radikaliosios TUI teorijos.

Tradicinės TUI teorijos yra paremtos neoklasikine ekonomikos teorija, grindžiant TUI atsiradimą dėl specifinių vietos pranašumų. Ankstyvosios TUI teorijos analizavo tiesioginių užsienio investicijų subjektą ne įmonės teorijos požiūriu, tačiau makroekonominiu aspektu. Prie tradicinių tiesioginių užsienio investicijų teorijų yra priskiriama kapitalo arbitražo teorija bei, atsižvelgiant į atlikus tam tikrus patobulinimus, tarptautinės prekybos teorija.

Moderniosios TUI teorijos yra: NVI paradigma (nuosavybė, vietos, internacionalizacijos specifiniai pranašumai); Eklektinė TUI teorija; Uppsala internacionalizacijos modelis; R. Z. Aliber TUI teorija; Produkto gyvavimo ciklo teorija; TUI internacionalizacijos teorija; Monopolistinių pranašumų teorija bei kitos.

Apibendrinant radikaliąsias TUI teorijas, visiškai priešingai, nei ortodoksai ekonomistai, kurie įžvelgė MĮ kaip efektyviausią instrumentą, kurio veiklos dėka optimaliai paskirstomi ištekliai bei prekės tarptautiniu mastu, radikalieji ekonomistai multinacionalinę įmonę traktuoja kaip ekonominio išnaudojimo įrankį, sukeltą politinį nestabilumą bei darantį žalą aplinkai dėl jų nesiliaujančio pelno vaikymosi ir turimos didžiulės ekonominės bei politinės galios. Kai kūrei marksistinio požiūrio ekonomistai vertina TUI kaip imperinę plėtrą, kurią sąlygojo ilgalaikės pelno mažėjimo tendencijos vietinėje šalyje dėl perprodukcijos. Viena vertus, kapitalistinė santvarka sąlygoja didelių tarptautinių monopolijų susikūrimą, o kita vertus, finansinio bei gamybinio kapitalo koncentraciją. Šios monopolijos kolonizuoja pasaulį, proceso metu pasinaudojant TUI kaip instrumentu.

Eklektinė teorija, kurios atstovas yra J. Dunning, tarsi apibendrina visas kitas aukščiau išvardintas TUI teorijas. Ši teorija teigia, jog tam, kad sėkmingai veiktų MĮ, jai būtini visi trijų tipų specifiniai pranašumai, t.y. nuosavybės, vietos bei internacionalizacijos specifiniai pranašumai.

2 darbo uždavinys. Įvertinus Lietuvos įmonių tarptautinės plėtros tendencijas, svarbu buvo išsiaiškinti šio reiškimo priežastis. Siekiant nustatyti Lietuvos įmonių tarptautinės plėtros motyvus, buvo nuspręsta pasirinkti anketinės apklausos tyrimo metodą. Tiriamųjų kontingentą sudarė Lietuvos įmonės, kurios tiesiogiai investuoja užsienio šalyse. Kadangi tyrimo metu tokių įmonių Lietuvoje buvo 253, o daugiau nei du trečdaliai iš jų neteikė oficialios informacijos apie veiklą

kitose šalyse, buvo nuspręsta apklausti kiekvieną visumos narį, t.y iš viso 60 įmonių (įmonių sąrašą pateikė LR Statistikos departamentas), apie kurių tarptautinę veiklą yra žinoma. Kadangi tiriamųjų kontingentas geografiniu požiūriu buvo plačiai išsidėstęs visoje Lietuvoje, surašymas atliktas klausimynus siunčiant elektroniniu paštu, prieš tai pranešus telefonu, tikintis sulaukti atsakymų. Visas tyrimo išlaidas padengs tyrėjas.

Atsižvelgiant į NVI paradigmos veiksnius, kiekvienai hipotezei patikrinti buvo sudaryti 4 – 6 klausimai, kurie eilės tvarka išdėstyti klausimyne. Siekiant pateikti respondentams kuo paprastesnę ir suprantamesnę anketą, jos klausymus lydėjo iš anksto suformuoti atsakymai, tačiau, norint išvengti per didelio apibrėžtumo bei sužinoti platesnę jų nuomonę, buvo sudaryta galimybė pakomentuoti kiekvieną klausimą atskirai. Be to, respondentai, kurie nurodė tam tikrus įtakojančius veiksnius, turėjo įvertinti jų įtaką balais (nuo 1 iki 10).

Atliekant apklausą, paaiškėjo, jog daugelis įmonių, kurios pateko į tyrimo sąrašą, buvo abejingai nusiteikusios mokslinių tyrimų atžvilgiu, arba tiesiog nenorėjo teikti tokios informacijos, motyvuojant jos slaptumu. Daugeliui iš jų buvo ne vieną kartą skambinama telefonu, tikintis, jog vis tik atsakymai į anketos klausimus bus gauti. To pasekoje, tik 13 (arba 24,07 proc.) įmonių, dalyvavusių apklausoje, pareiškė savo nuomonę. Įvertinant tokius rezultatus, buvo nuspręsta, jog siekiant patvirtinti arba paneigti šiame darbe iškeltas hipotezes, pateikiant objektyvias išvadas, bus remiamasi tiek apklausos rezultatais, tiek įvairiais antriniais statistiniais duomenimis.

3 darbo uždavinys. Atlikus Lietuvos įmonių, tiesiogiai investuojančių užsienio šalyse, empirinį tyrimą, paaiškėjo, jog pirmoji šiame darbe iškelta hipotezė, teigianti, jog *pagrindinis Lietuvos įmonių tarptautinės plėtros veiksnys yra ribota gimtosios šalies rinka*, nepasitvirtino. Remiantis apklaustųjų nuomone, jų veiklos galimybės Lietuvos rinkoje dar nėra pilnai išnaudotos.

Antroji šio darbo hipotezė – *Lietuvos įmonių tarptautinę plėtrą sąlygoja padidėjęs jų finansinis pajėgumas* – buvo patvirtinta tik iš dalies. Nors ne maža dalis respondentų nurodė, kad įmonės plėtrą sąlygoja galima didesnė kapitalo grąža veikiant kitose šalyse, disponuojamas didelis kapitalas, bei siekis diversifikuoti finansinę riziką, tačiau visiškai hipotezės pripažinimui prieštarauja tai, kad žymi dalis įmonių nurodė, jog jų finansinis pajėgumas bei veiklos rezultatai Lietuvoje neturi įtakos sprendimui plėsti veiklą užsienio šalyse.

Trečioji šio darbo hipotezė – *dėl žemos perkamosios galios Lietuvoje, šalies įmonės priverstos plėstis į kitų šalių rinkas, siekiant uždirbti didesnes pajamas* – pasitvirtino. Daugelio apklaustųjų įmonių plėtrą į užsienio šalis sąlygoja galimybė pasiekti didesnę perkamąją galią turinčius vartotojus, tuo pačiu pilnai išnaudojant turimą gamybinį potencialą, tokiu būdu pagerinant veiklos rezultatus (pelningumą), kas sąlygoja galimybių papildomoms investicijoms atsiradimą.

Ketvirtoji šio darbo hipotezė – *Lietuvos įmonių tarptautinę plėtrą skatina jų vykdomai ekonominės veiklos rūšiai internacionalizacijos teikiami privalumai* – pasitvirtino. Daugelio

apklaustųjų įmonių plėtrą į užsienio šalis sąlygoja gaunama didesnė ekonominė grąža bei gamybos masto efektas veikiant iš karto keliuose rinkose.

Analizuojant Lietuvos įmonių, tiesiogiai investuojančių užsienio šalyse, veiklą, buvo nustatyti pagrindiniai jų plėtros motyvai: galimybė pasiekti didesnę perkamąją galią turinčius vartotojus; gamybinio potencialo išnaudojimas; gaunama didesnė ekonominė grąža bei gamybos masto efektas veikiant iš karto keliuose rinkose.

Pasiekti rezultatai suteikia galimybę geriau suvokti Lietuvos įmonių tarptautinės plėtros ypatumus. Todėl, Lietuvos įmonės, kurios planuoja steigti savo padalinius kitose šalyse, gali pasinaudoti esama dabartinių šalies įmonių, kurios tiesiogiai investuoja užsienio šalyse, patirtimi. Darbo rezultatai teoriniu požiūriu daugeliu atvejų patvirtino egzistuojančias tarptautinės plėtros teorijas, tačiau papildomai paaiškino įmonių tarptautinės plėtros motyvus Lietuvos įmonių atžvilgiu. Kadangi tyrimo metu buvo analizuojamos įvairių ekonominę veiklą vykdančios įmonės, jų nesugrupuojant pagal atskiras veiklos rūšis, gauti rezultatai negali tiksliai atspindėti tam tikrą veiklą vykdančios įmonės tarptautinės plėtros motyvų. Todėl, siekiant objektyviau išsiaiškinti tam tikrame verslo sektoriuje veikiančių Lietuvos įmonių plėtros į užsienio šalis motyvus, būtini papildomi tyrimai.

GRUODIS, Ernestas. (2008) International expansion of Lithuanian firms. MBA* Graduation Paper. Kaunas: Kaunas Faculty of Humanities, Vilnius University. 81 p.

SUMMARY

At the present time, more and more Lithuanian companies starting their activities in foreign countries. To achieve the explanation of what motivates their international expansion, there was made a research, where participated 60 Lithuanian firms, which operate in Lithuania and in other foreign countries as well. During research, 4 hypotheses were developed: 1) the main motivating factor of foreign expansion of Lithuanian firms is limited native market; 2) the international expansion of Lithuanian firms occurs because of their better financial status; 3) due to low purchasing power among Lithuanian customers, Lithuanian firms must expand abroad to gain more profits; 4) the international expansion of Lithuanian firms occurs because of internationalization privileges, which emerge in a certain economic activity where they participate.

During investigation, according to participant's opinion, the first hypothesis was rejected, the second – partially supported, and the third and fourth – supported. It was estimated, that the main motives, which stimulate Lithuanian firms to expand abroad, are: ability to reach the customers with higher purchasing power; full exploitation of production potentials; higher gains and better production economy due to simultaneous operation in several countries.

Keywords: international expansion; the motives of international expansion; FDI theories; the theories of international expansion.

MOKSLINĖS LITERATŪROS SĄRAŠAS

1. AB bankas „NORD/LB bankas“. (2006) *Lietuvos ekonomikos aktualijos* [interaktyvus]. AB bankas „NORD/LB bankas“, 2006 m. balandžio mėn. [žiūrėta 2008 m. sausio 31 d.]. Prieiga per internetą: <http://www.dnb nord.lt/files/Ataskaitos/2006_04_13_nt_rinka_ir_investicijos.pdf>.
2. ASIEDU, E.; ESFAHANI, H.S. (2001) Ownership structure in foreign direct investment projects. Iš *The Review of Economics and Statistics* [interaktyvus], Vol. 83, No. 4 [žiūrėta 2008 m. vasario 5 d.], p. 647 – 662. Prieiga per internetą: <<http://www.jstor.org/cgi-bin/jstor/printpage/00346535/sp050003/05x0230v/0.pdf?backcontext=page&dowhat=Acrobat&config=jstor&userID=s0130217@vu.lt/01c0a848685708117f5a14218&0.pdf>>.
3. BERNAL, L. E. ir kt. (2004) *The World Development Report 2005: an Unbalanced Message on Investment Liberalization* [interaktyvus]. WTO, Switzerland: Geneva [žiūrėta 2008 m. vasario 12 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.g24.org/kauk0904.pdf>>.
4. BUCKLEY, P. J.; CASSON, M. (1981) The Optimal Timing of a Foreign Direct Investment. Iš *The Economic Journal* [interaktyvus], Vol. 91, No. 361 [žiūrėta 2008 m. vasario 10 d.], p. 75 – 87. Prieiga per internetą: <<http://www.jstor.org/cgi-bin/jstor/printpage/00130133/di983461/98p04737/0.pdf?backcontext=page&dowhat=Acrobat&config=jstor&userID=s0130217@vu.lt/01c0a83472c5811802d872a1&0.pdf>>.
5. DREYHAUPT, S. J. (2006) *Locational Tournaments in the Context of the EU Competitive Environment* [interaktyvus]. SpringerLink, DUV [žiūrėta 2008 m. vasario 12 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.springerlink.com/content/12971g27n7372222>>. ISBN 978 – 3 – 8350 – 9109 – 2.
6. DUNNING, J. H. (2001) The Eclectic (OLI) Paradigm of International Production: Past, Present and Future. Iš *International Journal of the Economics of Business* [interaktyvus], Vol. 8, Issue 2, July 2001, [žiūrėta 2008 m. vasario 11 d.], p. 173 – 190. Prieiga per internetą: <<http://www.informaworld.com/smpp/content~content=a713670844>>.
7. DUNNING, J. H. (2002) *Theories And Paradigms Of International Business Activity: The Selected Essays of John H. Dunning, Volume I*. Cheltenham: Edward Elgar. 544 p. ISBN 978 – 1 – 84064 – 700 – 6.
8. Ekonominio bendradarbiavimo ir plėtros organizacija. (1999) *OECD benchmark definition of foreign direct investment, third edition* [interaktyvus]. Paris: OECD Publications. 56 p. [žiūrėta 2008 m. vasario 4 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.oecd.org/dataoecd/10/16/2090148.pdf>>. ISBN 92 – 64 – 15283 – 0.
9. Ekonominio bendradarbiavimo ir plėtros organizacija. (2008) *Revision of the benchmark definition of foreign direct investment* [interaktyvus]. OECD: oecd.org [žiūrėta 2008 m. vasario

- 4 d.]. Prieiga per internetą: <http://www.oecd.org/document/33/0,3343,en_2649_33763_33742497_1_1_1_1,00.html>.
10. Ekonominio bendradarbiavimo ir plėtros organizacija. (2004) *Workshop on International Investment Statistics* [interaktyvus]. Direct Investment Technical Expert Group (DITEG): Compilation of outcome papers (meeting of 15 – 17 June 2004), 12 – 13 October 2004 [žiūrėta 2008 m. vasario 4 d.]. Prieiga per internetą: <[http://www.oilis.oecd.org/oilis/2004doc.nsf/LinkTo/NT00007B02/\\$FILE/JT00170086.PDF](http://www.oilis.oecd.org/oilis/2004doc.nsf/LinkTo/NT00007B02/$FILE/JT00170086.PDF)>.
 11. GILROY, B. M. ir kiti. (2005) *Multinational enterprises, foreign direct investment and growth in Africa*. New York: Physica – Verlag Heidelberg. 305 p. ISBN 3 – 7908 – 0276 – X.
 12. GINEVIČIUS, R.; RAKAUSKIENĖ, O. G; ir kt. (2005) *Eksperto ir investicijų plėtra Lietuvoje*. Vilnius: Technika. 363 p. ISBN 9986 – 05 – 937 – 2.
 13. HILL, C. W. L. (2003) *International Business: Competing in the Global Marketplace*. Boston: McGraw – Hill. 703 p. ISBN 0 – 07 – 115116 – 8.
 14. HOOD, N.; YOUNG, S. (1979) *The Economics of Multinational Enterprise*. London: Longman. 412 p. ISBN 0 – 582 – 44388 – 1.
 15. JOHNSON, D.; TURNER, C. (2006) *International business: themes and issues in the modern global economy*. London New York: Routledge. 352 p. ISBN 0 – 415 – 24890 – 2.
 16. LANGVINIENĖ, N.; VENGRAUSKAS, P. V.; ŽITKIENĖ, R. (2005) *Tarptautinis verslas*. 2 knyga. Kaunas: Technologija. 224 p. ISBN 9955 – 09 – 727 – 2.
 17. Statistikos departamentas prie Lietuvos Respublikos Vyriausybės. (2000) *Tiesioginių užsienio investicijų apskaitos metodika* [interaktyvus]. Vilnius: Statistikos departamentas prie Lietuvos Respublikos Vyriausybės [žiūrėta 2008 m. vasario 6 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.stat.gov.lt/uploads/docs/TUImetod2000.doc?PHPSESSID=99f90170cb08bcdf1ddd0a4a6eba95ab>>.
 18. LAS DAS, B. (2003) *A Critical Analysis of the Proposed Investment Treaty in WTO* [interaktyvus]. SUNS, Global Policy Forum [žiūrėta 2008 m. vasario 12 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.globalpolicy.org/soecon/bwi-wto/wto/2003/07critical.htm>>.
 19. LAWLER, K; SEDDIGHI, H. (2001) *International Economics: Theories, Themes and Debates*. Harlow: Financial Times Press. 432 p. ISBN – 13: 9780273643319.
 20. LLOYD, W. P. (1975) International Portfolio Diversification of Real Assets: An Inquiry. Iš *Journal of Business Research* [interaktyvus]. Vol. 3, Issue 2, April [žiūrėta 2008 m. vasario 11 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.sciencedirect.com/science/article/B6V7S-45JWV0T-3/2/35345487303a351d856b6a9ec92ab9fb>>.
 21. MAČERINSKAS, J.; VENGRAUSKAS, V. (2000) Multinacionalinės kompanijos vystymosi etapai. Iš *Ekonomika ir vadyba*. Nr. 2 (3). p. 50 – 57.

22. MUCCHIELLI, J.; MAYER, T. (2004) *Multinational firms' location and the new economic geography*. Cheltenham Northampton: Edward Elgar. 238 p. ISBN 1 – 84376 – 654 – X.
23. NAVICKAS, V. (2005) *Europos Sąjungos rinkų ypatumai*. Kaunas: Technologija. 163 p. ISBN 9955 – 09 – 353 – 6.
24. Pasaulio bankas. (2005) *World Development Report 2005: A Better Investment Climate for Everyone* [interaktyvus]. New York: Oxford University Press [žiūrėta 2008 m. vasario 12 d.] Prieiga per internetą: <http://siteresources.worldbank.org/INTWDR2005/Resources/complete_report.pdf>. ISSN 0163 – 5085.
25. PIGOT, J.; COOK, M. (2006) *International business economics: a European perspective*. Basingstoke: Palgrave Macmillan. 391 p. ISBN 13: 978 – 1 – 4039 – 4219 – 7.
26. RUGMAN, A. M. (1975) Discussion: Corporate International Diversification and Market Assigned Measures of Risk and Diversification. Iš *The Journal of Financial and Quantitative Analysis* [interaktyvus]. Vol. 10, No. 4 [žiūrėta 2008 m. vasario 12 d.], p. 651 – 652. Prieiga per internetą: <<http://www.jstor.org/cgi-bin/jstor/printpage/00221090/di992110/99p04584/0.pdf?backcontext=page&dowhat=Acrobat&config=jstor&userID=s0130217@vu.lt/01c0a834653b3a1180e1235c7&0.pdf>>.
27. SLOMAN, J; HINDE, K. (2007) *Economics for business*. Harrow: FT Prentice Hall. 750 p. ISBN – 13: 978 – 0 – 273 – 70908 – 4.
28. Tarptautinis valiutos fondas. (2000) *Financial derivatives, a supplement to the fifth edition of the balance of payments manual* [interaktyvus]. Washington, DC: International Monetary Fund. 50 p. ISBN 1 – 55775 – 941 – 3.
29. VENGRAUSKAS, V.; LANGVINIENĖ, N. (2006) *Tarptautinis verslas. 1 knyga*. Kaunas: Technologija. 186 p. ISBN 9955 – 09 – 288 – 2.
30. ŽUKAUSKAS, P. (2006) *Kompanijų veiklos internacionalizacija: teorija ir praktika*. Kaunas: Vytauto Didžiojo universitetas. 336 p. ISBN 9955 – 12 – 096 – 7.

INFORMACIJOS ŠALTINIŲ SARAŠAS

31. AB „Sanitas“. (2006) *Dėl Lenkijos farmacijos įmonės „Jelfa“ S.A. akcijų išpirkimo* [interaktyvus]. AB „Sanitas“: sanitas.lt [žiūrėta 2008 m. sausio 31 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.sanitas.lt/investuotojams/ivykiai/2006/348>>.
32. Europos centrinis bankas. (2004) *Europos centrinio banko gairės dėl Europos centrinio banko statistinės atskaitomybės reikalavimų, taikomų mokėjimų balanso ir tarptautinių investicijų balanso statistikos srityje bei tarptautiniame atsargų šablone (ECB/2004/15)* [interaktyvus]. Europos centrinis bankas. Aktuali redakcija nuo 2004 m. lapkričio 30 d. [žiūrėta 2008 m. sausio 28 d.]. Prieiga per internetą: <http://www.ecb.int/ecb/legal/pdf/l_35420041130lt00340076.pdf>.
33. Europos Sąjungos statistikos tarnyba. (2008) *EU direct investment outward flows by extra EU country of destination* [interaktyvus]. Eurostat: epp.eurostat.ec.europa.eu [žiūrėta 2008 m. vasario 4 d.]. Prieiga per internetą: <http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page?_pageid=1073,46870091&dad=portal&schema=PORTAL&p_product_code=DCA19216>.
34. Eurostat (2008) *Average gross annual earnings in industry and services, by sex. Of full – time employees in enterprises with 10 or more employees (ECU/EUR)* [interaktyvus]. Eurostat [žiūrėta 2008 m. gegužės 19 d.]. Prieiga per internetą: <http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page?_pageid=1996,39140985&dad=portal&schema=PORTAL&screen=detailref&language=en&product=Yearlies_new_population&root=Yearlies_new_population/C/C4/C43/dbb12560>.
35. Lietuvos bankas. (2006) *Lietuvos Respublikos mokėjimų balansas* [interaktyvus]. Vilnius: Lietuvos bankas [žiūrėta 2008 m. sausio 28 d.]. Prieiga per internetą: <http://www.lb.lt/lt/leidiniai/mok_bal/lrmbal_2005m.pdf> ISSN 1648 – 9829.
36. LR ambasada Lenkijos Respublikoje. (2007a) *Trumpa 2006 – 2007 m. Lenkijos ekonominės raidos apžvalga* [interaktyvus]. Varšuva: LR ambasada Lenkijos Respublikoje [žiūrėta 2008 m. sausio 27 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.lietuva.pl/index.php?language=lt&page=143>>.
37. LR ambasada Lenkijos Respublikoje. (2007b) *Lietuvos – Lenkijos dvišaliai ekonominiai santykiai* [interaktyvus]. Varšuva: LR ambasada Lenkijos Respublikoje [žiūrėta 2008 m. sausio 27 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.lietuva.pl/index.php?language=lt&page=213>>.
38. Statistikos departamentas prie Lietuvos Respublikos Vyriausybės. (2008a) *Tiesioginės užsienio investicijos* [interaktyvus]. Vilnius: Statistikos departamentas prie Lietuvos Respublikos Vyriausybės [žiūrėta 2008 m. sausio 27 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.stat.gov.lt/lt/news/view/?id=2445>>.

39. Statistikos departamentas prie Lietuvos Respublikos Vyriausybės. (2008b) *Lietuvos įmonių tiesioginių investuotojų užsienyje pavadinimai, 2007 m. sausio 29 d.* Vilnius: Statistikos departamentas prie Lietuvos Respublikos Vyriausybės.
40. Statistikos departamentas prie Lietuvos Respublikos Vyriausybės. (2008c) *M3010201: Gyventojų skaičius metų pradžioje ir vidutinis metinis gyventojų skaičius. Požymiai: gyvenamoji vietovė, lytis* [interaktyvus]. Vilnius: Statistikos departamentas prie Lietuvos Respublikos Vyriausybės [žiūrėta 2008 m. gegužės 17 d.]. Prieiga per internetą: <<http://db1.stat.gov.lt/statbank/SelectVarVal/saveselections.asp>>.
41. Statistikos departamentas prie Lietuvos Respublikos Vyriausybės. (2008d) *M3060801: Vidutinis mėnesinis darbo užmokestis. Požymiai: sektorius, metai* [interaktyvus]. Vilnius: Statistikos departamentas prie Lietuvos Respublikos Vyriausybės [žiūrėta 2008 m. gegužės 19 d.]. Prieiga per internetą: <<http://db1.stat.gov.lt/statbank/default.asp?w=1280>>.
42. Statistikos departamentas prie Lietuvos Respublikos Vyriausybės. (2007a) *Sukauptosios tiesioginės Lietuvos investicijos užsienyje pagal šalis metų pradžioje* [interaktyvus]. Vilnius: Statistikos departamentas prie Lietuvos Respublikos Vyriausybės [žiūrėta 2008 m. sausio 27 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.stat.gov.lt/lt/pages/view/?id=1847>>.
43. Statistikos departamentas prie Lietuvos Respublikos Vyriausybės. (2007b) *Sukauptosios tiesioginės Lietuvos investicijos užsienyje pagal ekonominės veiklos rūšis metų pradžioje* [interaktyvus]. Vilnius: Statistikos departamentas prie Lietuvos Respublikos Vyriausybės [žiūrėta 2008 m. sausio 29 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.stat.gov.lt/lt/pages/view/?id=1848>>.
44. Statistikos departamentas prie Lietuvos Respublikos Vyriausybės. (2007c) *Lietuvos statistikos metraštis 2007* [interaktyvus serialinis leidinys]. Vilnius: Statistikos departamentas prie Lietuvos Respublikos Vyriausybės [žiūrėta 2008 m. sausio 27 d.]. Prieiga per internetą: <http://www.stat.gov.lt/uploads/pdf/1_Lietuvos_statistikos_metrastis_2007.pdf> ISSN 1392 – 026X.
45. Statistikos departamentas prie Lietuvos Respublikos Vyriausybės. (2007d) *Tiesioginės užsienio investicijos Lietuvoje, 2007m. sausio 1d.* [interaktyvus]. Vilnius: Statistikos departamentas prie Lietuvos Respublikos Vyriausybės [žiūrėta 2008 m. sausio 29 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.stat.gov.lt/lt/catalog/viewfree/?id=1086>> ISSN 1392 – 9585.
46. Statistikos departamentas prie Lietuvos Respublikos Vyriausybės. (2007e) *Sukauptosios TUI metų pradžioje* [interaktyvus]. Vilnius: Statistikos departamentas prie Lietuvos Respublikos Vyriausybės [žiūrėta 2008 m. vasario 2 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.stat.gov.lt/lt/pages/view/?id=1279>>.

47. Statistikos departamentas prie Lietuvos Respublikos Vyriausybės. (2004) *2003 metais gimstamumas padidėjo* [interaktyvus]. Vilnius: Statistikos departamentas prie Lietuvos Respublikos Vyriausybės [žiūrėta 2008 m. gegužės 17 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.stat.gov.lt/lt/news/view/?id=828>>.
48. LR Ūkio ministerija. (2007a) *LR Ūkio ministerijos 2007 – 2009 m. strateginis veiklos planas*. LR Ūkio ministerija: ukmin.lt [žiūrėta 2008 m. vasario 2 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.ukmin.lt/lt/strategija/planas-07/pakeit/1A.doc>>.
49. LR Ūkio ministerija. (2007b) *Specialioji investicijų skatinimo programa*. LR Ūkio ministerija: ukmin.lt [žiūrėta 2008 m. vasario 2 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.ukmin.lt/lt/strategija/planas-07/pakeit/88-10.doc>>.

PRIEDAI

1 PRIEDAS LIETUVOS ĮMONĖS – TIESIOGINIAI INVESTUOTOJAI UŽSIENYJE, 2008 M. SAUSIO 30 D. (SUTINKANČIOS VIEŠAI SKELBTI DUOMENIS APIE SAVO VEIKLĄ UŽSIENIO ŠALYSE).....	74
2 PRIEDAS ANKETA.....	1
3 PRIEDAS SURAŠYMO REZULTATAI	80

**LIETUVOS ĮMONĖS – TIESIOGINIAI INVESTUOTOJAI UŽSIENYJE, 2008 M. SAUSIO
30 D. (SUTINKANČIOS VIEŠAI SKELBTI DUOMENIS APIE SAVO VEIKLĄ UŽSIENIO
ŠALYSE)**

Eilės Nr.	Lietuvos įmonių – tiesioginių investuotojų užsienyje pavadinimai	Veiklos kodas ¹ pagal EVRK 1.1.	Šalys, į kurias investuota
1.	AB „ACHEMA“	241500	Belgija Vokietija Prancūzija Lenkija Estija Rusija
2.	AB „KAUNO PIENO CENTRAS“	155200	Estija
3.	AB „NEAUSTINIŲ MEDŽIAGŲ FABRIKAS	514100	Ukraina
4.	AB „PANEVĖŽIO KELIAI“	452300	Ukraina Latvija
5.	AB „SANITAS“	244200	Lenkija Slovakija
6.	UAB „ZIP TRAVEL“	633000	Bulgarija
7.	UAB „EUROAPOTHECA“	741500	Čekija Slovakija
8.	UAB „NEO GROUP“	241600	Čekija
9.	UAB „JADECLOUD – VILMA“	182200	Vokietija Jungtinė Karalystė
10.	UAB „KLETA“	701200	Ispanija
11.	UAB „HAMPIDJAN BALTIC“	175200	Islandija, Portugalija
12.	UAB „ŽALGIRIO SPORTO ARENA“	926100	Nyderlandai
13.	UAB „PRINT – IT“	222200	Norvegija
14.	UAB „MAŽEIKIŲ NAFTOS“ PREKYBOS NAMAI	511200	Lenkija Estija Latvija
15.	UAB „EKSPSTATYBA“	515320	Lenkija
16.	UAB „PRAMONĖS VALDYMO CENTRAS“	741500	Ukraina
17.	UAB „LIORA“	515500	Uzbekistanas
18.	UAB „ROLVIKA“	518700	Ukraina Baltarusija Latvija
19.	UAB „MEDARTUS“	020100	Baltarusija
20.	UAB „A“	513800	Baltarusija
21.	UAB „ARTVIVAS“	521100	Baltarusija
22.	UAB „ALGEKTA“	518700	Baltarusija Baltarusija
23.	UAB „BALTIC PACK“	515600	Estija Latvija
24.	UAB „RIFARMA“	514600	Baltarusija
25.	UAB „LIBRA VITALIS“	514700	Estija
26.	UAB „PIREKA“	514700	Estija Latvija
27.	UAB „BERLIN CHEMIE MENARINI BALTIC“	514600	Estija Latvija
28.	UAB „KEMEK ENGINEERING“	516500	Estija Latvija Rusija
29.	UAB „ALFARNIS“	702000	Estija
30.	UAB „METO BALTIC“	518700	Estija

¹ Įmonių ekonominės veiklos kodai nurodo pagrindinę įmonės veiklą Lietuvoje.

1 PRIEDO TĘSINYS

lentelės tęsinys

Eilės Nr.	Lietuvos įmonių – tiesioginių investuotojų užsienyje pavadinimai	Veiklos kodas ² pagal EVRK 1.1.	Šalys, į kurias investuota
31.	UAB „HNIT – BALTIC“	722100	Estija Latvija
32.	UAB „NEONITA“	315000	Estija
33.	UAB „HIDROELEKTROMONTAŽAS“	453100	Estija
34.	UAB „EAST TRADING COMPANY“	514310	Estija
35.	UAB „ARMITANA“	524300	Latvija
36.	UAB „KLAIPĖDOS BALDŲ PREKYBA“	518500	Latvija
37.	UAB „GELEŽIES LAUŽAS“	371000	Latvija Rusija
38.	UAB „VOKĖ – III“	361300	Latvija
39.	UAB „SERPANTINAS“	518700	Latvija
40.	UAB „FUJIFILM LIETUVA“	514730	Latvija
41.	UAB „DIALIZĖS CENTRAS“	514620	Latvija
42.	UAB „VILBRITA“	514700	Latvija
43.	UAB „TRANSIMEKSA“	602400	Latvija
44.	UAB „LONAS“ IR PARTNERIAI	252100	Latvija
45.	UAB „ACME“	514300	Latvija
46.	UAB „TERMOIZOLA N“	702000	Latvija
47.	UAB „MAGĖ“	503000	Latvija
48.	UAB „GAMEDA“	514610	Latvija
49.	UAB „AUSTER“	524400	Latvija
50.	UAB „KAUNO ENERGETIKOS REMONTAS“	291100	Latvija Rusija
51.	UAB „AUTOPASLAUGA“	602410	Latvija
52.	UAB „TURTO VALDYMO STRATEGIJA“	652300	Rusija
53.	UAB „TEGROS INVESTICIJA“	702000	Rusija
54.	UAB – PREKYBOS NAMAI „HERMIS“	634020	Rusija
55.	UAB „PETROVALINVEST“	515100	Rusija
56.	UAB „CRABRO“	177100	Rusija
57.	UAB „LITAMILK“	748200	Rusija
58.	UAB „PERKSAS“	518700	Rusija
59.	UAB „OGMIOS ASTRA PREKYBA“	514320	Rusija
60.	UAB „LITBELA“	521100	Rusija

Šaltinis: sudaryta autoriaus pagal LR Statistikos departamento 2008 m. sausio 30 d. pateiktus duomenis.

² Įmonių ekonominės veiklos kodai nurodo pagrindinę įmonės veiklą Lietuvoje.

ANKETA



Užpildę anketą, pažymėkite čia:

Gerbiami respondentai, šiuo metu VUKHF tarptautinio verslo magistrantūros studijų programos antrojo kurso studentas *Ernestas Gruodis* atlieka baigiamojo darbo tyrimą, kurio metu nori išsiaiškinti Lietuvos įmonių tarptautinės plėtros ypatumus. Ši apklausa yra anoniminė, atsakymai bus apdorojami ir pateikiami tik apibendrinta forma. Jūsų, kaip respondento, nuomonė yra labai svarbi, todėl žemiau pateikiu šiuos klausimus (vienu metu galite pažymėti ir kelis tinkančius, tačiau neprieštaraujančius vienas kitam, atsakymo į klausimą variantus, o norėdami juos papildyti (arba jeigu nei vienas iš jų netinka), pasirinkite atsakymo variantą „Kita“):

1. Kaip vertinate Lietuvos rinkos (-u), kurioje (-iose) specializuojasi Jūsų įmonė, potencialą?

- Potencialiu vartotoju yra pakankamai
- Pastebimas potencialiu vartotoju trukumas
- Galimas potencialiu vartotoju trukumas ateityje
- Galimas potencialiu vartotoju skaičiaus didėjimas ateityje

Kita

2. Ar Jūsų įmonės gamybiniai pajėgumai jau pasiekė tokį lygį, kai gaminamos produkcijos ar teikiamų paslaugų kiekis viršija Lietuvoje esančių potencialių vartotojų paklausą?

- Taip
- Ne
- Plečiantis imones veiklai, prognozuojame, jog tai ivyks netolimojoje ateityje

Kita

3. Vertinant vartotojų požiūrį į Jūsų įmonės gaminamą produkciją (teikiamas paslaugas), ar manote, jog dalis gaminamos produkcijos (teikiamų paslaugų) galėtų būti palankiau vertinama užsienio, negu vietinėje Lietuvos rinkoje?

- Taip. Ivertinkite veiksnio itaką balais (1 - labai maža, 10 - labai didelė)
- Ne

Kita

4. Atsižvelgiant į prognozuojamą gyventojų skaičiaus mažėjimą Lietuvoje, Jūsų nuomone:

- Tikslinga plesti gamybą (paslaugų teikimą) užsienio šalyse
- Tai nedarys didesnio poveikio imones veiklos rezultatams, o plestis i užsienio rinkas dėl to netikslinga

Kita

5. Įvertinant tai, jog Lietuva yra ES narė, yra netikslinga apsiriboti vien tik veikla savojoje šalyje, kadangi pasiekti kitų ES šalių potencialius vartotojus pradėdant gaminti produkciją ar teikti paslaugas tose šalyse sąlyginai nėra sudėtinga, tokiu būdu pagerinant veiklos rezultatus:

Taip. Ivertinkite veiksnio itaką balais (1 - labai maža, 10 - labai didelė)

Tokio sprendimo įgyvendinimas gali būti ekonomiškai nenaudingas

Kita

6. Kaip vertinate įmonės veiklos rezultatus pastaruoju laikotarpiu bei galimybę plėstis į užsienio šalis?

Įmone uždirba vis daugiau pajamų, todėl galima plėtra kitose šalyse

Įmonės veiklos rezultatai prastėja, plėsti veiklą kitose šalyse nėra galimybių

Įmonės finansinis pajėgumas bei veiklos rezultatai Lietuvoje neturi itakos sprendimui plėsti veiklą užsienio šalyse

Kita

7. Ar įmonės plėtra į užsienio šalis sąlygoja galima didesnė kapitalo grąža?

Taip. Ivertinkite veiksnio itaką balais (1 - labai maža, 10 - labai didelė)

Ne

Kita

8. Ar įmonės disponuojamas didelis kapitalas pats savaime gali sąlygoti įmonės apsisprendimą pradėti vykdyti veiklą užsienio šalyse?

Taip. Ivertinkite veiksnio itaką balais (1 - labai maža, 10 - labai didelė)

Ne

Kita

9. Ar svarbi įmonės tarptautinės plėtros priežastis yra finansinės rizikos diversifikavimas (išskaidymas), panaudojant sukauptą kapitalą?

Taip. Ivertinkite veiksnio itaką balais (1 - labai maža, 10 - labai didelė)

Ne

Kita

10. Atsižvelgiant į tai, jog Lietuvoje didžioji dalis vartotojų turi žemą perkamąją galią, tikslinga plėsti Jūsų įmonės veiklą užsienio šalyse, tokiu būdu pasiekiant didesnę perkamąją galią turinčius vartotojus:

Taip. Ivertinkite veiksnio itaką balais (1 - labai maža, 10 - labai didele)

Ne

Plėstis į užsienio šalis netikslinga, nes Lietuvos vartotojų perkamoji galia nuolat auga

Kita

11. Atsižvelgiant į vartotojų perkamąją galią šalyje, įmonei, siekiančiai išnaudoti turimą gamybinį potencialą bei gauti didesnį pelną, tikslinga plėstis į užsienio rinkas:

Taip, jeigu gamybiniai pajėgumai pilnai neišnaudoti

Taip, kartu siekiant prieiti prie didesnę perkamąją galią turinčiu vartotoju

Taip, kartu siekiant pilnai išnaudoti gamybinius pajėgumus bei pasiekti didesnę perkamąją galią turinčius vartotojus

Ne

Kita

12. Ar Jūsų įmonė yra priversta plėstis į užsienio šalis dėl to, jog neįmanoma padengti veiklos sąnaudų (arba uždirbti norimo pelno) dėl Lietuvos gyventojų žemos perkamosios galios?

Taip. Ivertinkite veiksnio itaką balais (1 - labai maža, 10 - labai didele)

Ne

Kita

13. Dėl įmonės gaminamos produkcijos (teikiamų paslaugų) pobūdžio yra nepalanku ją realizuoti žemas pajamas gaunantiems Lietuvos gyventojams, todėl Jūsų įmonė priversta plėstis į kitas šalis:

Taip. Ivertinkite veiksnio itaką balais (1 - labai maža, 10 - labai didele)

Ne

Kita

14. Riboti pardavimai žemas pajamas gaunantiems Lietuvos gyventojams negarantuoja įmonei reikiamo pelno, kas nesudaro galimybių atlikti papildomas investicijas. Siekis užsidirbti lėšų papildomoms investicijoms skatina Jūsų įmonę plėsti veiklą svetur:

Taip. Ivertinkite veiksnio itaką balais (1 - labai maža, 10 - labai didele)

Ne

Kita

15. Tam tikrą ekonominę veiklą vykdančiai įmonei (tame tarpe ir Jūsų įmonei) yra tikslinga plėstis į užsienio šalis dėl gaunamos didesnės ekonominės grąžos veikiant iš karto keliose rinkose:

Taip. Ivertinkite veiksnio itaką balais (1 - labai maža, 10 - labai didelė)

Ne

Kita

16. Ar palankesnis priėjimas prie darbo išteklių lemia Jūsų įmonės plėtrą į užsienio šalis:

Taip. Ivertinkite veiksnio itaką balais (1 - labai maža, 10 - labai didelė)

Ne

Kita

17. Ar Jūsų įmonės plėtrą į kitas užsienio šalis sąlygoja palankesnė jose vykdoma vyriausybės politika, nei Lietuvoje?

Taip. Ivertinkite veiksnio itaką balais (1 - labai maža, 10 - labai didelė)

Ne

Kita

18. Ar Jūsų įmonės plėtrą į kitas užsienio šalis sąlygoja gamybos masto efektas?

Taip. Ivertinkite veiksnio itaką balais (1 - labai maža, 10 - labai didelė)

Ne

Kita

19. Ar Jūsų įmonės plėtrą į kitas užsienio šalis sąlygoja palankesnis priėjimas prie finansavimo šaltinių tose šalyse?

Taip. Ivertinkite veiksnio itaką balais (1 - labai maža, 10 - labai didelė)

Ne

Kita

20. Ar Jūsų įmonės plėtrą į kitas užsienio šalis sąlygoja palankesnis priėjimas prie žmogiškųjų išteklių tose šalyse?

Taip. Ivertinkite veiksnio itaką balais (1 - labai maža, 10 - labai didelė)

Ne

Kita

SURAŠYMO REZULTATAI

Eilės Nr.	Lietuvos įmonių – tiesioginių investuotojų užsienyje pavadinimai	El. pašto adresas, kuriuo buvo išsiųsta anketa	Telefono numeris, kuriuo buvo skambinta	Ar anketa išsiųsta?	Ar gautas atsakymas?
1.	AB „ACHEMA“	sekretoriatas@achema.com	8 349 56237	Taip	Ne
2.	AB „KAUNO PIENO CENTRAS“	kpc@premia.lt	8 37 322816	Taip	Ne
3.	AB „NEAUSTINIŲ MEDŽIAGŲ FABRIKAS“	nmf@neaustrines.lt	8 41 545500	Taip	Ne
4.	AB „PANEVĖŽIO KELIAI“	sekretore@paneveziokeliai.lt , rolandas.zabilevicius@paneveziokeliai.lt	8 45 502600, 8 45 502632	Taip	Ne
5.	AB „SANITAS“	sanitas@sanitas.lt	8 37 226725	Taip	Taip
6.	UAB „ZIP TRAVEL“	marketingas@ZipTravel.lt	8 37 220552	Taip	Ne
7.	UAB „EUROAPOTHECA“	office@ev.lt	8 5 2042122	Taip	Ne
8.	UAB „NEO GROUP“	jakaterina.vlasova@neopet.lt	8 46 466700	Taip	Taip
9.	UAB „JADECLOUD – VILMA“	vilniausmatininkas@gmail.com	8 5 2341797	Taip	Ne
10.	UAB „KLETA“	daiva@kleta.lt	8 46 311701	Taip	Ne
11.	UAB „HAMPIDJAN BALTIC“	n.d.	8 41 507600	Ne	Ne
12.	UAB „ŽALGIRIO SPORTO ARENA“	n.d.	n.d.	Ne	Ne
13.	UAB „PRINT – IT“	info@print-it.eu	8 46 420300	Taip	Ne
14.	UAB „MAŽEIKIŲ NAFTOS“ PREKYBOS NAMAI	svetlana.graduleva@nafta.lt	8 5 2526482	Taip	Taip
15.	UAB „EKSPSTATYBA“	info@royaleuropa.lt	8 5 2335204	Taip	Ne
16.	UAB „PRAMONĖS VALDYMO CENTRAS“	n.d.	n.d.	Ne	Ne
17.	UAB „LIORA“	liora@liora.lt , albinas@liora.lt	8 5 2167336	Taip	Taip
18.	UAB „ROLVIKA“	info@rolvika.lt	8 5 2602088	Taip	Ne
19.	UAB „MEDARTUS“	n.d.	n.d.	Ne	Ne
20.	UAB „A“	n.d.	n.d.	Ne	Ne
21.	UAB „ARTVIVAS“	artvivas@zebra.lt	8 5 2645795	Taip	Ne
22.	UAB „ALGEKTA“	tatjana@algekta.lt	8 528 21070	Taip	Taip
23.	UAB „BALTIC PACK“	info@balticpack.lt	8 37 302050	Taip	Ne
24.	UAB „RIFARMA“	rifarma@post.5ci.lt	8 5 2319865	Taip	Taip
25.	UAB „LIBRA VITALIS“	libra@libra.lt	8 5 2526001	Taip	Ne
26.	UAB „PIREKA“	info@pireka.lt	8 5 2313209	Taip	Ne
27.	UAB „BERLIN CHEMIE MENARINI BALTIC“	elta@berlin-chemie.com	8 5 2691947	Taip	Ne
28.	UAB „KEMEK ENGINEERING“	info.lt@kemek.eu	8 5 2491010	Taip	Ne
29.	UAB „ALFARNIS“	lina@mra.lt	8 5 2649010	Taip	Taip
30.	UAB „METO BALTIC“	info.lt@neto-baltic.com	8 5 2360103	Taip	Ne
31.	UAB „HNIT – BALTIC“	vvaikasaites@hnit-baltic.lt	8 5 2150575	Taip	Ne
32.	UAB „NEONITA“	neon@neonita.com	8 5 2349092	Taip	Taip
33.	UAB „HIDROELEKTROMONTAŽAS“	info@hem.lt , gintaras@hem.lt	8 5 2613510	Taip	Ne
34.	UAB „EAST TRADING COMPANY“	etc@ardo.lt	8 5 2105700	Taip	Ne
35.	UAB „ARMITANA“	administratore@armitana.lt	8 5 2477601	Taip	Ne
36.	UAB „KLAIPĖDOS BALDŲ PREKYBA“	sba@sba.lt	8 5 2101681	Taip	Ne
37.	UAB „GELEŽIES LAUŽAS“	administratore@gelezieslauzas.lt	8 46 341349	Taip	Ne
38.	UAB „VOKĖ – III“	vilnius@voke3.com	8 5 2304141	Taip	Ne
39.	UAB „SERPANTINAS“	vaiva@serpantinas.com	8 45 508185	Taip	Taip
40.	UAB „FUJIFILM LIETUVA“	info@fujifilm.lt	8 5 2133017	Taip	Ne
41.	UAB „DIALIZĖS CENTRAS“	dc@dc.lt	8 5 2742863	Taip	Ne
42.	UAB „VILBRITA“	info@vilbrita.lt	8 5 2300840	Taip	Taip

lentelės tęsinys

Eilės Nr.	Lietuvos įmonių – tiesioginių investuotojų užsienyje pavadinimai	El. pašto adresas, kuriuo buvo išsiųsta anketa	Telefono numeris, kuriuo buvo skambinta	Ar anketa išsiųsta?	Ar gautas atsakymas?
43.	UAB „TRANSIMEKSA“	info@transimeksa.lt	8 41 519041	Taip	Ne
44.	UAB „LONAS“ IR PARTNERIAI	birute@lonas.lt	8 349 52681	Taip	Ne
45.	UAB „ACME“	valdas@acme.lt	8 37 333533	Taip	Taip
46.	UAB „TERMOIZOLA N“	info@termoizola.lt	8 37 341840	Taip	Ne
47.	UAB „MAGĖ“	mage@mage.lt	8 46 350895	Taip	Ne
48.	UAB „GAMEDA“	info@gameda.lt	8 46 313231	Taip	Ne
49.	UAB „AUSTER“	auster@auster.lt	8 37 327443	Taip	Ne
50.	UAB „KAUNO ENERGETIKOS REMONTAS“	rma.matutyte@ker.lt	8 37 456598	Taip	Taip
51.	UAB „AUTOPASLAUGA“	aaustinskas@autopaslauga.lt	8 37 312845	Taip	Ne
52.	UAB „TURTO VALDYMO STRATEGIJA“	e.sankuniene@ub.lt	8 37 301362	Taip	Ne
53.	UAB „TEGROS INVESTICIJA“	infostate@tegra.lt	8 5 2661160	Taip	Ne
54.	UAB – PREKYBOS NAMAI „HERMIS“	zydre@hermis.net	8 37 490307	Taip	Ne
55.	UAB „PETROVALINVEST“	n.d.	n.d.	Ne	Ne
56.	UAB „CRABRO“	grazina15@one.lt	8 37 345054	Taip	Taip
57.	UAB „LITAMILK“	kotryna@litamilk.lt	8 5 2642565	Taip	Ne
58.	UAB „PERKSAS	perksas@perksas.lt	8 37 322234	Taip	Ne
59.	UAB „OGMIOS ASTRA PREKYBA“	info@oap.lt	8 5 2649260	Taip	Taip
60.	UAB „LITBELA“	info@motelluna.lt	8 343 68608	Taip	Ne

Šaltinis: sudaryta autoriaus pagal atlikto surašymo duomenis.