



VILNIAUS GEDIMINO TECHNIKOS UNIVERSITETAS

VERSLO VADYBOS FAKULTETAS

SOCIALINĖS EKONOMIKOS IR VADYBOS KATEDRA

Eglė Gailienė

**LIETUVOS ABSOLVENTŲ IR ABITURIENTŲ EMIGRACINIŲ NUOSTATŲ**

**TYRIMAS: SOCIALINIO MARKETINGO ASPEKTAS**

RESEARCH OF LITHUANIAN GRADUATES EMIGRATORY ATTITUDES: SOCIAL  
MARKETING APPROACH

Baigiamasis magistro darbas

Verslo vadybos studijų programa, valstybinis kodas 61203S120

Marketingo specializacija

Vadybos ir administravimo mokslo kryptis

Vilnius, 2009

VILNIAUS GEDIMINO TECHNIKOS UNIVERSITETAS

VERSLO VADYBOS FAKULTETAS

SOCIALINĖS EKONOMIKOS IR VADYBOS KATEDRA

TVIRTINU  
Katedros vedėjas

(Parašas)

Juozas Bivainis

(Vardas, pavardė)

(Data)

Eglė Gailienė

**LIETUVOS ABSOLVENTŲ IR ABITURIENTŲ EMIGRACINIŲ NUOSTATŲ  
TYRIMAS: SOCIALINIO MARKETINGO ASPEKTAS**

**RESEARCH OF LITHUANIAN GRADUATES EMIGRATORY ATTITUDES:  
SOCIAL MARKETING APPROACH**

Baigiamasis magistro darbas

Verslo vadybos studijų programa, valstybinis kodas 61203S120

Marketingo specializacija

Vadybos ir administravimo mokslo kryptis

**Vadovas** doc. dr. I. Blažienė 2009-05-15  
(Moksl. laipsnis, vardas, pavardė) (Parašas) (Data)

**Konsultantas** doc. dr. R. Vladarskienė 2009-04-27  
(Moksl. laipsnis, vardas, pavardė) (Parašas) (Data)

**Konsultantas** \_\_\_\_\_  
(Moksl. laipsnis, vardas, pavardė) (Parašas) (Data)

Vilnius, 2009

VILNIAUS GEDIMINO TECHNIKOS UNIVERSITETAS  
VERSLO VADYBOS FAKULTETAS  
SOCIALINĖS EKONOMIKOS IR VADYBOS KATEDRA

Socialinių mokslų sritis

Vadybos ir administravimo mokslo kryptis

Vadybos ir verslo administravimo studijų kryptis

Verslo vadybos studijų programa, valstybinis kodas 61203S120

Marketingo specializacija

TVIRTINU  
Katedros vedėjas

(Parašas)

Juozas Bivainis

(Vardas, pavardė)

(Data)

**BAIGIAMOJO MAGISTRO DARBO  
UŽDUOTIS**

2008 m. spalio 24 d. Nr. ....1.....

Vilnius

Studentui (ei) .....Eglei Gailienei.....  
(Vardas, pavardė)

Baigiamojo darbo tema: Lietuvos absolventų ir abiturientų emigracinių nuostatų tyrimas: socialinio marketingo aspektas.....  
.....  
.....

patvirtinta 2008 m. spalio 20 d. dekanas potvarkiu Nr. 349vv

Baigiamojo darbo užbaigimo terminas 2009 m. gegužės 21 d.

**BAIGIAMOJO DARBO UŽDUOTIS:**

Rengiant darbą turi būti išanalizuoti teoriniai migracijos aspektai (rūšys, kategorijos, priežastys ir pasekmės), pagrįstos socialinio marketingo teorijos, taikytinos sprendžiant migracijos problemą Lietuvoje. Taip pat turi būti atliktas Lietuvos absolventų ir abiturientų emigracinių nuostatų tyrimas, parengtas modelis, išvados ir rekomendacijos.....

Baigiamojo darbo rengimo konsultantai: .....  
.....

(Moksl. laipsnis, vardas, pavardė)

Vadovas .....  
(Paraša )

.....soc. m. dr. Inga Blažienė.....  
(Moksl. laipsnis, vardas, pavardė)

Užduotį gavau

(Parašas)

.....Eglė Gailienė.....  
(Vardas, pavardė)

.....2008-10-24.....  
(Data)

VILNIAUS GEDIMINO TECHNIKOS UNIVERSITETAS  
VERSLO VADYBOS FAKULTETAS  
SOCIALINĖS EKONOMIKOS IR VADYBOS KATEDRA

Socialinių mokslų sritis

Vadybos ir administravimo mokslo kryptis

Vadybos ir verslo administravimo studijų kryptis

Verslo vadybos studijų programa, valstybinis kodas 61203S120.

Marketingo specializacija

**PAŽYMA**  
**APIE BAIGIAMĄJĮ MAGISTRO DARBĄ**

2009-05-21 Nr. ....1.....

Vilnius

Studentas (ė).....Eglė Gailienė.....  
(Vardas, pavardė)

Studento (ės) studijų svertinis įvertinimų vidurkis.....balo.

Baigiamojo darbo tema: Lietuvos absolventų ir abiturientų emigracinių nuostatų tyrimas: socialinio marketingo aspektas.....

Baigiamasis darbas peržiūrėtas ir studentui (ei) .....Eglei Gailienei.....

leidžiama ginti šį baigiamąjį darbą magistro laipsnio suteikimo komisijoje.

Katedros vedėjas .....  
(Parašas)

prof. habil. dr. Juozas Bivainis  
(Moksl. laipsnis, vardas, pavardė)

**VADOVO ATSILIEPIMAS**  
**APIE BAIGIAMĄJĮ MAGISTRO DARBĄ**

Studentė Eglė Gailienė parengė baigiamąjį magistro darbą, kuriame išsamiai ir nuosekliai išnagrinėjo jaunimo (absolventų ir abiturientų) emigracines nuostatas, teorinius migracijos aspektus. Studentė pagrindė socialinio marketingo teorijos taikymą sprendžiant emigracijos problemas, atliko empirinį Lietuvos absolventų ir abiturientų emigracinių nuostatų tyrimą, panaudodama statistinius tyrimo metodus. E. Gailienė parengė originalų socialinio marketingo strategijos modelį, bei juo remiantis, pateikė išvadas ir rekomendacijas absolventų ir abiturientų emigracinių nuostatų problemai spręsti. Darbas atitinka magistrų darbams keliamus reikalavimus. Siūlau jį vertinti 10 (puikiai).....

Vadovas .....  
(Parašas)

..... dr. Inga Blažienė.....  
(Moksl. laipsnis, vardas, pavardė)

Vilniaus Gedimino technikos universitetas  
Verslo vadybos fakultetas  
Socialinės ekonomikos ir vadybos katedra

ISBN ISSN  
Egz. sk. ..2.....  
Data .....-.....-.....

Magistrantūros studijų **Verslo vadybos** programos baigiamasis darbas

Pavadinimas **Lietuvos absolventų ir abiturientų emigracinių nuostatų tyrimas:  
socialinio marketingo aspektas**

Autorius **Eglė Gailienė**

Vadovas **dr. Inga Blažienė**

**Kalba:** lietuvių

### **Anotacija**

Baigiamajame magistro darbe nagrinėjama Lietuvos absolventų ir abiturientų emigracinių nuostatų problema, akcentuojamas tyrimų būtinumas ir tikslai, mokslininkų patirtis šioje srityje. Išnagrinėti pagrindiniai teoriniai migracijos aspektai: migracijos rūšys, kategorijos, teorijos ir modeliai. Apžvelgtos emigracijos priežastys ir pasekmės. Darbe nagrinėjama gyventojų emigracinių nuostatų problema kaip sistema, pateikiama sistemos elementų ryšių interpretacija. Emigracinių nuostatų problema analizuojama per socialinio marketingo teorijos prizmę, siekiant sukurti strategijos modelį, taikytiną absolventų ir abiturientų emigracinių nuostatų problemai spręsti.

Siekiant išsiaiškinti Lietuvos absolventų ir abiturientų apsisprendimą emigruoti pagrindinius skatinančius veiksnius, anketavimo būdu atliktas empirinis tyrimas. Tyrime dalyvavo Joniškio M. Slančiausko gimnazijos abiturientai ir VGTU Vadybos fakulteto bakalauro ir magistrantūros studijų absolventai. Siekiant nustatyti, ar egzistuoja ryšys tarp nagrinėjamų veiksnių, išreikštų kiekybiniais rodikliais (duomenų gautų tyrimo metu), panaudotas Pirsono  $\chi^2$  kriterijus.

Suradus emigracines nuostatas labiausiai lemiančius veiksnius, sukurtas socialinio marketingo strategijos modelis, skirtas absolventų ir abiturientų emigracinių nuostatų problemai spręsti.

Išnagrinėjus teorinius ir praktinius emigracijos vertinimo aspektus, pateikiamos darbo išvados ir siūlymai.

Darbą sudaro 4 dalys: įvadas, emigracinių nuostatų tyrimo svarba kuriant efektyvią emigracijos valdymo strategiją, teoriniai migracijos aspektai, Lietuvos absolventų ir abiturientų emigracinių nuostatų tyrimas, socialinio marketingo strategijos modelis taikytinas absolventų ir abiturientų emigracinių nuostatų problemai spręsti, išvados ir pasiūlymai, literatūros sąrašas.

Darbo apimtis – 114 p. teksto be priedų, 48 iliustr., 30 lent., 52 bibliografiniai šaltiniai.

Atskirai pridedami 3 darbo priedai.

### **Prasminiai žodžiai**

abiturientai, absolventai, akademinis jaunimas, emigracija, emigracinės nuostatos, gyventojų grupės, migracija, socialinis marketingas.

Vilnius Gediminas Technical University

Faculty of Business Management

Department of Social Economics and Business Management

ISBN ISSN

Copes. No. ..2.....

Date .....-.....-.....

Master Degree Studies **Business Management** study programme Master's Thesis

Title **Research of Lithuanian graduates emigratory attitudes: social marketing approach**

Author **Eglė Gailienė**

Academic supervisor **Dr Inga Blažienė**

**Thesis language:** Lithuanian

### **Annotation**

The thesis examines the problem of Lithuanian graduates emigratory attitudes, highlights the necessity of researches and targets, the scholastic experience in this area. The main theoretical aspects of migration have been analyzed as follows: types of migration, categories, theories and models. Causes and outcomes of emigration have been reviewed. The thesis analysis the problem of people emigratory attitudes in the systematic way; provides the interpretation of relations of system elements. The problem of emigratory attitudes has been analyzed through the prism of social marketing theory with purpose to create the strategic model applicable for solving the problem of Lithuanian graduates emigratory attitudes.

In order to find out the main factors that motivate the emigratory attitudes of Lithuanian graduates the empirical research as been performed using the questionnaire method. The respondents were graduates of Joniškis M. Slančiauskas Gymnasia and Vilnius Gediminas Technical University, Faculty of Business Management. Pearson chi-square criterion has been used to identify the relations between factors analyzed.

When main factors that have impact on emigratory attitudes were found, the strategic model of social marketing applicable for solving the problem of Lithuanian graduates emigratory attitudes.

After analyzing the theoretical and practical aspects of emigration evaluation, the theses conclusions and suggestions have been provided.

The thesis contains 4 parts as following: introduction, the importance of emigratory attitudes research in formulation of the effective strategy of emigration control, theoretical aspects of migration, research of Lithuanian graduates emigratory attitudes, strategic model of social marketing applicable for solving the problem of Lithuanian graduates emigratory attitudes, conclusions and suggestions, references.

The thesis scope: 114 pages of text without appendixes, 48 figure, 30 table, 52 bibliographical entries.

3 appendixes are attached separately.

### **Keywords**

emigration, emigratory attitudes, social marketing, social groups, graduates, academic youth.

## TURINYS

|                                                                                                                                                             |    |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| IVADAS .....                                                                                                                                                | 10 |
| 1. EMIGRACINIŲ NUOSTATŲ TYRIMO SVARBA KURIANT EFEKTYVIĄ EMIGRACIJOS VALDYMO STRATEGIJĄ .....                                                                | 13 |
| 1.1. Problemos mastas .....                                                                                                                                 | 13 |
| 1.2. Lietuvoje atliekamų tyrimų specifika .....                                                                                                             | 13 |
| 1.3. Emigracinių nuostatų tyrimų prioritetai .....                                                                                                          | 16 |
| 2. TEORINIAI MIGRACIJOS ASPEKTAI .....                                                                                                                      | 17 |
| 2.1. Pagrindinės migracijos sąvokos ir apibrėžimai .....                                                                                                    | 17 |
| 2.1.1. Migracijos rūšys .....                                                                                                                               | 14 |
| 2.1.2. Migrantų kategorijos .....                                                                                                                           | 17 |
| 2.1.3. Migracijos teorijos ir modeliai .....                                                                                                                | 20 |
| 2.2. Emigracijos samprata, priežastys ir pasekmės .....                                                                                                     | 25 |
| 2.3. Gyventojų emigracinių nuostatų problemos kaip sistemos interpretacija .....                                                                            | 27 |
| 2.3.1. Sistemos ir sisteminis požiūris .....                                                                                                                | 27 |
| 2.3.2. Gyventojų emigracinių nuostatų sisteminė interpretacija .....                                                                                        | 28 |
| 2.3.3. Sistemos elementų charakteristika .....                                                                                                              | 31 |
| 2.4. Socialinio marketingo teorijos taikymas sprendžiant emigracijos problemą Lietuvoje .....                                                               | 36 |
| 2.4.1 Socialinio marketingo teoriniai aspektai .....                                                                                                        | 36 |
| 2.4.1.1. Sąvokos ir apibrėžimai .....                                                                                                                       | 36 |
| 2.4.1.2. Pagrindiniai principai ir strategijos .....                                                                                                        | 39 |
| 3. LIETUVOS ABSOLVENTŲ IR ABITURIENTŲ EMIGRACINIŲ NUOSTATŲ TYRIMAS ..                                                                                       | 51 |
| 3.1. Bendra emigracijos būklė Lietuvoje .....                                                                                                               | 51 |
| 3.1.1. Emigracijos būklės Lietuvoje analizė .....                                                                                                           | 51 |
| 3.1.2. Darbo rinkos Lietuvoje analizė .....                                                                                                                 | 56 |
| 3.1.3. Akademinio jaunimo emigracijos situacija Lietuvoje ir jos grėsmės .....                                                                              | 60 |
| 3.2. Atlikto tyrimo aprašymas .....                                                                                                                         | 61 |
| 3.3. Tyrimo rezultatai .....                                                                                                                                | 62 |
| 3.4. Absolventų ir abiturientų emigracinių nuostatų priklausomybės nuo įvairių veiksnių tyrimas pagal Pirsono $\chi^2$ (Pearson chi-square) kriterijų ..... | 83 |
| 3.4.1. Respondentų planų baigus studijas priklausomybės nuo kitų veiksnių tyrimas .....                                                                     | 83 |
| 3.4.2. Respondentų perspektyvų Lietuvos darbo rinkoje vertinimo priklausomybės nuo kitų veiksnių tyrimas .....                                              | 88 |

|                                                                                                                                        |     |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| 3.4.3. Respondentų išvykimo į užsienį priežasčių priklausomybės nuo kitų veiksnių tyrimas                                              | 89  |
| 3.4.4. Respondentų apsisprendimo išvykti į užsienį tvirtumo priklausomybės nuo kitų veiksnių tyrimas .....                             | 91  |
| 3.4.5. Respondentų išvykimo trukmės priklausomybės nuo kitų veiksnių tyrimas .....                                                     | 93  |
| 3.4.6. Kiekybinio absolventų ir abiturientų migracinių nuostatų tyrimo apibendrinimas.....                                             | 95  |
| 4. SOCIALINIO MARKETINGO STRATEGIJOS MODELIS TAIKYTINAS LIETUVOS ABSOLVENTŲ IR ABITURIENTŲ EMIGRACINIŲ NUOSTATŲ PROBLEMAI SPREŠTI..... | 99  |
| IŠVADOS IR PASIŪLYMAI.....                                                                                                             | 104 |
| LITERATŪROS SĄRAŠAS.....                                                                                                               | 110 |
| PRIEDAI .....                                                                                                                          | 114 |
| A priedas. Joniškio M. Slančiausko gimnazijos abiturientų apklausos anketa (pavyzdys)                                                  |     |
| B priedas. VGTU Verslo vadybos absolventų apklausos anketa (pavyzdys)                                                                  |     |
| C priedas. Apklausos anketų rezultatų suvestinė                                                                                        |     |

#### Iliustracijų ir lentelių sąrašas

|                                                                                    |    |
|------------------------------------------------------------------------------------|----|
| 2.1 pav. Gyventojų grupių emigracinių nuostatų sisteminė interpretacija .....      | 29 |
| 2.2 pav. Sistemos komponentų ryšiai (socialinės grupės) .....                      | 30 |
| 2.3 pav. Sistemos komponentų ryšiai (emigracinės nuostatos).....                   | 30 |
| 2.4 pav. Socialinio marketingo strategijos kūrimo procesas pagal N. Weinreich..... | 44 |
| 2.5 pav. Socialinio marketingo planavimo procesas pagal J. Frenchą.....            | 45 |
| 2.6 pav. Socialinio marketingo strategijos procesas pagal A. R. Andreaseną .....   | 46 |
| 2.7 pav. Socialinio marketingo strategija pagal J.M. Brysoną .....                 | 48 |
| 3.1 pav. Tarptautinė emigracija.....                                               | 52 |
| 3.2 pav. Emigrantų pasiskirstymas pagal šeiminių statusą.....                      | 54 |
| 3.3 pav. Emigrantų pasiskirstymas pagal išsilavinimą .....                         | 55 |
| 3.4 pav. Emigrantų pasiskirstymas pagal kvalifikaciją.....                         | 56 |
| 3.5 pav. Nedarbo lygis Lietuvoje 2001–2007 m. ....                                 | 57 |
| 3.6 pav. Nedarbo lygio kitimas ketvirčiais .....                                   | 57 |
| 3.7 pav. Nedarbo lygio pasiskirstymas pagal lytį.....                              | 58 |
| 3.8 pav. Atskirų respondentų grupių pasiskirstymas pagal lytį.....                 | 62 |
| 3.9 pav. Respondentų pasiskirstymas pagal amžių .....                              | 63 |
| 3.10 pav. Abiturientų pasiskirstymas pagal šeimos turtinę padėtį.....              | 63 |
| 3.11 pav. Abiturientų pasiskirstymas pagal tėvų užimtumą.....                      | 64 |

|                                                                                                                                    |     |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| 3.12 pav. Abiturientų pasiskirstymas pagal tėvų pareigas.....                                                                      | 64  |
| 3.13 pav. Abiturientų pasiskirstymas pagal tėvų vidutinį mėnesinį darbo užmokestį.....                                             | 65  |
| 3.14 pav. Abiturientai.....                                                                                                        | 65  |
| 3.15 pav. Absolventai.....                                                                                                         | 65  |
| 3.16 pav. Respondentų pasiskirstymas pagal tai, ar jie turi artimų žmonių užsienyje .....                                          | 66  |
| 3.17 pav. Abiturientų pažymių vidurkių pasiskirstymas pagal lytį.....                                                              | 67  |
| 3.18 pav. Absolventų pasiskirstymas pagal tai, kur jie gyvena.....                                                                 | 67  |
| 3.19 pav. Absolventų pasiskirstymas pagal tai, ar turi pasiėmę paskolą.....                                                        | 68  |
| 3.20 (a) pav. Duomenų pasiskirstymas pagal tai, kokią paskolą yra paėmę absolventai apskritai .....                                | 68  |
| 3.20 (b) pav. Pasiskirstymas pagal tai, kokią paskolą yra paėmę bakalai ir magistrantai atskirai .....                             | 68  |
| 3.21 pav. Abiturientų pasiskirstymas pagal tai, ką ketina veikti baigę mokyklą .....                                               | 69  |
| 3.22 pav. Abiturientų pasiskirstymas pagal tai, kur ketina studijuoti .....                                                        | 70  |
| 3.23 pav. Absolventų pasiskirstymas pagal tai, kur ketina studijuoti .....                                                         | 71  |
| 3.25 pav. Abiturientų pasiskirstymas pagal tai, kas padėjo apsispręsti pasirinkti studijų kryptį.....                              | 72  |
| 3.26 pav. Abiturientų pasiskirstymas pagal tai, kaip vertina perspektyvas Lietuvos darbo rinkoje.....                              | 72  |
| 3.27 pav. Duomenų pasiskirstymas pagal absolventų užimtumą.....                                                                    | 73  |
| 3.28 (a) pav. Bakalaurų užimtumas pagal lytį.....                                                                                  | 74  |
| 3.28 (b) pav. Magistrantų užimtumas pagal lytį.....                                                                                | 74  |
| 3.29 pav. Absolventų pasiskirstymas pagal tai, ar jie gali sutaupyti iš gaunamų pajamų .....                                       | 75  |
| 3.30 pav. Absolventų pasiskirstymas pagal tai, kaip vertina gyvenimo sąlygas.....                                                  | 76  |
| 3.31 pav. Absolventų pasiskirstymas pagal tai, kaip jie vertina perspektyvas įsigyti nuosavą būstą.....                            | 76  |
| 3.32 pav. Absolventų pasiskirstymas pagal tai, ką ketina veikti baigę studijas .....                                               | 77  |
| 3.33 pav. Respondentai, ketinantys išvykti į užsienį .....                                                                         | 78  |
| 3.34 pav. Abiturientų išvykimo tikslų pasiskirstymas pagal lytį .....                                                              | 78  |
| 3.35 pav. Pasiskirstymas pagal tai, ar respondentai tvirtai apsisprendę išvykti.....                                               | 79  |
| 3.36 pav. Respondentų pasiskirstymas pagal išvykimo į užsienį trukmę.....                                                          | 80  |
| 3.37 pav. Respondentų pasiskirstymas pagal išvykimo priežastis.....                                                                | 80  |
| 3.38 pav. Respondentų pasiskirstymas pagal tai, ar jie norėtų dalyvauti Lietuvos visuomeniniame gyvenime.....                      | 81  |
| 3.39 pav. Respondentų pasiskirstymas pagal tai, kiek kalbų jie moka.....                                                           | 82  |
| 4.1 pav. Socialinio marketingo strateginis modelis, skirtas absolventų ir abiturientų emigracinių nuostatų problemai spręsti ..... | 100 |

|                                                                                                               |     |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| 2.1 lentelė. Gyventojų migracijos rūšių klasifikacija.....                                                    | 15  |
| 2.2 lentelė. Gyventojų grupių charakteristika.....                                                            | 31  |
| 2.3 lentelė. Emigracinių nuostatų charakteristika .....                                                       | 32  |
| 2.4 lentelė. Gyventojų grupių elementų ryšių charakteristika.....                                             | 33  |
| 2.5 lentelė. Emigracinių nuostatų elementų ryšių charakteristika.....                                         | 34  |
| 2.6 lentelė. Sistemos aplinkos charakteristika.....                                                           | 35  |
| 2.7 lentelė. Skirtingų autorių apibrėžimai ir sąvokos.....                                                    | 36  |
| 2.8 lentelė. Socialinio marketingo pagrindinių sąvokų palyginimas .....                                       | 38  |
| 2.9 lentelė. Socialinio marketingo strategijos etapai.....                                                    | 37  |
| 2.10 lentelė. Bendruomene paremto socialinio marketingo strategijos etapai.....                               | 38  |
| 2.11 lentelė. N. Weinreich socialinio marketingo strategijos etapai.....                                      | 39  |
| 2.12 lentelė. A. R. Andreaseno socialinio marketingo strategijos etapai .....                                 | 46  |
| 2.13 lentelė. Socialinio marketingo strategijų palyginimas.....                                               | 49  |
| 3.1 lentelė. Tarptautinė migracija.....                                                                       | 51  |
| 3.2 lentelė. Emigracija, tūkst. ....                                                                          | 52  |
| 3.3 lentelė. Emigrantai, deklaravę išvykimą, pagal būsimą gyvenamąją vietą.....                               | 52  |
| 3.4 lentelė. Emigrantai, deklaravę išvykimą, pagal lytį ir šeimines padėtis (18 metų amžiaus ir vyresni)..... | 53  |
| 3.5 lentelė. Emigrantai, nedeklaravę išvykimo, pagal išvykimo priežastį .....                                 | 54  |
| 3.6 lentelė. Emigrantai, nedeklaravę išvykimo, pagal išsilavinimą (16 metų amžiaus ir vyresni) .....          | 55  |
| 3.7 lentelė. Migrantai, nedeklaravę išvykimo, pagal kvalifikacijos lygmenį (15 metų amžiaus ir vyresni) ..... | 56  |
| 3.8 lentelė. Abiturientų planų pabaigus mokyklą priklausomybių suvestinė.....                                 | 87  |
| 3.9 lentelė. Absolventų planų baigus mokyklą priklausomybių suvestinė.....                                    | 87  |
| 3.10 lentelė. Abiturientų perspektyvų Lietuvos darbo rinkoje vertinimo priklausomybių suvestinė .....         | 88  |
| 3.11 lentelė. Absolventų perspektyvų Lietuvos darbo rinkoje vertinimo priklausomybių suvestinė .....          | 89  |
| 3.13 lentelė. Absolventų išvykimo priežasčių priklausomybių suvestinė .....                                   | 91  |
| 3.14 lentelė. Abiturientų apsisprendimo išvykti tvirtumo priklausomybių suvestinė .....                       | 92  |
| 3.15 lentelė. Absolventų apsisprendimo išvykti tvirtumo priklausomybių suvestinė .....                        | 92  |
| 3.16 lentelė. Abiturientų išvykimo trukmės priklausomybių suvestinė.....                                      | 93  |
| 3.17 lentelė. Absolventų išvykimo trukmės priklausomybių suvestinė.....                                       | 94  |
| 4.1 lentelė. Socialinio marketingo strateginio modelio sudedamosios dalys .....                               | 101 |

## IVADAS

Šiuolaikinės visuomenės raida pasižymi ypač išaugusiu gyventojų migraciniu mobilumu, kuris būdingas visoms Vidurio ir Rytų Europos šalims, tarp jų ir Lietuvai. Mūsų šalyje vykstanti politinė, socialinė ir ekonominė raida padarė esminį poveikį tarptautinės migracijos procesui.

Per 15 nepriklausomybės metų (1990–2004 m.) iš Lietuvos emigravo apie 300 tūkst. gyventojų (apie 13–14 proc. darbingo amžiaus žmonių). Lietuvai įstojus į Europos Sąjungą ir liberalizavus migracijos politiką, ne tik išaugo emigracijos mastas, bet ir ėmė keistis jos rūšys [35]. Šalia tradicinės emigracijos/imigracijos vis labiau ėmė dominuoti trumpalaikė migracija, nepilnos šeimos migracija, prasiplėtė vadinamoji nereguliari migracija tiek į Lietuvą, tiek iš jos [40]. Tokia intensyvi ir įvairialypė migracija padarė labai didelę įtaką visoms Lietuvos gyvenimo sritims. Net vertinant tik kiekybinius šio proceso aspektus, emigracija turėjo nemažos įtakos Lietuvos gyventojų skaičiaus mažėjimui, o netiesiogiai – ir kitiems demografiniams bei socialiniams ekonominiams procesams. Masinis darbo jėgos išvykimas sąlygojo, kad kai kuriuose šalies ūkio sektoriuose pradėjo trūkti darbo jėgos ir teko ieškoti tokių alternatyvių apsirūpinimo darbo jėga variantų, kaip darbuotojų importas iš kitų šalių.

Vienas labiausiai nerimą keliančių dalykų – vadinamasis protų nutekėjimas ir akademinio jaunimo emigracija. Nuo 2001 metų pastebimas nuolatinis nesusituokusių asmenų emigravimo augimas. 2007 metais jis beveik tokio pačio masto, kaip ir susituokusių. Tai rodo, kad tarp emigruojančių lietuvių vis daugiau išvyksta jaunų, neturinčių šeimų asmenų. Akademinio jaunimo emigracija kelia ypač didelę grėsmę šalies ekonominiam, inovaciniam ir konkurenciniam potencialui. Tad tyrimų migracijos srityje aktualumas nekelia abejonių. Tačiau nors ši problema itin aktuali, mokslinių tyrimų ir tyrėjų šioje srityje Lietuvoje yra neadekvačiai mažai.

Daugelis jau atliktų ar šiuo metu atliekamų tyrimų Lietuvoje skirti tirti jau išvykusių žmonių problemoms, t. y. orientuoti į emigracijos pasekmių analizę. Tačiau šiandien labai svarbu užbėgti įvykiams už akių, t. y. ištirti emigracines nuostatas žmonių, kurie dar neišvyko iš Lietuvos, kurie studijuoja čia ar turi darbą. Svarbu išsiaiškinti, kas paskatina žmones emigruoti, kodėl susiformuoja teigiamos emigracinės nuostatos. 2001 m. gruodžio mėn. buvo atliktas vienintelis tyrimas „Potencialaus laisvo darbo jėgos judėjimo į ES valstybes įvertinimas“. Jis buvo skirtas ištirti gyventojų emigracinėms nuostatoms ir išanalizuoti emigravimo priežastis, tačiau jis apėmė apskritai visus gyventojus nuo 15 iki 55 metų ir neanalizavo skirtingų gyventojų grupių. Todėl kitas svarbus veiksnys – ištirti atskirų gyventojų grupių emigracines nuostatas, išsiaiškinti jas lemiančius veiksnius ir

priežastis, o ieškant galimų emigracijos problemos sprendimo būdų, panaudoti socialinio marketingo strategiją.

Šiame darbe atliktas akademinio jaunimo, t. y. abiturientų ir paskutiniųjų metų bakalauro ir magistrantūros studentų emigracinių nuostatų tyrimas, siekiant išsiaiškinti priežastis ir motyvus, skatinančius jaunos žmones išvykti iš šalies. Ši gyventojų grupė pasirinkta neatsitiktinai – akademinis jaunimas yra ta socialinė grupė, kuriai reikia pasirinkti, ką toliau veikti gyvenime. Šio jaunimo emigracinės nuostatos kelia itin didelę grėsmę šalies kaip tautinio vieneto egzistencijai. Tokios rūšies tyrimas, apimantis net trijų pakopų absolventus, dar nebuvo atliktas Lietuvoje. Jis yra labai svarbus, nes tik atlikus išsamią emigracines nuostatas lemiančių veiksnių analizę galima kurti priemones, skatinančias jaunimą neišvykti iš Lietuvos. Taip pat pasiūlytas socialinio marketingo, kaip vienos iš galimų ir iki šiol Lietuvoje nepanaudotų priemonių emigracijos problemai spręsti, strateginis modelis.

**Tyrimo tikslas** – ištirti Lietuvos absolventų ir abiturientų emigracines nuostatas bei pasiūlyti socialinio marketingo strateginį modelį, skirtą absolventų ir abiturientų emigracinių nuostatų problemai spręsti, akcentuojant ekonominius emigracinių nuostatų aspektus.

**Tyrimo objektas** – abiturientų ir paskutiniųjų metų bakalauro ir magistrantūros studijų studentų emigracinės nuostatos.

#### **Tyrimo uždaviniai:**

1. aprašyti problemos mastą, apžvelgti Lietuvoje atliktus su emigracija susijusius tyrimus, jų specifiką, išdėstyti emigracinių nuostatų tyrimų prioritetus;
2. atlikti mokslinės literatūros šaltinių migracijos tema palyginimą, sintezę ir analizę;
3. pateikti emigracinių nuostatų problemos sisteminę interpretaciją ir apibūdinti visus sistemos elementų ryšius;
3. išanalizuoti socialinio marketingo, kaip vienos iš galimų priemonių emigracinių nuostatų problemai spręsti, teorinius aspektus;
4. įvertinti faktinę Lietuvos gyventojų migracijos būklę remiantis Statistikos departamento prie Lietuvos Respublikos Vyriausybės atliekamais tyrimais;
5. naudojant anketavimo metodiką ištirti ir nustatyti Joniškio M. Slančiausko gimnazijos abiturientų, VGTU Verslo vadybos pagrindinių studijų bakalauro bei magistrantūros baigiamųjų kursų studentų emigracines nuostatas;
6. naudojant matematinius statistinius tyrimo metodus išanalizuoti studentų emigracinių nuostatų priklausomybę nuo konkrečių veiksnių;
7. sudaryti socialinio marketingo strategijos modelį, skirtą Lietuvos absolventų ir abiturientų emigracinių nuostatų problemai spręsti.

8. pateikti išvadas ir pasiūlymus situacijai tobulinti.

**Tyrimo struktūra.** Pirmoje darbo dalyje aprašoma problematika, pateikiama Lietuvoje jau atliktų emigracijos tyrimų apžvalga, išdėstomi emigracinių nuostatų tyrimų prioritetai.

Antroje dalyje analizuojami mokslinės literatūros šaltiniai: apibrėžiama migracijos sąvoka, jos rūšys, migrantų kategorijos, migracijos teorijos ir modeliai. Akcentuojamos ekonominės socialinės migracijos priežastys ir pasekmės. Atliekama emigracinių nuostatų sisteminė interpretacija. Tai pat analizuojami socialinio marketingo, kaip vienos iš galimų priemonių emigracijos problemai spręsti, teoriniai aspektai.

Trečioje darbo dalyje aptariama emigracijos situacija Lietuvoje. Atskiras dėmesys skiriamas akademinio jaunimo emigracijos problemai, jos situacijai Lietuvoje aptarti. Toliau analizuojamos Joniškio M. Slančiausko gimnazijos abiturientų, VGTU Verslo vadybos fakulteto bakalauro ir magistrantūros baigiamųjų kursų studentų emigracinės nuostatos, pasitelkiant anketavimo metodą. Šioje dalyje pateikiamas atliktų tyrimų aprašymas, tyrimo rezultatų apibendrinamoji analizė. Naudojant vieną iš populiariausių statistinių metodų – Pirsono  $\chi^2$  kriterijų – tiriamos studentų emigracinių nuostatų priklausomybės nuo tam tikrų veiksnių. Atlikus visus skaičiavimus, rezultatai yra apibendrinami, išrenkami labiausiai respondentų emigracines nuostatas lemiantys veiksniai.

Ketvirtoje dalyje, remiantis teoriniais bei praktiniais aspektais, sudaromas socialinio marketingo strategijos modelis, skirtas Lietuvos absolventų ir abiturientų emigracinių nuostatų problemai spręsti.

Darbo pabaigoje pateikiamos bendrosios darbo išvados ir pasiūlymai, akcentuojamas praktinis rezultatas. Pateikiami siūlymai tolesniam tyrimui.

# **1. EMIGRACINIŲ NUOSTATŲ TYRIMO SVARBA KURIANT EFEKTYVIĄ EMIGRACIJOS VALDYMO STRATEGIJĄ**

## **1.1. Problemos mastas**

Atkūrus Lietuvos nepriklausomybę atsivėrusios sienos ir galimybės išvykti į užsienį suteikė didelį impulsą lietuvių tautos emigracijai. Emigracijos mastai dar labiau padidėjo Lietuvai įstojus į Europos Sąjungą ir atsivėrus galimybėms legaliai įsidarbinti kai kuriose senosiose ES valstybėse narėse. Didėjant mastams, ėmė kisti ir pati emigracija. Ji tapo įvairialypė – ėgavo įvairias formas. Šalia tradicinės emigracijos/imigracijos vis labiau ėmė dominuoti trumpalaikė migracija, nepilnos šeimos migracija, prasipletė vadinamoji nereguliarioji migracija tiek į Lietuvą, tiek iš jos. Tokia intensyvi ir įvairialypė migracija padarė labai didelę įtaką visoms Lietuvos gyvenimo sritims. Net vertinant tik kiekybinius šio proceso aspektus, emigracija turėjo nemažos įtakos Lietuvos gyventojų skaičiaus mažėjimui, o netiesiogiai – ir kitiems demografiniams bei socialiniams ekonominiais procesams. Masinis darbo jėgos išvykimas sąlygojo, kad kai kuriuose šalies ūkio sektoriuose pradėjo trūkti darbo jėgos ir teko ieškoti alternatyvių apsirūpinimo darbo jėga variantų, tokių kaip darbuotojų importas iš kitų šalių [24].

Vienas labiausiai nerimą keliančių dalykų – vadinamasis protų nutekėjimas ir akademinio jaunimo emigracija, kuri ėmė kelti didelę grėsmę šalies ekonominiams, inovaciniams ir konkurenciniams potencialui. Tad tyrimų migracijos srityje aktualumas nekelia abejonių. Tačiau nors ši problema itin aktuali, mokslinių tyrimų ir tyrėjų šioje srityje Lietuvoje yra neadekvačiai mažai.

## **1.2. Lietuvoje atliekamų tyrimų specifika**

Lietuvoje kol kas nėra atlikta pakankamai tyrimų, skirtų nustatyti migracinėms nuostatoms ir įvertinti emigracijos potencialui. Trūksta ir specializuotų tyrimų, skirtų nagrinėti specifinėms, su emigracija susijusioms, problemoms. Jau atliktų tyrimų rezultatai dėl skirtingų tyrimų metodikų taikymo neretai skiriasi, todėl bandymai juos palyginti yra problemiški [28]. Adekvačios su emigracija susijusios informacijos trūkumas neleidžia atlikti ir priežastinės analizės, būtinos emigracijos procesams modeliuoti ir prognozuoti.

Statistikos departamentas prie Lietuvos Respublikos Vyriausybės 2005 metais yra atlikęs specializuotą statistinį tyrimą „Lietuvos gyventojų tarptautinė migracija“ [43].

Daugiau atlikta specializuotų sociologinių tyrimų nei statistinių:

1. 2005 m. balandžio 7–10 d. „Vilmorus“ atlikta reprezentatyvi gyventojų apklausa „Ketinimai vykti į užsienį“.
2. 2005 m. liepos 7–10 d. E. Krukauskienės atliktas Pasaulio lietuvių bendruomenės ekspertinis kokybinis tyrimas per Pasaulio lietuvių bendruomenės kraštų valdybų pirmininkų ir pasaulio lietuvių jaunimo pirmininkų arba jų atstovų kvieštų delegatų suvažiavimą Vilniuje.
3. 2005 m. rugpjūčio 29 d. atlikta internetinė apklausa „Klausimas Airijos lietuviams“.
4. 2005 m. rugpjūčio mėn. Viešosios politikos ir vadybos institutas atliko tyrimą „Ekonominių migrantų skatinimo grįžti į tėvynę priemonių tyrimas“.
5. 2005 m. rugsėjo – lapkričio mėn. Mykolo Riomerio universiteto Socialinės politikos katedra atliko migracijos patirtį turinčių asmenų kokybinį sociologinį tyrimą „Darbo migracijos poveikis Lietuvos visuomenei“.
6. 2005 m. spalio mėn. doc. dr. A. Mockaičio, dr. L. Šalčiuvienės ir E. Vaiginienės atlikta apklausa per Lietuvos jaunųjų mokslininkų sąjungos elektroninę konferenciją ir vadybos krypties doktorantams skirtą forumą.
7. 2006 m. Kauno technologijos universitetas atliko internetinę apklausą „Protų nutekėjimas iš Lietuvos: priežastys, procesai ir neemigracinės nuostatos“.
8. 2006 m. gegužės 25 d. Finansų analitikų asociacija, UAB „Keras, Savickas ir partneriai“ atliko internetinę apklausą „Kokie faktoriai lemtų žmonių apsisprendimą grįžti dirbti į Lietuvą“.
9. Šiuo metu vykdomas darbo jėgos migracijos ir protų nutekėjimo sociologinis tyrimas, taikant „sniego gniūžtės“ metodą per tam tikslui specialiai sukurta internetinę svetainę ([www.djmigracija.lt](http://www.djmigracija.lt)) ir taikant originalų klausimyną.
10. Lygių galimybių ir sanglaudos ekonomikos institutas šiuo metu vykdo mokslinį tyrimą „Emigracija iš Lietuvos: lyčių lygybės aspektas“.

Taip pat reikia paminėti, kad 2005 metais pagal Tarptautinės migracijos organizacijos (TMO) ir kitų organizacijų koordinuojamus bei remiamus projektus atlikti prekybos žmonėmis iš Lietuvos įvairiapusiai tyrimai, naudojant tiek kiekybinius, tiek kokybinius sociologinius metodus, ekspertų apklausas. O nuo 2003 metų dalyvaujant Ekonominio bendradarbiavimo ir plėtros organizacijos Tęstinio tarptautinės migracijos stebėsenos (SOPEMI) projekto darbe, nuolat atliekamos migracijos procesų ir migracijos politikos Baltijos šalyse stebėsenos ir analizės [36]. Atlikti tyrimai leidžia ne tik įvertinti tarptautinės migracijos Lietuvoje

priežastis, pasekmės, įtaką kitiems demografiniams, socialiniams bei ekonominiams procesams, bet ir formuoti migracijos politikos strategines gaires.

Dėl pirmiau išvardytų statistinių demografinių ar kiekybinių tyrimų naudos šiandien kai kurie mokslininkai linkę abejoti. Gyventojų migracija, ypač šiuolaikinėje visuomenėje, yra labai dinamiškas daugialypis procesas, todėl, norint vertinti migracijos raidą, jos gilumines priežastis, tradicinių sociologinių, statistinių ar demografinių metodų, kaip ir tiriant kai kuriuos kitus socialinius procesus, nebepakanka [13].

Nuo 1990 m., kuriuos galima laikyti naujos socialinių mokslų krypties Lietuvoje – tarptautinės gyventojų migracijos tyrimų pradžios metais, migracijos tyrimuose buvo taikomi tik statistiniai demografiniai ar kiekybiniai sociologiniai metodai. Tačiau naujomis sąlygomis jie pasirodė kiek vienusiški, nes nesuteikė galimybės tirti tokių migracijos tipų kaip nelegali migracija, grįžtamoji migracija, švytuoklinė migracija ir pan., nors jų įtaka kitiems socialiniams ir ekonominiams procesams dažnai net didesnė nei nuolatinės migracijos. Tad tiriant gyventojų migraciją praėjusio dešimtmečio viduryje pirmą kartą Rytų ir Vidurio Europoje (Lietuvoje, Lenkijoje ir Ukrainoje) buvo suderinti kiekybiniai ir kokybiniai metodai ir panaudotas vadinamasis etnotyrimas (*ethnosurvey*), adaptuotas Lietuvos sąlygoms, t. y. buvo sujungta įvairaus lygio duomenų rinkimo technika, tame pačiame tyrime naudojant etnografinius, sociologinius ir statistinius metodus, siekiant, kad kiekybiniai ir kokybiniai metodai vienas kitą papildytų ir papildytų būtent ten, kur yra kito metodo silpniausios vietos. Etnotyrimas – tai būdas suprasti socialinius reiškinius, kurie slepiasi po apibendrinta statistika [30].

Lietuvoje kiekybiniais metodais buvo tiriamos gyventojų/namų ūkių migracinės nuostatos, patirtis, pasekmės (masiniai procesai, dažnai faktologija), o etnografinis antropologinis metodas ir specialiai išskirtų atvejų kokybiniai tyrimai suteikė galimybę pažvelgti į giluminius ryšius, biografijas, migracijos strategijų ir modelių pokyčius [39].

Atliekant protų nutekėjimo tyrimus, buvo derinami archyvinių duomenų rinkimas, realios ir potencialios mokslininkų migracijos sociologiniai tyrimai, ekspertų apklausos, kt. Tik derinant įvairius tyrimo ir duomenų rinkimo metodus buvo galima gauti patikimus rezultatus.

Tiriant nelegalią migraciją, buvo derinami kiekybiniai ir kokybiniai (šiuo atveju ir biografiniai) tyrimo metodai. Tai leido ne tik nustatyti tokios migracijos priežastis, maršrutus ir būdus, bet ir nelegalių migrantų, sulaikytų Lietuvoje, tipologiją [49], priklausomai nuo to, kokia pagalba jie naudojami kelyje ir tikslo šalyse.

Migracijos tema parašyta nemažai mokslinių darbų, disertacijų, projektų. Keletą naujausių darbų paminėsime: Audra Sipavičienė „Tarptautinė gyventojų migracija Lietuvoje: modelio kaita ir situacijos analizė“; „Emigracijos iššūkiai ir migracijos politikos uždaviniai“; Mantas Adomėnas „Lietuvių emigracija: priežastys, tendencijos, pasekmės“; Romas Lazutka „Ar socialinis teisingumas Lietuvai per brangus?“; Rimas Cuplinskas „Visur gerai, o Lietuvoj geriausia? Protų ir talentų nutekėjimo krizė kaip

šansas“; Boguslavas Gruževskis „Lietuvos darbo migracijos iššūkiai“; Aušra Kazlauskienė „Protų nutekėjimas“ iš Lietuvos: priežastys, procesai ir reemigracinės nuostatos“; Antanas Petrauskas „Valstybės institucijų bendradarbiavimo gairės su naujosios bangos išeivijos bendruomenėmis“; Egidijus Barcevičius „Kas paskatintų sugrįžti naujuosius emigrantus iš Lietuvos?“; [3] Dalia Henke „Lietuvos akademinis jaunimas užsienyje: Lietuvos turtas ar problema?“, Tarptautinė Migracijos Organizacija. „Prekybos žmonėmis pavojai ir prevencinė veikla mokykloje“; Pilietinės visuomenės institutas „Lietuvių emigracija: problema ir galimi sprendimo būdai“.

### **1.3. Emigracinių nuostatų tyrimų prioritetai**

Pagrindinė problema, su kuria susiduriame šiandien, yra tai, kad visi jau minėti tyrimai yra orientuoti į emigracijos pasekmių analizę. O siekiant užkirsti kelią emigracijai reikia ištirti ir išsiaiškinti priežastis, o ne pasekmes. Todėl būtina tirti emigracines nuostatas gyventojų, kurie dar neišvyko iš šalies, bet artimiausiu metu turi apsispręsti likti šalyje ar išvykti. Svarbu išsiaiškinti, kas paskatina žmones emigruoti, kodėl susiformuoja teigiamos emigracinės nuostatos, kokie veiksniai galėtų pakeisti žmonių apsisprendimą išvykti iš šalies. Tik ištyrus emigracijos priežastis, bus galima parinkti efektyvias priemones šiai problemai spręsti.

2001 metais buvo atliktas panašaus pobūdžio tyrimas „Potencialaus laisvo darbo jėgos judėjimo į ES valstybes įvertinimas“, kuris buvo skirtas ištirti gyventojų emigracinėms nuostatomis ir išanalizuoti emigravimo priežastis, tačiau šis tyrimas apėmė apskritai visus gyventojus nuo 15 iki 55 metų ir neanalizavo skirtingų gyventojų grupių. Skirtingo amžiaus, socialinio statuso ir kt. gyventojų grupių emigracinės nuostatos skiriasi, todėl analizuojantis apskritai visų gyventojų emigracines nuostatas tyrimas gali neduoti efektyvių rezultatų. Reikalinga ištirti visas gyventojų socialines grupes atskirai.

Viena svarbiausių mūsų šalies ateičiai socialinių grupių yra jaunimas. Jaunimas kuria šalies ateities ekonomiką, o kartu ir visų šalies gyventojų socialinę gerovę. Valstybės kaip vieneto egzistencija priklauso nuo to, kiek žmonių jaučiasi esą lietuviai. Tai vienintelis tikrai reikšmingas veiksnys, nusakantis, kiek tauta turi piliečių. Tad, jei valstybė sukurs pagrindą jaunimui suabejoti lietuviškumu, tai šalis pati save sunaikins. Todėl jaunimo emigracija yra ypač aktuali Lietuvai problema ir ją spręsti reikia pirmiausia.

Jaunimo emigracinių nuostatų tyrimas padės išsiaiškinti pagrindines priežastis, kodėl mūsų šalies akademinis jaunimas – tik baigę aukštąsias mokyklas žmonės – nori išvykti iš šalies, kokie vidiniai ir išoriniai veiksniai lemia jų teigiamas emigracines nuostatas.

Emigracinių nuostatų problemos sprendimas prasideda nuo suvokimo, kodėl jaunimas emigruoja, kas skatina tokį elgesį. Analizuodami šiuos klausimus neišvengiamai išvelgiame ryšį su socialinio marketingo tyrimo objektu. Prisiminkime, kad socialinio marketingo tikslas – pakeisti tikslinės auditorijos elgseną ir įtikinti žmones tam tikra nauda. Taigi, galbūt socialinis marketingas ir yra ta priemonė, galinti pakeisti žmonių emigracines nuostatas? Vadinasi atlikus išsamų emigracinių nuostatų tyrimą ir išanalizavus socialinio marketingo taikymo galimybes bus galima sukurti strateginį modelį, leisiantį efektyviai įgyvendinti programas, kurios užkirstų kelią tokiai masiškai emigracijai, kokia yra dabar.

## **2. TEORINIAI MIGRACIJOS ASPEKTAI**

### **2.1. Pagrindinės migracijos sąvokos ir apibrėžimai**

Migracijos sąvoka apima bet kokių žmonių judėjimą – vienoje valstybėje ar kertant jų sienas; ilgam ar trumpam laikotarpiui; savanorišką arba priverstinę; ieškant kitos darbo vietos; legalią ir nelegalią; migraciją siekiant pakeisti politinę, socialinę, ekonominę, kultūrinę ar kitokią aplinką [38]. Taigi migracija klasifikuojama pagal judėjimo priežastis, laiką, vietą, teisinį statusą ir pan.

„Tarptautinių žodžių žodyne“ žodis „migracija“ (lot. *migratio* – kėlimasis, kraustymasis) apibūdinamas kaip gyventojų kėlimasis iš vienos vietos į kitą.

Dabartinėje mokslinėje literatūroje terminas „gyventojų migracija“ neturi tikslaus apibrėžimo. Bendrąja prasme gyventojų migracija – tai žmonių judėjimas iš vienos gyvenamosios vietos į kitą. Plačiąja prasme migracija apima įvairias gyventojų persikėlimo formas:

- išvykimas iš vieno žemyno į kitą;
- kasdieninės kaimo ar mažesnio miesto gyventojų kelionės į kitas gyvenvietes [22].

Mokslinės literatūros šaltiniuose minima dar keletas migracijos sąvokos apibrėžimų.

Žmonių migracija – bet koks žmonių arba žmonių grupių judėjimas iš vienos vietovės į kitą, dažniausiai tolimą atstumą [52].

Kai kurie autoriai migracijos sąvoką vertina kaip pasikartojančias keliones su aiškiai išreikšta socioekonominė pozicija [27].

Autoriai J. Saltas, J. Clarke’as ir Ph. Wanneris teigia, kad apibrėžti migracijos sąvoką labai sunku. Nėra vieno migraciją paaiškinančio apibrėžimo. Nors dauguma apibrėžimų teigia, kad migracija yra

išvykimas iš namų, tačiau dažnai skiriasi „namų“ sąvoka. Pavyzdžiui, ar šeimos išvykimą į komandiruotę, dirbti sezoninių darbų ar tiesiog studijuoti galima laikyti „išvykimu iš namų“?

Apibendrinant, galima pasakyti, kad gyventojams migracija yra galimybė pagerinti savo gyvenimo sąlygas keičiant gyvenamąją ir darbo vietą, valstybėms – imigrantai naujos darbo jėgos šaltinis, emigracija sprendžia ir kuria įvairias ekonomines, socialines ar demografines problemas.

### 2.1.1. Migracijos rūšys

Migracijos skirstomos į kelias grupes pagal šiuos kriterijus:

- **Kryptį.** Migracija gali būti vidinė ir išorinė arba dar kitaip vadinama tarptautinė migracija.
  - ✓ Vidinė migracija – tai gyventojų persikėlimas, iš vieno rajono ar miesto į kitą vienoje valstybėje. Vidinės migracijos tikslai:
    - stabdyti labai intensyvią migraciją iš kaimų į miestus;
    - nukreipti migracijos srautus nuo stambiųjų miestų;
    - užtikrinti vienodesnę įvairių teritorijų ekonominę – socialinę išsivystymą.
  - ✓ Išorinė migracija – gyventojų persikėlimas iš vienos valstybės ar žemyno į kitą. Išorinė migracija, priešingai nei vidinė, veikia bendrąjį gyventojų skaičių. Jei daugiau gyventojų iš šalies išvyksta nei atvyksta, šalies gyventojų gali mažėti, o jei daugiau atvyksta nei išvyksta – gausėti, tačiau čia įtakos turi žmonių gimstamumas šalyje. Išorinės (tarptautinės) migracijos tikslai:
    - išsaugoti ūkio vystimosi pusiausvyrą;
    - užtikrinti socialinę saugumą;
    - užtikrinti darbo rinkos subalansavimą;
    - nepažeisti etnokultūrinių interesų.
- **Išvykimą ar atvykimą.** Išvykimas iš šalies vadinamas emigracija, o sugrįžimas anksčiau išvykusių – reemigracija. Imigracija – tai atvykimas gyventi iš kitos šalies. Gyventojų persikėlimui apibrėžti vartojamas terminas „repatriacija“. Tai prievarta perkeltų karo ir civilių belaisvių, pabėgėlių sugrįžimas į tėvynę.
- **Trukmę.**
  - ✓ Nuolatinė migracija (kai kuriuose šaltiniuose naudojamas terminas ilgalaikė migracija) – tai, kai žmogus išvyksta visam laikui iš šalies ir daugiau į ją gyventi nesugrįžta.

- ✓ Laikinoji migracija – kai išvykęs žmogus iš šalies po kurio laiko sugrįžta. Laikinos migracijos trukmė yra neapibrėžta, kadangi ji gali trukti nuo kelių dienų iki kelerių metų.
- ✓ Sezoninė migracija – tai tokia migracija, kai žmonės išvyksta kuriam nors sezonui, pvz., žemės ūkio ar kitiems darbams.
- ✓ Kasdienė migracija trunka trumpiausią laiko tarpą (mažiau kaip parą). Tai žmonių vykimasis kasdien iš vienos vietos į kitą.

• **Formą.**

- ✓ Savanoriška migracija yra tada, kai žmogus vyksta ieškoti geresnių gyvenimo sąlygų į kitą šalį.
- ✓ Priverstinė migracija susijusi su prievartos naudojimu. Žmonės dažniausiai neturi kito pasirinkimo ir tiesiog privalo išvykti pvz.,: dėl karo, stichinių nelaimių, ekonominių, religinių, socialinių priežasčių.

Kad būtų lengviau suprasti, kaip migracijos rūšys skirstomos pagal tam tikrus požymius, apibendrintus duomenis pateikiame 2.1 lentelėje.

2.1 lentelė. Gyventojų migracijos rūšių klasifikacija

| Pagal kryptį                 | Pagal atvykimą ar išvykimą                            | Pagal trukmę                                          | Pagal formą                                      |
|------------------------------|-------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------|--------------------------------------------------|
| Vidinė (šalies viduje)       | Emigracija (išvykimas gyventi į kitą šalį)            | Nuolatinė (migrantų pasilikimas gyventi nuolat)       | Savanoriška (persikėlimui nevartojama prievarta) |
| Išorinė (tarp įvairių šalių) | Imigracija (atvykimas gyventi iš kitos šalies)        | Laikina (keliems ar keliolikai metų)                  | Priverstinė (kai panaudojama prievarta)          |
|                              | Reemigracija (sugrįžimas anksčiau išvykusių)          | Sezoninė (keliems mėnesiams ar savaitėms)             |                                                  |
|                              | Repatriacija (prievarta perkeltų sugrįžimas į tėvynę) | Kasdienė (nuolatinis vykimas iš vienos vietos į kitą) |                                                  |

Šaltinis: sudaryta autoriaus

Šiame darbe daugiausia dėmesio skirsime tarptautinei migracijai, kadangi šio tyrimo tikslas susijęs su būtent tarptautine migracija, t. y. išanalizuoti gyventojų emigracines nuostatas ir jas lemiančius veiksnius, išsiaiškinti priežastis, kodėl žmonės išvyksta iš šalies.

Tarptautinė migracija turi skirtingas formas. R. Kripaitis skiria šiuos pagrindinius klasifikacijos požymius:

- pagal migracijos kryptis;

- teritorinį principą;
- migracijos trukmę;
- migracijos teisėtumą.

Pagal migracijos kryptis yra skiriami šie pagrindiniai tipai:

- migracija iš besivystančių ir buvusio socialinio bloko šalių į išsivysčiusias pramonines šalis;
- migracija tarp pačių išsivysčiusių pramoninių šalių;
- migracija tarp pačių besivystančių šalių;
- aukštos kvalifikacijos darbuotojų migravimas iš pramoninių šalių į besivystančias šalis;
- darbo jėgos migracija iš besivystančių šalių į buvusio socialinio lagerio šalis.

Teritoriniu principu darbo jėgos migracija būna:

- tarpžemyninė;
- žemynų viduje.

Pagal migracijos trukmę darbo jėgos migracija būna:

- negrįžtama;
- laikina;
- sezoninė.

Pagal migracijos teisėtumą darbo jėgos migracija būna:

- legali;
- nelegali [22].

G. Kasnauskienė pateikia tradicinį tarptautinės migracijos klasifikavimo modelį.

- **Priverstinė migracija** – kai sprendimą migruoti priima kiti asmenys, neatsižvelgdami į to asmens norus arba dėl išorinių priežasčių (tokių kaip gamtos stichijos) veikimo.
- **Darbo jėgos migracija** – ji yra ekonominės prigimties: žmonės persikelia gyventi į kitas šalis, dažnai ir į kitus žemynus, visų pirma siekdami padidinti savo ekonomines galimybes ir pagerinti gyvenimo sąlygas. Migruodami jie perkelia savo žinias ir įgūdžius, padeda plėtoti savo naujųjų šalių ekonomiką.
- **Šeimų migracija** – ji yra sudedamoji socialinė darbo jėgos, taip pat ir priverstinės migracijos dalis, nes migrantų šeimų nariai atvyksta pas imigrantus į jų naująsias šalis [10].

D. Ellermanas pagal istorinį susiklostimą tarptautinę migraciją klasifikuoja į dvi rūšis:

- **Migracija iš šiaurės į šiaurę.** Susiklostė, kai iš perpildytos žmonių Europos žmonės kėlėsi į Šiaurės Ameriką. Esant tokiai migracijai, migrantus išleidžiančioji šalis yra palyginti labiau išsivysčiusi, todėl tokia migracija priimančioms šalims nelaikoma žalinga.
- **Migracija iš pietų į šiaurę.** Tokia migracija – tai migracija iš palyginti mažiau išsivysčiusios šalies (pietų) į labiau išsivysčiusias šalis (šiaurę). Ekonominis skirtumas tarp išleidžiančiosios ir priimančiosios šalies yra lemiamas migracijos iš pietų į šiaurę veiksnys [14].

Tarptautinė migracija dar gali būti skirstoma į:

- emigraciją;
- imigraciją.

**Emigracija** – žmonių persikėlimas iš tėvynės į kitas šalis nuolatiniam gyvenimui. Emigrantas – išeivis, asmuo, persikėlęs gyventi į kitą šalį. Dažnos emigracijos priežastys – politinės ar ekonominės, tačiau taip pat emigruojama ištekėjus/vedus kitoje šalyje ar sulaukus senesnio amžiaus persikraustoma į šiltesnius kraštus. Emigrantai – išvykstantys iš Lietuvos ir ketinantys apsigyventi kitose šalyse nuolat ar ilgesniam negu 6 mėnesių laikotarpiui [52].

**Imigracija** – kitataučių atvykimas į mūsų šalį nuolatiniam gyvenimui. Kartais imigrantais laikomi sezoninio darbo atvykstantys kitų tautybių žmonės.

Imigracija – tai gyventojų atvykimas į Lietuvą ir apsigyvenimas joje ilgesniam nei pusę metų laikotarpiui. Imigrantai – atvykstantys iš kitos šalies ir ketinantys apsigyventi Lietuvoje nuolat ar ilgesniam negu 6 mėnesių laikotarpiui (įskaitant užsieniečius su laikiniais leidimais 1 metams ar ilgesniam laikotarpiui) [52].

Pastaruoju metu smarkiai pakito tarptautinės migracijos tipai. Atsirado naujo pobūdžio, vadinamoji nereguliari migracija – trumpalaikės išvykos į užsienį prekybos, įsidarbinimo tikslais, nelegali migracija ir t. t. Šios naujos migracijos formos įgauna vis platesnį mastą ir svarbą, tačiau Lietuvoje apie šios rūšies migraciją statistiniai tyrimai nėra atliekami.

### 2.1.2. Migrantų kategorijos

G. Kasnauskienė skiria šias migrantų kategorijas:

- 1 **Laikinieji darbo migrantai** – vyrai ir moterys, migruojantys tam tikram laikotarpiui, kuris trunka nuo kelių mėnesių, siekiant įsidarbinti ir siųsti namo pinigines perlaidas.

- 2 **Aukštos kvalifikacijos ir verslo migrantai** – vadovai, aukštos kvalifikacijos vadybininkai, profesionalai, techniniai darbuotojai ir kiti panašūs specialistai, kurie juda daugianacionalinių korporacijų ir tarptautinių organizacijų vidaus darbo jėgos rinkoje arba siekia susirasti darbo tarptautinėse darbo jėgos rinkose. Šios rūšies migrantai yra pageidaujami daugelyje pasaulio šalių.
- 3 **Nelegalūs migrantai** – žmonės, kurie atvyksta į šalį dažniausiai ieškodami darbo be būtinų dokumentų ir leidimų. Nelegalūs migrantai sudaro nemažą darbo migrantų dalį. Kai kurios imigracinės šalys gana palankiai nusiteikusios nelegalių migrantų atžvilgiu, nes pastarieji leidžia geriau išdėstyti darbo jėgą, atsižvelgiant į darbdavių poreikį, ir be jokių socialinių garantijų ar priemonių, ginančių migrantų teises.
- 4 **Pabėgėliai** – pagal 1951 m. Jungtinių Tautų konvenciją, asmenys, kurie gyvena už savo gimtosios šalies ribų ir negali arba nepageidauja sugrįžti dėl „pagrįstos baimės būti persekiojami dėl rasės, religijos, tautybės, priklausymo tam tikrai socialinei grupei arba dėl viešosios nuomonės“. Pabėgėlių reikalų organizacijos, o ypač Aukštoji jungtinių tautų komisija pabėgėlių reikalams spręsti (UNHCR) stengiasi aiškiai skirti pabėgėlių ir imigrantų kategorijas. Tačiau tai padaryti išties sunku, nes abiem šioms kategorijoms būdinga daug bendrų bruožų, tokie patys socialiniai ir kultūriniai poreikiai.
- 5 **Prieglobsčio prašytojai** – žmonės, kurie kerta valstybės sieną ieškodami prieglobsčio, tačiau atitinka ne visus 1951 m. Jungtinių Tautų konvencijos kriterijus. Daugelyje situacijų mažiau išsivysčiusiose šalyse sunku atskirti, ar žmogus pabėgo iš jos dėl asmeninio persekiojimo, ar dėl to, kad pažeidė tos šalies viešąją tvarką. Daugiausia prašymų suteikti politinį prieglobstį sulaukia Vokietija, JAV ir Didžioji Britanija.
- 6 **Priverstinė migracija** – į šią kategoriją įeina ne tik pabėgėliai ar prieglobsčio prašytojai, bet ir tie žmonės, kurie priversti palikti šalį dėl ekologinių katastrofų ar plėtros darbų (naujų gamyklų statybos, kelių tiesimo ir pan.).
- 7 **Šeimos narių migracija** (šeimų pakartotinio susijungimo migrantai) – šeimos narių prisijungimas prie anksčiau į imigracijos šalį atvykusių kurios nors pirmiau minėtų kategorijos žmonių. Daugelis šalių, iš jų JAV, Kanada, Australija, nemažai Europos Sąjungos valstybių, pripažįsta legalių migrantų šeimų susijungimo teisę.
- 8 **Grižtantieji migrantai** – žmonės, kurie praleidę tam tikrą laiką svetur, sugrįžta į gimtąsias šalis. Paprastai grįžtantieji migrantai yra sutinkami palankiai, nes parsiveža kapitalą, žinias ir patirtį, naudingus šalių ekonominei plėtrai.

- 9 **Repatriacija** – kartais kalbant apie gyventojų persikėlimus vartojama repatriacijos sąvoka. Tai prievarta perkeltų karo ir civilių pabėgėlių sugrįžimas į tėvynę. Tokie žmonės vadinami repatriantais [23].

### 2.1.3. Migracijos teorijos ir modeliai

Migracijos teorijos aiškina, kodėl, kur ir kaip žmonės migruoja, kokios priežastys skatina pakeisti nuolatinę gyvenimo vietą ar laikinai ieškoti kitos gyvenimo, ar darbo vietos. Migracijos teorijos skiria bendruosius veiksnius, veikiančius gyventojų migraciją: demografiniai, socialiniai – kultūriniai (migracijos „mada“, tradicijos, ne/tolerancija), politiniai (politinė santvarka, rinkimų rezultatai), ekonominiai (atlyginimų dydis, ekonomikos ne/augimas, nedarbas), psichologiniai (gebėjimas priimti asmeninius sprendimus), saugumo (dėl karinių ar kitų konfliktų, politinių ar kitų represijų), geografiniai (klimato sąlygos) ir kiti veiksniai [30].

Migracijos teorijos aiškina migracijos procesų priežastingumą, nušviečia įvairius migracijos aspektus ir pateikia skirtingas sampratas. Mokslinės literatūros šaltiniuose skiriamos kelios teorijos.

**Neoklasikinė ekonomikos teorija** migraciją aiškina per „stūmimo“ ir „traukos“ jėgų sąveiką. Pagrindiniai makroekonominiai migracijos veiksniai šioje sampratoje yra darbo užmokesčio ir darbo jėgos pasiūlos bei paklausos skirtumai tarptautinėje rinkoje, lemiantys darbo jėgos judėjimą iš žemesnio darbo užmokesčio, perpildytų darbo jėgos rinkų į aukštesnės paklausos ir aukštesnio darbo užmokesčio rinkas. Mikrolygmenyje ši teorija migracinį sprendimą aiškina kaip kaštų ir naudos santykio analizės nulemtą individualų sprendimą prisitaikyti prie ekonominių ir darbo rinkos sąlygų: migruojama tuomet, kai tokio elgesio teikiama nauda gerokai viršija kaštus. Darbo užmokesčio skirtumui ir darbo jėgos paklausia tarp šalių sumažėjus, sumažėja ir paskatos emigruoti. Individo sprendimą neemigruoti nulemia palyginti su gaunama nauda padidėję kaštai. Atsižvelgiant į migracijos motyvų kompleksiskumą, ekonominiai stūmimo ir traukos veiksniai papildomi kitais, platesniais motyvais: socialiniais, kultūriniais, geografiniais ir kitais. Tam tikro dėmesio vertos pastangos formalizuoti socialinių ir kultūrinių veiksnių įtaką kaip tam tikrą ekonominę „diskonto normą“, prilyginamą užsienyje uždirbto atlyginimo daliai, kurios migrantas sutiktų atsisakyti mainais į galimybę dirbti ir gyventi Lietuvoje [31].

**Pasaulio sistemų teorija** migraciją aiškina kaip darbo jėgos judėjimą iš periferijos į centrą, kur periferija laikomi besivystantys regionai, o centru – postindustrinės valstybės. Ekonomikos globalizacijos dėka kapitalistinė rinka įsiskverbia į mažiau išsivysčiusias šalis ir jas „percentruoja“ pakeisdama tradicinius ekonominius, politinius ir kultūrinius centrus naujais tarptautiniais centrais. Ekonomikos globalizacijos procesai, atliepdami į migracijos procesų sukuriamas reikmes ir

palengvindami žmonių judėjimą bei migracijos sąnaudas, sukuria transportavimo bei komunikacijos kanalus ir migracijai palankią politinę bei kultūrinę aplinką.

**Dvigubos rinkos teorija teigia**, kad išsivysčiusioje valstybėje postindustriniai pokyčiai segmentuoja darbo rinką į dvi dalis: pirmojoje darbas gerai apmokamas, prestižinis ir stabilus, jam atlikti reikia aukštos kvalifikacijos. Antroji darbo rinkos dalis siūlo mažai apmokamus, kvalifikacijos reikalaujančius, neprestižinius, nesaugius fiziškai sunkius darbus, nesuteikiančius socialinio mobilumo perspektyvų. Pirmąją dalį užpildo išsilavinę vietiniai gyventojai, o antroji dalis, kurios siūlomų darbų vietiniai gyventojai imtis nenori, sukuria nekvalifikuotos darbo jėgos paklausą ir darbo rinkos spragą, kurią užpildo imigrantai iš mažiau išsivysčiusių šalių [33].

Ekonominės teorijos, dar kitaip vadinamos **prakseologija**, aiškinimas siekia integruoti įvairius ekonominius migracijos aiškinimus į individualaus pasirinkimo teoriją, pasak kurios, kiekvienas sprendimas yra tiksliai pasirinktas atsakas į aplinką. Jį lemia tiek objektyvūs bendrieji veiksniai (ekonominiai, demografiniai, socialiniai ir kultūriniai, politiniai, psichologiniai, saugumo, geografiniai ir kt.), sukuriantys sprendimo parametrus ir potencialą, tiek subjektyvus individo santykis su bendraisiais veiksniais, lemiantis vienokią ar kitokią jo pasirinkimą. Valstybės intervencijos poveikumas didžiausias per ekonominius ir politinius veiksnius [32].

Kiek panašioje **migracijos sistemų teorijoje** migracija suvokiama kaip dviejų teritorijų makrolygmens struktūrų (institucinių veiksmų) ir mikrolygmens (pačių migrantų įsitikinimų, tinklų ir patirties) struktūrų sąveikos išvada. Skirtingus lygmenis sieja įvairūs tarpiniai sąveikos mechanizmai, kuriuos praktikoje identifikuoti ir pamatuoti jų poveikio intensyvumą dažnai neįmanoma.

**Socialinio kapitalo ir migracijos tinklo teorija** aiškina migracijos procesus kaip save generuojantį veiksnį: į užsienio šalį išvykę migrantai sukuria tėvynainių informacijos, įdarbinimo ir pagalbos tinklus, kurie tampa socialinėmis bei ekonominėmis struktūromis, sujungiančiomis siunčiančiąją bei priimančią visuomenės, ir kurie ilgainiui tampa savarankiškais migracijos veiksniais [39].

**Migracijos istorinės atminties teorija** pabrėžia istorinės migracijos patirties svarbą aiškinant išskirtinai aukštą dabartinį lietuvių tautos migracinį potencialą. Migracinis polinkis aiškinamas kaip istorinės XIX–XX a. lietuvių migravimo patirties suformuotas ir kolektyvinėje tautos atmintyje glūdintis savotiškas „migracijos genas“, kuris vėl aktyvuojamas politinės ar ekonominės krizės akivaizdoje [29].

Visas šias aptartas migracijos teorijas reikėtų vertinti ne kaip alternatyvas, o kaip viena kitą papildančias, o kartais net persidengiančias migracijos procesus aiškinančias teorijas. Teorijos leidžia visapusiškai išanalizuoti migracijos procesus veikiančius struktūrinius veiksnius. Neoklasikinės

ekonomikos teorija, kaip ir prakseologinis migracijos aiškinimas, leidžia geriausiai pažinti ir modeliuoti būtent ekonominius migracijos veiksnus. Pasaulio sistemų ir dvigubos rinkos teorija aiškina veiksnus, kuriuos lemia Lietuvos, kaip besivystančios valstybės darbo jėgos tiekėjos, situacija išsivysčiusių valstybių atžvilgiu ir analizuoja globalizacijos įtaką migracijos procesams [16].

Migracijos istorinės atminties teorijoje nagrinėjami Lietuvos migracinę situaciją atspindintys istoriniai veiksniai, kurie iš dalies paaiškina Lietuvoje vykstančių migracijos procesų ir jos mastų unikalumą.

N.D. Diamantidesas išreiškė įdomų teorinį požiūrį į migraciją, kaip dinaminį procesą ir palygino jį su fizikiniu molekulių sklaidos procesu. Tik šiuo atveju vietoj molekulių procese dalyvauja žmonės ar technologijų inovacijos. Remdamasis šia teorija, mokslininkas sukūrė migracijos modelį, kuriame sklaidos gradientas yra žmonių poreikis būti „geresniais“ materialiniu ar socialiniu požiūriu: paprastam darbininkui tai gali būti finansinis pagerėjimas pažįstamų žmonių akyse, o kvalifikuotam ir išsilavinusiam žmogui tai gali būti profesijos, meninių ar intelektualinių lūkesčių išsipildymas [10].

Taigi, apibendrinant galima pasakyti, kad visos paminėtos teorijos analizuoja migracijos procesų priežastingumą, nušviečia įvairius migracijos apsektus, pateikia skirtingas sampratas, padeda formuluoti valstybės migracijos reguliavimo strategijas ir kurti migracijos mažinimo priemones.

## **2.2. Emigracijos samprata, priežastys ir pasekmės**

**Emigracija** – žmonių persikėlimas iš tėvynės į kitas šalis nuolatiniam gyvenimui. Emigrantas – išeivis, asmuo, persikėlęs gyventi į kitą šalį. Emigrantai – asmenys, išvykstantys iš Lietuvos ir ketinantys apsigyventi kitose šalyse nuolat ar ilgesniam negu 6 mėnesių laikotarpiui [8].

Gyventojų emigracija turėjo didelę įtaką žmonijos istorijai, tautų formavimuisi, žemių apgyvenimui. Šis procesas visuomenėje vyko nuo seniausių laikų, truko tūkstantmečius, šimtmečius. Didelė išorinė gyventojų migracija prasidėjo po didžiųjų geografinių atradimų: daug europiečių išsikėlė į Ameriką, vėliau į Australiją, Pietų Afriką. XX a. pr. (1900–1914 m.) iš Europos išvyko apie 20 mln. gyventojų, 2 / 3 jų – į JAV. Didelė gyventojų migracija vyko I ir II pasaulinio karo bei pokario metais. Iš Azijos, Afrikos, Rytų ir Pietų Europos šalių žmonės emigravo į JAV, Kanadą, Australiją, Vakarų ir Šiaurės Europą [22].

Teorijoje nagrinėjamos šios pagrindinės emigracijos priežastys:

- ekonominės (stūmimo veiksniai: atlyginimų skirtumai, lėtas pereinamasis ekonomikos raidos laikotarpis, nedarbo lygio augimas, mažos pajamos vienam gyventojui, šešėlinės ekonomikos egzistavimas);
- demografinės (gyventojų skaičiaus mažėjimas, dėl to silpstanti socialinė sistema);
- socialinės (socialinis neteisingumas, juntamų perspektyvų stoka);
- psichologinės (nesaugumo jausmas);
- kultūrinės (istorinė emigracijos atmintis, kultūros niekinimas, informacijos skleidimas apie geresnę gyvenimo kokybę kitose šalyse, perspektyvų nematymas);
- geopolitinės (neteisingai vykdoma valdžios politika, nedemokratiška santvarka, karas ir pan.);
- ekologinės [20].

Kai kuriuose mokslinės literatūros šaltiniuose galima rasti dar vieną emigraciją skatinantį veiksnį – tai grandininė reakcija, kitaip tariant kai išibėgėjusi emigracija pati tampa varančiuoju veiksnium.

Emigracijos pasekmės gali būti ne tik neigiamos, bet ir teigiamos.

Neigiamos pasekmės:

- demografinės situacijos pablogėjimas;
- mažėja mokesčių mokėtojų skaičius;
- prarandami specialistai (protų nutekėjimas);
- kyla įtampa socialinės apsaugos sistemoje;
- nutautėjimo grėsmė [12].

Teigiamos pasekmės:

- nedarbo lygio sumažėjimas;
- kultūriniai mainai;
- emigrantų sugrįžimas su nauja patirtimi;
- emigrantų socialinės ir ekonominės padėties pagerėjimas [11].

Mokslinės literatūros šaltiniuose išvardyti šie galimi emigracijos sprendimo būdai:

- didinti supratimą apie emigracijos procesus;
- informacijos sklaida
- mažinti emigracijos mastus;
- stabdyti protų nutekėjimą, skatinti juos sugrįžti
- mažinti neigiamas emigracijos pasekmes;
- skatinti grįžtamąją migraciją;

- palaikyti santykius su išeivija;
- tarptautinis bendradarbiavimas [39].

Dar reikėtų paminėti nuolatinės stebėsenos apie emigracijos procesus vykdymą ir visuomenės požiūrio formavimą, kuris padėtų pamatus ilgalaikiam integralaus tapatumo ir sveikos nacionalinės savigarbos ugdymui.

## 2.3. Gyventojų emigracinių nuostatų problemos kaip sistemos interpretacija

### 2.3.1. Sistemos ir sisteminis požiūris

Nagrinėjant gyventojų grupių emigracinių nuostatų problemą sisteminiu požiūriu, svarbu išsiaiškinti, kas tai yra sistema.

„Tarptautinių žodžių žodyne“ žodis sistema (*gr. System – sandara, junginys*) aiškinamas net septyniais apibrėžimais. Deja, nė vienas iš jų nėra priimtinas vadybos mokslo ir praktikos požiūriu. Vadybos požiūriu suprantamesnis ir patikimesnis toks apibrėžimas:

**Sistema** – tai tam tikrais ryšiais ir tam tikru būdu sutvarkytų komponentų (objektų, elementų, procesų, reiškinių ir pan.) visuma su jai būdingomis savybėmis, kurių neturi ją sudarantys komponentai. Bet kurios sistemos kaip visumos sudėtinės dalys (objektų, elementų, procesų, reiškinių ir pan.) ir jas jungiantys ryšiai yra labai įvairūs ir skirtingi. Atsižvelgiant į tai būtina klasifikuoti sistemas pagal tam tikrus požymius [7].

Glaustai išnagrinėjus sistemos sampratą, reikia apibrėžti sisteminio požiūrio sąvoką. „Dabartinės lietuvių kalbos žodyne“ žodis požiūris aiškinamas kaip pažiūra, nusistatymas. Tačiau suformuluoti pažiūrą, nusistatymą galima tik kryptingai mąstant. Todėl galima teigti, kad pirmiausia būtina išsiugdyti sisteminį mąstymą, kaip sistemos pažinimo procesą. Taigi sisteminį požiūrį galima apibrėžti taip:

**Sisteminis požiūris** – tai pažiūra į bet kokią nagrinėjamą objektą kaip sistemą.

Vadybos teorijoje sisteminis požiūris – vienas iš trijų daugiausia taikomų požiūrių į vadybą kaip funkciją. Šiuo sisteminiu požiūriu darbe toliau nagrinėjamos gyventojų grupių emigracinės nuostatos.

### 2.3.2. Gyventojų emigracinių nuostatų sisteminė interpretacija

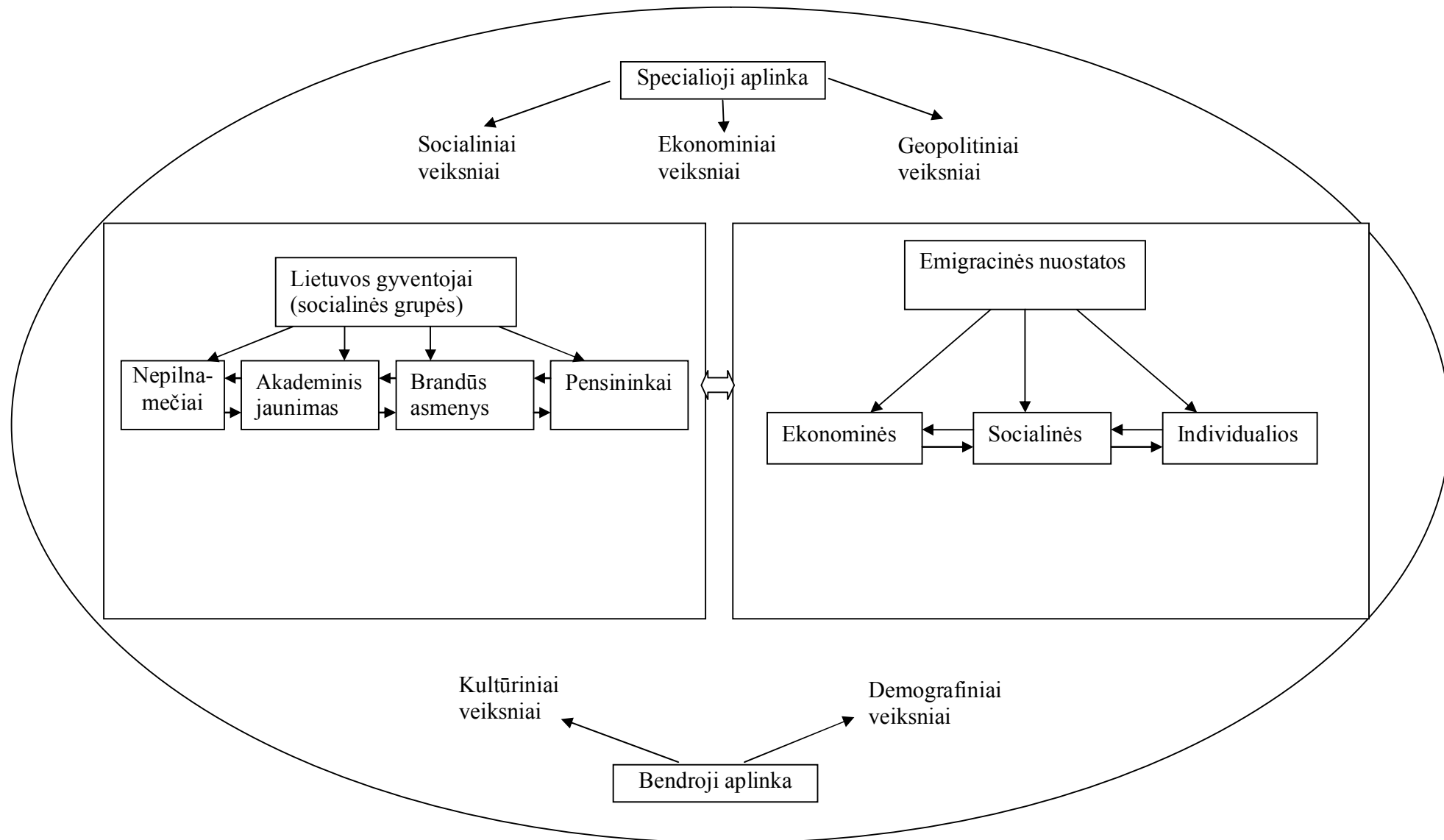
Remiantis pirmiau išdėstyta teorija, galima teigti, kad šiuo konkrečiu atveju sistema – tai gyventojų grupių emigracinės nuostatos, o jos organizavimas – tai emigracinių nuostatų tyrimas, siekiant atlikti emigracinių nuostatų analizę, kuriai skiriamas tiriamasis darbas.

Pirmiausia reikia nustatyti gyventojų grupių migracinių nuostatų sistemos vietą klasifikacinėje sistemoje. Nustatymas atliekamas remiantis 2.2 pav. pateikta klasifikacine schema.

- 1) **Pagal susidarymą** ši sistema bus natūrali, kadangi ji yra natūraliai susiformavusi;
- 2) **Pagal paskirtį** ši sistema yra nefunkcinė, t. y. susiformavusi esant tam tikroms ekonominėms, socialinėms, geopolitinėms aplinkybėms.
- 3) **Pagal sudėtingumą** gyventojų grupių migracinių nuostatų sistemą galima priskirti labai sudėtingoms sistemoms, kadangi ją sunku išsamiai aprašyti ir iki galo suvokti;
- 4) **Pagal galimybę keistis** ši sistema yra dinamiška, kadangi keičiantis įvairiems ekonominiams, socialiniams ir kt. veiksniams ji kinta;
- 5) **Pagal ryšį su aplinka** nagrinėjamą sistemą galima vadinti atvira, kadangi jai būdingas išorinis reguliavimasis.
- 6) **Pagal ryšių tarp elementų pobūdį** sistema yra tikimybinė. Tikimybinėse sistemose jas sudarantys elementai ir ryšiai turi tikimybinį pobūdį: jų skaičius nuolat kinta, o ryšių pobūdis dažnai gali būti tik nuspėjamas.
- 7) **Pagal ryšių tarp elementų prigimtį** tai socialinė sistema.

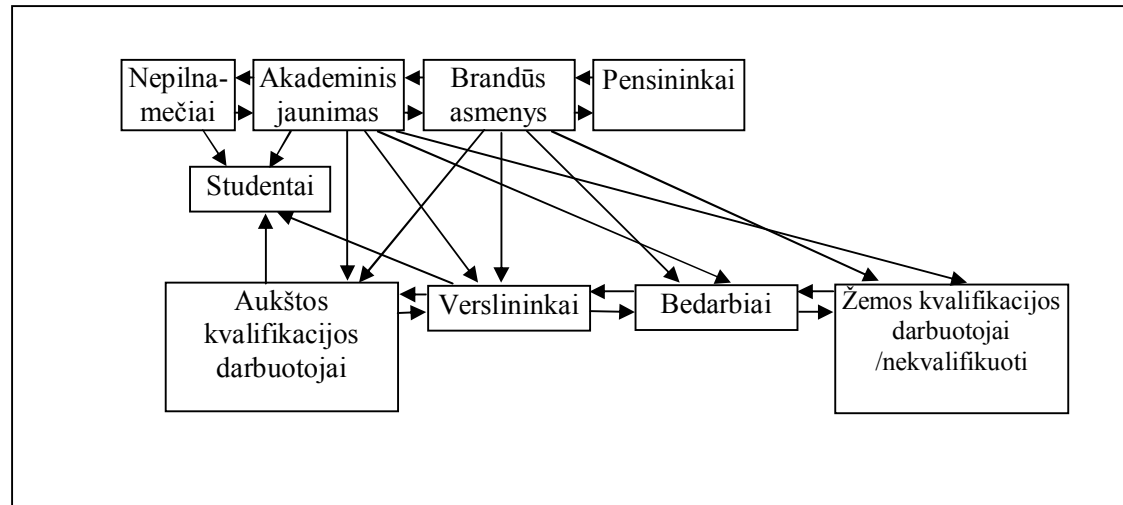
Gyventojų grupių emigracines nuostatas galima pavadinti reguliavimosi sistema. Reguliavimosi sistemose ne visi elementai atlieka vienodas reguliavimosi funkcijas. Vieni elementai, tarkime, numato, kokio pobūdžio reguliavimąsi reikia atlikti, o kiti jį atlieka, t. y. elementai pasiskirstę į du posistemius. Analogiški posistemiai, kurie būdingi ir nagrinėjamai sistemai, vadinami valdančiuoju ir valdomuoju [7].

Pagal šį principą detalizuosime gyventojų grupių emigracines nuostatas ir taip sukursime sisteminį požiūrį. Pateiksime gyventojų grupių emigracinių nuostatų sistemos grafinę interpretaciją (žr. 2.1 pav.)

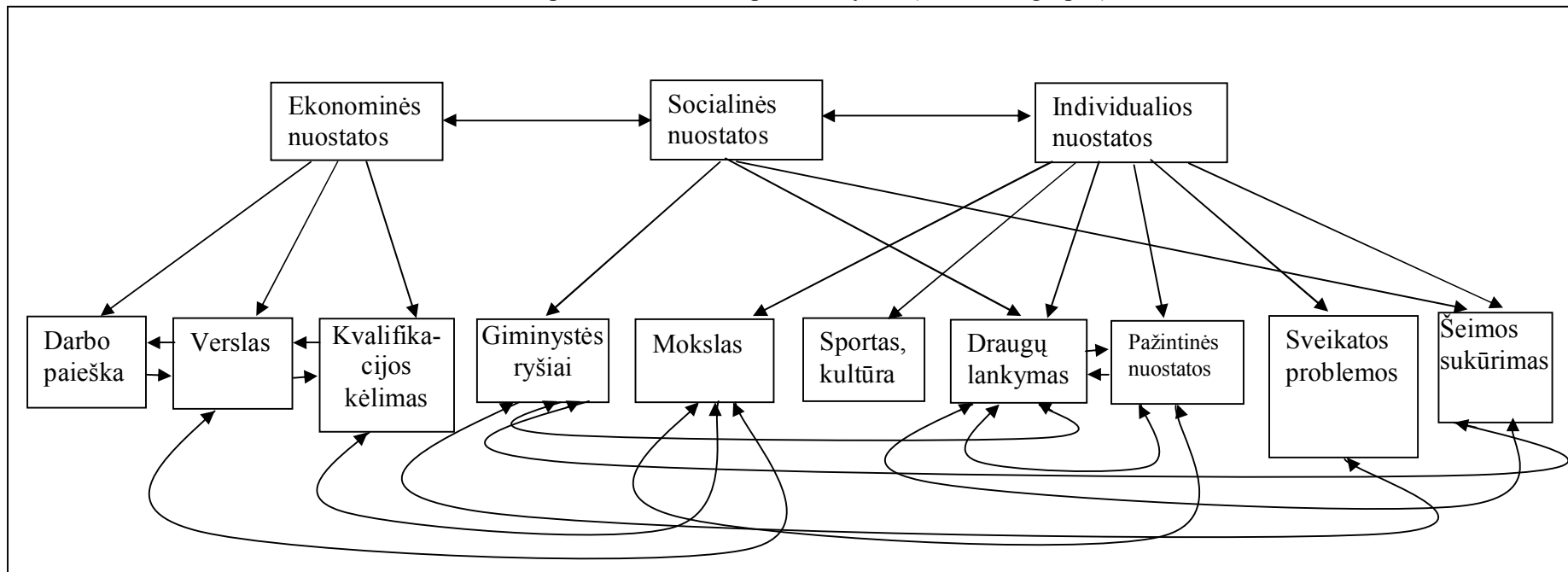


2.1 pav. Gyventojų grupių emigracinių nuostatų sisteminė interpretacija

2.2 ir 2.3 paveiksle grafiškai pavaizdavome atskirus sistemos komponentų ryšius (žr. 2.2 ir 2.3 pav.).



2.2 pav. Sistemos komponentų ryšiai (socialinės grupės)



2.3 pav. Sistemos komponentų ryšiai (emigracinės nuostatos)

### 2.3.3. Sistemos elementų charakteristika

2.2 lentelė. Gyventojų grupių charakteristika

| Sistemos elementai                | Elementų komponentai               | Charakteristika                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
|-----------------------------------|------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Nepilnamečiai (iki 18 metų)       | Moksleiviai                        | Asmenys, neturintys 18 metų, paliekami senelių ar giminaičių globai tėvams migravus į užsienio šalis arba patys ketinantys išvykti iš šalies mokytis ar studijuoti užsienio mokyklose.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
| Akademiniis jaunimas (18–35 metų) | Studentai                          | Šiai kategorijai būdingi tam tikri bendrieji interesai, nors kiekvieno amžiaus tarpsnio grupė juos realizuoja savaip. Akademiniam jaunimui rūpi: išsilavinimas, laisvalaikis (jo leidimo kokybė), užimtumas (galimybė gauti gerai apmokamą darbą šalyje ir užsienyje). Akademinio jaunimo emigracinės nuostatos dažniausiai susijusios su studijomis, karjeros galimybėmis, taip pat siekiama užsidirbti (trumpalaikė migracija), pamatyti pasaulį ir pan.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| Brandūs asmenys (35–60 metų)      | Aukštos kvalifikacijos darbuotojai | Aukštos kvalifikacijos darbuotojus galima suskirstyti į dvi grupes: gamybinę (dirbantys gamybos sferoje) – inžinieriai, technikai ir kt.; negamybinę (dirbantys paslaugų sferoje) – mokytojai, gydytojai, prekybininkai, administratoriai ir kt.. Savo ruožtu negamybinę darbuotojų grupę gali būti skirstoma į: kūrybinę (meno, kultūros ir mokslo atstovai) ir administracinę (valdymo funkcijas atliekanti valstybinėse ir privačiose struktūrose (tarnautojai)). Kiekviena iš šių grupių turi savus interesus ir labiausiai rūpimus klausimus. Šiai socialiniai grupei būdingos emigracinės nuostatos, susijusios su karjeros galimybėmis (protų nutekėjimas).                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
|                                   | Verslininkai / darbdaviai          | Verslininkas šiuolaikiniame ekonomikos terminų enciklopediniame žodyne apibūdinamas kaip asmuo, disponuojantis kapitalu ir siekdamas jį padidinti, ieškantis naujų pelningų veiklos krypčių, panaudojantis tam tikras dalykines ir žmogiškąsias savybes [37]. Verslininkas – žmogus, kuris sujungia ir padaro veiksmingais visus gamybos veiksnus. Verslininkas tai žmogus, pasižymintis iniciatyva, rezultatyviai organizuojantis socialinių, ekonominių mechanizmų funkcinę raišką pelnui didinti. Veikdamas ekonominėmis rizikos sąlygomis, jis visiškai atsako už galimą nesėkmę ir nuostolius. Verslininku gali tapti bet kuris asmuo, nepriklausomai kokia jo lytis, socialinė padėtis ar religija. Verslininkui būdingi sugebėjimai: kūrybinis aktyvumas, nepriklausomybė, novatoriškumas, pasirengimas rizikuoti, organizuotumas, tikėjimas sėkme. Emigracinės nuostatos susijusios su verslo plėtra užsienio šalyje, karjeros galimybėmis. |

2.2 lentelės pabaiga

| Sistemos elementai        | Elementų komponentai                              | Charakteristika                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
|---------------------------|---------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                           | Žemos kvalifikacijos / nekvalifikuoti darbuotojai | Asmenys, turintys ne aukštesnį kaip vidurinis išsilavinimą arba visai neturintys išsilavinimo, dirbantys bet koki, sezoninį ar pan., darbą. Tokie asmenys linkę migruoti į šalis, kuriose darbo užmokesčio skirtumai nedideli, nes šiose šalyse nekvalifikuoto darbo apmokėjimas didesnis. Emigracinės nuostatos – labiau apmokamo darbo paieška, socialinių garantijų įgijimas. |
|                           | Bedarbiai / neaktyvūs asmenys                     | Tai socialiai bene pažeidžiamiausias gyventojų sluoksnis Lietuvoje. Migruoja dažniausiai siekdami susirasti darbą, užsidirbti pakankamai pinigų, kad galėtų grįžti namo. Neaktyviems asmenims priskiriami nedirbantys, bet ir neieškantys darbo žmonės, t. y. namų šeimininkės, kitais būdais nei darbu save išlaikantys asmenys.                                                |
| Pensininkai (nuo 60 metų) |                                                   | Asmenys, esantys senatvės pensijoje. Retai migruoja, dažniausiai vyksta pas migravusius vaikus, kai nebegali savimi pasirūpinti.                                                                                                                                                                                                                                                 |

Šaltinis: sudaryta autorės

2.3 lentelė. Emigracinių nuostatų charakteristika

| Sistemos elementai | Elementų komponentai            | Charakteristika                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
|--------------------|---------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Ekonominės         | Darbo paieška                   | Nedarbas, mažos algos dažniausiai veikia kaip išstumiantys veiksniai, formuojantys emigracines nuostatas. Kai darbo rinkoje nestabili situacija ir nepakankamai išplėtotą socialinio draudimo sistema, emigraciją skatina ir noras sumažinti socialinę riziką (šeimoje). Tuomet bandoma prieiti prie alternatyvių pajamų šaltinių, nepriklausomų nuo ekonominės padėties svyravimų Lietuvoje. |
|                    | Verslas                         | Įvairios humanitarinės institucijos ar privačios firmos, įkurtos pagelbėti pažeidžiamiesiems migrantams, neretai tampa ekonominės migracijos kanalu.                                                                                                                                                                                                                                          |
|                    | Kvalifikacijos kėlimas          | Didesnės profesinio tobulėjimo, savirealizacijos, karjeros galimybės užsienyje – kitas labai svarbus veiksnys, skatinantis emigruoti, ypač aukštos kvalifikacijos darbo jėgą ir specialistus.                                                                                                                                                                                                 |
| Socialinės         | Socialiniai (giminystės) ryšiai | Socialiniai ryšiai, palaikomi migrantų ir likusių gimtojoje šalyje žmonių, gali veikti kaip emigraciją skatinantis ir didinantis veiksnys, nes išvykusiųjų teikiama parama naujiems migrantams stipriai sumažina pastarųjų emigracijos riziką.                                                                                                                                                |
| Individualios      | Mokslas                         | Didelis universitetų ar koledžų pasirinkimas, geresnė studijų kokybė lemia emigracines nuostatas.                                                                                                                                                                                                                                                                                             |

2.3 lentelės pabaiga

| Sistemos elementai | Elementų komponentai | Charakteristika                                                                                                      |
|--------------------|----------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                    | Sportas, kultūra     | Įvairūs sporto klubai, meno institucijos pasauliniu mastu suteikia didesnes galimybes sportinei, kūrybinei karjerai. |
|                    | Draugų lankymas      | Draugų lankymas priskiriama trumpalaikiai emigracijai, tačiau yra nemaža paskata įsitvirtinti užsienio šalyje.       |
|                    | Pažintinės nuostatos | Taip pat priskiriama trumpalaikiai emigracijai.                                                                      |
|                    | Sveikatos problemos  | Tikimasi geresnės gydymo kokybės. Trumpalaikė emigracija.                                                            |
|                    | Šeimos sukūrimas     | Savo socialinei ir materialinei gerovei užtikrinti ieškoma santykių su užsieniečiais.                                |

Šaltinis: sudaryta autorės

2.4 lentelė. Gyventojų grupių elementų ryšių charakteristika

| Gyventojų grupių sistemos elementai                                                                                            | Ryšiai                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Nepilnamečiai – jaunimas – brandūs asmenys – pensininkai                                                                       | Visos šios socialinės grupės susijusios giminystės ryšiais (pensininkai turi nepilnamečių anūkų, brandaus amžiaus vaikus ir pan.). Jaunimas, kaip socialinė grupė turi didelį amžiaus tarpsnį, todėl jaunesnio amžiaus jaunimas glaudžiai susijęs su nepilnamečių socialine grupe, nes tai beveik bendraamžių grupė, turinti bendrų interesų ir panašų požiūrį tam tikrus aspektus [21].                                                                                                                          |
| <b>Komponentai</b>                                                                                                             | <b>Ryšiai</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| Nepilnamečiai – jaunimas – studentai – aukštos kvalifikacijos darbuotojai – verslininkai                                       | Studentai gali priklausyti nepilnamečių ir jaunimo socialinėms grupėms. Aukštos kvalifikacijos darbuotojai, kaip ir verslininkai, taip pat gali būti studentai, taigi matome ryšį tarp studentų, aukštos kvalifikacijos darbuotojų ir verslininkų gyventojų grupių.                                                                                                                                                                                                                                               |
| Brandūs asmenys – studentai – aukštos kvalifikacijos darbuotojai – verslininkai – žemos kvalifikacijos darbuotojai – bedarbiai | Brandūs asmenys skirstomi į aukštos kvalifikacijos darbuotojai, t. y. aukštos kvalifikacijos darbuotojus, verslininkus, žemos kvalifikacijos arba nekvalifikuotus darbuotojus ir bedarbius. Šie komponentai tarpusavyje turi ryšių. Bedarbiai taip pat gali būti ir aukštos kvalifikacijos darbuotojai, studentai ir žemos kvalifikacijos ar jos neturintys asmenys, taigi tarp šių gyventojų grupių yra ryšys. Žemos kvalifikacijos ar nekvalifikuoti asmenys taip pat turi ryšį su verslininkų socialine grupe. |
| Pensininkai – verslininkai                                                                                                     | Pensininkai turi ryšį tik su verslininkų socialine grupe, kadangi asmenys, jau išėję į pensiją, gali turėti savo verslą.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |

Šaltinis: sudaryta autorės

2.5 lentelė. Emigracinių nuostatų elementų ryšių charakteristika

| <b>Emigracinių nuostatų sistemos elementai</b>         | <b>Ryšiai</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
|--------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Ekonominės – socialinės – individualios                | Šios trys emigracinės nuostatos yra glaudžiai susijusios, kadangi ekonominės nuostatos pirmiausia yra ir socialinės, nes susijusios su socialinės gerovės paieška šalyje, kurioje ekonominė padėtis geresnė, taip pat individualios, kadangi susijusios su tam tikrais atskirais asmenimis ir jų poreikiais.           |
| <b>Komponentai</b>                                     | <b>Ryšiai</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| Darbo paieška – verslas – kvalifikacijos kėlimas       | Darbo paieška, verslas ir kvalifikacijos kėlimas turi glaudžius ryšius, kadangi kitoje šalyje darbo ieškantys asmenys yra suinteresuoti ir kelti kvalifikaciją, geresnėmis karjeros galimybėmis, taip pat ir galimybe pradėti savo verslą toje šalyje, kurioje sąlygos verslui yra palankesnės.                        |
| Giminystės ryšiai – draugų lankymas – šeimos sukūrimas | Šios socialinės nuostatos glaudžiai susijusios, kadangi giminės ar draugai, jau sėkmingai įsitvirtinę užsienio šalyje, formuoja palankias emigracines nuostatas, o šeimos sukūrimas su asmeniu, gyvenančiu labiau išsivysčiusioje šalyje, užtikrina socialinę – materialinę gerovę.                                    |
| Draugų lankymas – pažintinės nuostatos                 | Šios individualios emigracinės nuostatos turi ryšį, nes draugų lankymas dažnu atveju susijęs su poreikiu pamatyti pasaulį ir susipažinti su užsienio šalimi, ir atvirkščiai, keliaujant susirandama draugų užsienio šalyje ir taip atsiranda individualūs ryšiai, galintys suformuoti palankias emigracines nuostatas. |
| Verslas – mokslas – kvalifikacijos kėlimas             | Šie trys komponentai turi tarpusavio ryšius, nes kvalifikacijos kėlimas neretai reikalauja studijų, o mokslas lemia geresnes karjeros bei verslo galimybes ir formuoja poreikį kelti kvalifikaciją.                                                                                                                    |
| Giminystės ryšiai – sveikatos problemos                | Šie komponentai turi ryšį. Dažniausiai pasitaikantys atvejai, skatinantys emigracines nuostatas – individų poreikis lankyti sveikatos problemų turinčius giminaičius, gyvenančius užsienio šalyse.                                                                                                                     |

Šaltinis: sudaryta autorės

2.6 lentelė. Sistemos aplinkos charakteristika

| <b>Aplinka, tiesiogiai veikianti sistemą ir jos elementus</b> | <b>Charakteristika</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
|---------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Ekonominiai veiksniai                                         | <p>Darbo užmokesčio skirtumai (Lietuvoje – 9 kartus mažesnis nei Liuksemburge ar Didžiojoje Britanijoje, 6 kartus nei Airijoje ir 3 kartus nei Ispanijoje).</p> <p>Nedarbas Lietuvoje vienas aukščiausių ES. Didelis nedarbas Lietuvoje, gyventojų nuomone, yra antra pagal svarbą priežastis, skatinanti emigraciją.</p> <p>Darbo jėgos paklausa vakarų Europos valstybėse.</p> <p>Šešėlinė ekonomika Vakarų valstybėse, sudaranti iki penktadalio BVP, taip pat kuria nelegalios darbo jėgos paklausą.</p>                                                                                                                          |
| Geopolitiniai veiksniai                                       | <p>Migracijos politikos liberalizavimas.</p> <p>Šalies politinės orientacijos pasikeitimas.</p> <p>Lietuvos įstojimas į ES, sienų atidarymas (atsivėrė sąlygos legaliai migracijai).</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
| Socialiniai veiksniai                                         | <p>Nesaugumo jausmas – tiek fizinio, tiek socialinio; perspektyvų nematymas.</p> <p>Silpna socialinė parama.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| Kultūriniai veiksniai                                         | <p>Tautinė, pilietinė savimonė, kultūriniai stereotipai ir nuostatos, žiniasklaidos formuojami vertinimai gali didinti arba mažinti emigracijos patrauklumą.</p> <p>Emigracines nuostatas skatina ir vyraujantis tautinės bei pilietinės savimonės kompleksas: tautinio pasitikėjimo savo jėgomis ir nacionalinės ambicijos stygius, savotiškas tautinio nevisavertiškumo kompleksas, nesijautimas savo valstybės šeimininkais, nesitapatinimas su savo šalimi ir vengimas prisiimti už ją atsakomybę, valstybės tapatinimas su valdžia. Dar vienas emigracijos nuostatas formuojantis veiksnys – istorinė „migracijos atmintis”.</p> |
| Demografiniai veiksniai                                       | <p>Šalies patrauklumą gali lemti ir besikeičianti demografinė situacija – daugėjant svetimšalių imigrantų gali mažėti gimtojoje šalyje įprastų kultūrinės aplinkos privalumų. Senėjanti visuomenė ir dėl to besikeičiantys socialinės, švietimo politikos prioritetai gali skatinti jaunimą ieškoti palankesnės terpės saviraiškai.</p> <p>Kitas emigracijos nuostatas formuojantis veiksnys – darbingo amžiaus gyventojų mažėjimas ir dėl to silpstanti socialinė sistema.</p>                                                                                                                                                       |

Šaltinis: sudaryta autorės

## 2.4. Socialinio marketingo teorijos taikymas sprendžiant emigracijos problemą Lietuvoje

Lietuvoje jau sukurta nemažai valstybinės reikšmės strategijų ir programų, skirtų suvaldyti emigracijai, tačiau matant, kokiais tempais didėja ši problema, akivaizdu, kad visos strategijos ir veiksmų planai nusėsta už jų įgyvendinimą atsakingų asmenų stalčiuose. Reikalingi tokie planai, kuriuos būtų realu įgyvendinti. Emigracijos nuostatų problemos sprendimas prasideda nuo suvokimo, kodėl žmonės emigruoja, kas skatina toki jų elgesį. Analizuojant šiuos klausimus neišvengiamai išvelgiamas ryšys su socialinio marketingo tyrimo objektu. Juk socialinio marketingo tikslas – pakeisti tikslinės auditorijos elgseną ir įtikinti žmones tam tikra nauda. Taigi, galbūt socialinis marketingas ir yra ta priemonė, galinti pakeisti žmonių emigracines nuostatas? Siekiant tai išsiaiškinti, būtina išanalizuoti socialinio marketingo teorinius aspektus: išnagrinėti socialinio marketingo sąvokas ir apibrėžimus, nustatyti pagrindinius principus ir strategijas.

### 2.4.1 Socialinio marketingo teoriniai aspektai

#### 2.4.1.1. Sąvokos ir apibrėžimai

Socialinio marketingo sąvoką suformulavo Ph. Kotleris ir G. Zaltmanas 1970 metais paskelbę žurnale „Journal of Marketing“, kad marketingo priemonės ir metodai, taikomi prekėms ir paslaugoms, tinka ir idėjoms [25]. Kituose mokslinės literatūros šaltiniuose dar galima rasti sąvoką „socialinis – etinis marketingas“. Norint apibrėžti socialinio marketingo sąvoką, svarbu ištirti, kaip tą sąvoką supranta skirtingi mokslinės literatūros šaltinių autoriai, marketingo specialistai, klasikai. Skirtingų autorių nuomonių klasifikaciją pateiksime 2.7 lentelėje.

2.7 lentelė. Skirtingų autorių apibrėžimai ir sąvokos

| Autorius                                    | Apibrėžimas                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
|---------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Ph. Kotler ir G. Zaltman [27]               | Autoriai teigia, jog socialinis marketingas yra išskirtinis marketingo įgūdžių panaudojimas siekiant esamas visuomenės veiksmų pastangas paversti efektyvesniais ir labiau komunikuotais veiksmais, sukeliančiais norimą tikslinės auditorijos elgseną.                                                                    |
| Ph. Kotler, N. Roberto, N. Lee [26]         | Autoriai pateikia dar ir kitokį socialinio marketingo apibrėžimą. Jie teigia, kad socialinis marketingas – tai marketingo principų ir metodų panaudojimas siekiant veikti tikslinę auditoriją laisvanoriškai priimti, atmesti, sušvelninti ar iš viso atsisakyti tam tikros elgsenos individų, grupių ar visuomenės labui. |
| St. W. Husted, D.L. Varble, J.R. Lowry [19] | Socialinį marketingą supranta platesne prasme, ir suteikia jam platesnę sąvoką – ne pelno siekiantis marketingas. Jie skiria net keturias šio marketingo rūšis:                                                                                                                                                            |

2.7 lentelės tęsinys

| Autorius                                          | Apibrėžimas                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
|---------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                   | <p><b>Asmeninis marketingas</b> – kai viešinami žmonės, žmonių grupės, pvz., politikai, sportininkai, kiti veikėjai.</p> <p><b>Idėjų marketingas</b> – susijęs su socialinėmis problemomis. Kai norima įtikinti žmones tam tikra nauda, pvz., kad reikia prisisegti diržus vairuojant, saugoti gamtą, nerūkyti ir pan.</p> <p><b>Organizacinis marketingas</b> – skirtas siekiant organizacijos tikslų ir paslaugų pripažinimo visuomenėje.</p> <p><b>Vietos marketingas</b> – naudojamas siekiant patraukti dėmesį ir sukurti teigiamą požiūrį į tam tikrą vietą, pvz., šalį, regioną, miestą, parką ir pan.</p> <p>Mano manymu, idėjų marketingas labiausiai priimtinas tai sąvokai, kurią Ph. Kotleris laiko socialiniu marketingu.</p> |
| Nedra Kline Weinreich [51]                        | Nusako socialinio marketingo sąvoką tik kaip išsiskiriantį iš kitų marketingo rūšių marketingo specialisto ir jo organizacijos tikslais, siekiantį veikti visuomenės elgseną, kuris neduoda pelno marketingo specialistui, bet yra pelningas tikslinei auditorijai ir apskritai visuomenei.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| D. McKenzie-Mohr, W. Smith [34]                   | Parodo įdomų požiūrį į socialinį marketingą. Jie naudoja naują sąvoką – bendruomenė paremtas socialinis marketingas ( <i>Community-Based Social Marketing</i> ). Toks marketingas remiasi daugiausia socialinės psichologijos tyrimais, kurie parodo, kad iniciatyva skatinti elgsenos pasikeitimą efektyviausia, kai ji yra skleidžiama bendrijose tiesiogiai bendraujant su žmonėmis.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| R. Donovan, N. Henley [9]                         | R. Donovanas, N. Henley'is socialinį marketingą suvokė, kaip komercinio marketingo modelių taikymą siekiant analizuoti, planuoti ir vykdyti programas, skirtas veikti laisvanorišką ar nelaisvanorišką tikslinės auditorijos elgseną individų ar visuomenės gerovės labui. Šių autorių apibrėžimas skiriasi nuo kitų tuo, kad autoriai palaiko ir nelaisvanorišką elgsenos pakeitimą, kas galbūt nėra labai humaniška socialiniu požiūriu. Anot autorių, socialinis marketingas siekia socialinės gerovės bet kokiomis priemonėmis.                                                                                                                                                                                                        |
| M.E. Goldberg, M. Fishbein, S.E. Middlestadt [17] | Šie autoriai plačiai apibūdina socialinio marketingo sąvoką. Jie savo knygoje teigia, kad socialinis marketingas – tai elgsenos pakeitimas. Bet tai nėra tik švietimas ar propaganda, ir asmenys, jei jų pagrindinis tikslas informuoti visuomenę ar bandyti pakeisti kai kurias pagrindines vertybes, neturėtų galvoti, kad jie jau vykdo socialinį marketingą. Socialinis marketingas – tai daug daugiau nei socialinė komunikacija ar reklama – tai pirma, tam tikras požiūris, kai vartotojas yra iškeliamas aukščiau bet kokių marketingo specialisto tikslų.                                                                                                                                                                         |
|                                                   | Antra, tai procesas, kuriame nuolat grįžtama ir vėl einama prie tikslinės rinkos prieš planuojant ir atlikus planavimą, prieš įdiegiant marketingo planą ir jį įdiegus. Ir galiausiai – tai koordinuotų veiksmų, kurie apima daug daugiau nei vien socialinę komunikaciją, visuma [18].                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| M. J. Baker [4]                                   | Socialinio marketingo sąvoką nusako, kaip socialinio pokyčio valdymo mechanizmą, kurį naudojant galima pakeisti nesveiką ar asocialią žmonių elgseną.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |

2.7 lentelės pabaiga

| Autorius            | Apibrėžimas                                                                                                                                                                                                                      |
|---------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| H. Assael [1]       | Teigia, jog socialinis marketingas yra produktų ir paslaugų, skirtų pagerinti arba pakeisti individų elgsenai, pritraukti juos tam tikromis socialinėmis idėjomis ar skleisti socialinę naudą teikiančiai informacijai, kūrimas. |
| A. R. Andreasen [2] | Teigia, jog socialinis marketingas yra tiesiog įrankis, lemiantis tikslinės auditorijos elgseną.                                                                                                                                 |

Šaltinis: sudaryta autorės

2.8 lentelėje pateiksime socialinio marketingo sąvokų palyginimą.

2.8 lentelė. Socialinio marketingo pagrindinių sąvokų palyginimas

| Autoriai / socialinio marketingo sąvokos | Keičia tikslinės auditorijos elgseną | Gerina visuomenės veiksmų pastangas | Veiksmų nukreiptų visuomenės labui, visuma | Įtikina žmones tam tikra nauda | Nesiekia pelno | Veikia laisvanorišką tikslinės auditorijos elgseną | Veikia nelaisvanorišką tikslinės auditorijos elgseną | Požiūris, kai vartotojas iškeliamas aukščiau bet kokių marketingo tikslų |
|------------------------------------------|--------------------------------------|-------------------------------------|--------------------------------------------|--------------------------------|----------------|----------------------------------------------------|------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------|
| 1                                        | 2                                    | 3                                   | 4                                          | 5                              | 6              | 7                                                  | 8                                                    | 9                                                                        |
| Ph. Kotler ir G. Zaltman.                | X                                    | X                                   |                                            |                                |                |                                                    |                                                      |                                                                          |
| Ph. Kotler, N. Roberto, N. Lee           | X                                    |                                     | X                                          |                                |                | X                                                  |                                                      |                                                                          |
| St. W. Husted, D.L. Varble, J.R. Lowry   | X                                    |                                     |                                            | X                              | X              |                                                    |                                                      |                                                                          |
| Nedra Kline Weinreich                    | X                                    |                                     |                                            |                                | X              |                                                    |                                                      |                                                                          |
| D. McKenzie-Mohr, W. Smith               | X                                    |                                     |                                            |                                |                |                                                    |                                                      |                                                                          |

2.8 lentelės pabaiga

| 1                                                   | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 |
|-----------------------------------------------------|---|---|---|---|---|---|---|---|
| R. Donovan,<br>N. Henley.                           | X |   |   |   | X | X | X |   |
| M.E. Goldberg,<br>M. Fishbein,<br>S.E. Middlestadt. | X |   | X |   |   |   |   | X |
| M. J. Baker                                         | X |   |   |   |   |   |   |   |
| A. R. Andreasen                                     | X |   |   | X |   |   |   |   |
| H. Assael                                           | X |   |   | X |   |   |   |   |

Šaltinis: sudaryta autorės

Palyginus išvardytų autorių nuomones apie tai, kas yra socialinis marketingas, galima daryti išvadą, kad požymiai, labiausiai nusakantys socialinio marketingo sąvoką, yra trys:

- Socialinis marketingas keičia tikslinės auditorijos elgseną;
- Socialinis marketingas įtikina žmones tam tikra nauda;
- Socialinis marketingas nesiekia pelno.

#### 2.4.1.2. Pagrindiniai principai ir strategijos

R. Brooksas [5] skiria šešis esminius socialinio marketingo principus. Jis teigia, kad vykdant socialinio marketingo kampaniją svarbiausia yra:

- suvokti, ko reikia, ir ko nori tikslinė auditorija, kokios yra kliūtys ir kokie stimulai;
- aiškiai nusibrėžti, ko norite iš tikslinės auditorijos. Žinojimo ir požiūrio pasikeitimas yra naudingas tik tuo atveju, jei jis veikia tam tikrus veiksmus;
- suprasti apsikeitimo sąvoką; turite pasiūlyti savo tikslinei auditorijai kažką labai patrauklaus, tam, kad pasikeistų auditorijos elgsena;

- nepamiršti, kad visada egzistuoja konkurencija. Jūsų tikslinė auditorija visada gali pasirinkti daryti kažką kito;
- žinoti pagrindinius marketingo komplekso elementus ir mokėti juos pritaikyti savo programai;
- žinoti, kad pastangas pakeisti socialinę tikslinės auditorijos elgseną visada apsunkina politika: įstatymai, normos, taisyklės.

Reikia pabrėžti, kad kai kalbama apie veiksmus visuomenės labui, konkurencija nėra negatyvus veiksnys nei vienai konkuruojančiai pusei. Priešingai, šiuo atveju, konkurentai tampa partneriais ir visai įmanoma, kad siekdami skirtingų socialinių tikslų, jie suvienys savo pastangas bendram visuomenės labui.

Kiti autoriai, R. Donovanas ir N. Owenas pasiūlė esmines marketingo sąvokas, principus ir charakteristikas, būdingas socialiniam marketingui.

*Esminės sąvokos:*

- vartotojų orientacija;
- apsiikeitimo sąvoka.

*Visiems rūpimi principai:*

- vartotojo vertė (marketingo komplekso elementų taikymas);
- selektyvumas ir koncentracija (rinkos segmentavimas);
- skiriamieji pranašumai (konkurencija).

*Charakteristikos:*

- rinkos tyrimu panaudojimas;
- kompleksinis programos įgyvendinimo vertinimas;
- stebėsena ir aplinkos veiksnių įtaka.

O R. Donoranas ir N. Henley'is [9] kartu pasiūlė tris pagrindinius principus, taikytinus socialiniame marketinge:

- pasiūlyti tokią naudą, kuria tikslinė auditorija vertina;
- identifikuoti išteklius (pvz., laikas, pinigai, fizinis diskomfortas), kuriuos vartotojai turės išleisti siekiant pažadėtos naudos;
- pripažinti, kad visi dalyviai, įskaitant tarpininkus, už pastangas privalo gauti kažkokią naudą.

Iš esmės visi pasiūlyti socialinio marketingo principai labai panašūs. Pirmosios autorės pasiūlyti principai labiau sukonkretinti, ji įtraukia ir marketingo komplekso taikymą bei makrosocialinius veiksmus. O kiti autoriai neskiria šių aspektų, tačiau visi pripažįsta, kad svarbiausi socialinio marketingo principai yra suvokti, kokią naudą realiai gaus tikslinė auditorija, būtinai

pasiūlyti jai naudą už pastangas, išsiaiškinti kokius, išteklius praras auditorija, siekdama pažadėtos naudos.

Toliau bus analizuojamos skirtingų autorių siūlomos socialinio marketingo strategijos. Bus remamasi klasikiniiais autoriais Ph. Kotleriu, D. McKenzie'iu, A. Andreasenu, N. Weinreich ir kt.

Ph. Kotleris [26], analizuodamas socialinio marketingo komunikacijų kampaniją, skiria aštuonis pagrindinius etapus (žr. 2.9 lentelę).

2.9 lentelė. Socialinio marketingo strategijos etapai

| <b>Strategijos etapas</b>                                           | <b>Veiksmų planas</b>                                                                                                                                                                   |
|---------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>1 etapas – socialinio marketingo aplinkos analizė</b>            | Šiame etape nustatomi pagrindiniai strategijos akcentai ir tikslai, vykdoma SWOT analizė, peržiūrimi jau atlikti arba panašūs veiksmai.                                                 |
| <b>2 etapas – parenkama tikslinė auditorija.</b>                    | Šiame etape nustatomi pagrindiniai marketingo akcentai, pradedant rinkos segmentavimu ir baigiant auditorijos parinkimu.                                                                |
| <b>3 etapas – nustatomi tikslai ir uždaviniai.</b>                  | Šiame etape nusprendžiama, kokių veiksmų siekiama iš savo tikslinės auditorijos, ir ką jai reikia žinoti, kuo tikėti, kad pakeistų savo elgseną mums norima linkme.                     |
| <b>4 etapas – tikslinės auditorijos ir konkurencijos suvokimas.</b> | Šiame labai svarbiame, bet dažnai praleidžiamame, etape tiriamos esamos tikslinės auditorijos žinios, įsitikinimai ir elgsena, susijusi su 3 etape nustatytais tikslais ir uždaviniais. |
| <b>5 etapas – nustatomas marketingo kompleksas.</b>                 | Šiame etape nustatomas marketingo kompleksas – strategijų mišinys (4P ir daugiau) kuriuo bus kreipiamasi į rinką.                                                                       |
| <b>6 etapas – vertinimo ir stebėsenos strategijos kūrimas.</b>      | 3 etape nustatyti tikslai ir uždaviniai sudarys pamatą vertinimo kriterijams.                                                                                                           |
| <b>7 etapas – biudžeto ir išteklių nustatymas.</b>                  | Remiantis marketingo komplekso elementais nustatomi reikalavimai ištekliams ir palyginami su turimais ar potencialiais ištekliais.                                                      |
| <b>8 etapas – įgyvendinimo plano užbaigimas.</b>                    | Paskutiniame etape sudaromas įgyvendinimo planas.                                                                                                                                       |

Šaltinis: sudaryta autorės

Ph. Kotleris [27] pabrėžia, kad socialinio marketingo planavimo procesas turėtų būti apibūdinamas kaip spiralinis, o ne tiesinis.

D. McKenzie-Mohras [34] skiria keturis bendruomene paremto socialinio marketingo strategijos etapus (žr. 2.10 lentelę).

2.10 lentelė. Bendruomene paremto socialinio marketingo strategijos etapai

| <b>Strategijos etapas</b>                                                   | <b>Veiksmų planas</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
|-----------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>1 etapas – kliūčių ir naudos identifikavimas.</b>                        | Jei siekiama, kad visuomenė priimtų tam tikrą elgseną, pirmiausia reikia nustatyti kliūtis ir naudą, susijusią su marketinginiais veiksmais. Tai nustatoma įvairių bendruomene paremto socialinio marketingo tyrimų metodų pagalba. Autorius skiria dvi kliūčių rūšis – išorines ir vidines. Vidinės, kai individui trūksta žinių, kaip atlikti tam tikrus veiksmus. Išorinės – kai reikia atlikti tam tikrus struktūrinius pakeitimus, siekiant pakeisti elgseną.                                                                                                                                                         |
| <b>2 etapas – priemonių, skirtų pakeisti elgseną, nustatymas.</b>           | Socialinių mokslų tyrimų pagalba yra nustatytos įvairios efektyvios priemonės, skirtos elgsenai pakeisti. Tokios priemonės gali būti, pvz., gauti iš individo pasižadėjimą išbandyti tam tikrą naują veiklą. Bendruomene paremto socialinio marketingo specialistai paprastai naudoja įvairias priemones bendruomenės lygmenyje, todėl dažnai apima tiesioginį kontaktavimą su individualais. Tiesioginiam kontaktavimui su individualais čia skiriamas ypatingas dėmesys, nes tyrimais įrodyta, jog labiausiai tikėtina, kad individas pakeis savo elgseną, kai į jį kreipsis asmeniškai arba jaus įtaką iš bendruomenės. |
| <b>3 etapas – strategijos išbandymas su mažesniu bendruomenės segmentu.</b> | Prieš įgyvendinant socialinio marketingo strategiją, autorius siūlo pirma ją išbandyti mažoje bendruomenėje. Kadangi socialinio marketingo strategijos įgyvendinimas dideliu mastu reikalauja didelių išlaidų, svarbu įsitikinti, kad strategija veiks. Bandomosios strategijos vykdymo pagalba galima nustatyti, ar bus reikalinga patobulinti strategiją. Taip atliekant bandymus galima nustatyti alternatyvius metodus ir rasti pačius efektyviausius. Galiausiai, tai puikus įrankis norint pademonstruoti strategijos efektyvumą rėmėjams ir gauti reikalingų išteklių.                                              |
| <b>4 etapas – strategijos įvertinimas.</b>                                  | Paskutiniame etape įvertinama įgyvendinta strategija.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |

Šaltinis: sudaryta autorės

Priešingai nei Ph. Kotlerio [26] modelis, D. McKenzie-Mohro [34] pasiūlyta socialinio marketingo strategija nėra labai išsami, ji neapima tikslų ir uždavinių nustatymo, tikslinės auditorijos nustatymo, marketingo komplekso elementų, aplinkos analizės, tačiau pasiūlo bandomosios strategijos mažesniame segmente modelį, kuris gali būti labai efektyvus daugeliu atveju.

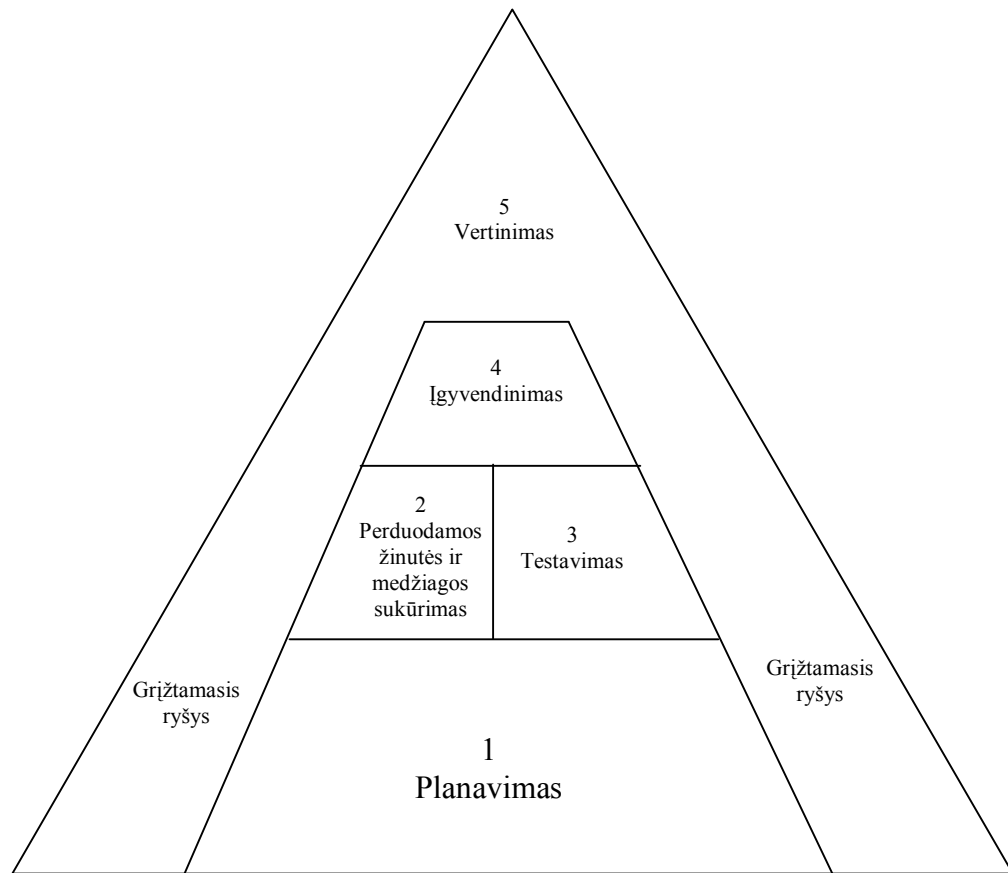
Autorė N. Weinreich [51] socialinio marketingo strategiją suskirsto į penkis etapus.

2.11 lentelė. N. Weinreich socialinio marketingo strategijos etapai

| Strategijos etapas                                            | Veiksmų planas                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|---------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>1 etapas – planavimas.</b>                                 | Planavimas yra pagrindinė strategijos kūrimo proceso dalis. Norint sukurti efektyvią socialinio marketingo strategiją, reikia gerai išsivirti pačią problemą, tiksline auditoriją ir aplinką, kurioje ši strategija bus įgyvendinama. Tyrimo pagalba šie veiksniai analizuojami ir suformuluojama veiksminga strategija elgsenai pakeisti.                     |
| <b>2 etapas – perduodamos žinutės ir medžiagos sukūrimas.</b> | Šiame etape, panaudojus planavimo etape išsivirtą informaciją, sukuriame žinutę ir medžiagą, kuri bus perduodama tikslinei auditorijai.                                                                                                                                                                                                                        |
| <b>3 etapas – testavimas.</b>                                 | Šiame etape, taikant įvairius metodus, išbandomas perduodamos žinutės ir medžiagos poveikis tikslinei auditorijai ir nustatoma, kaip geriausiai įvykdyti strategijos uždavinius. Būtina grįžti nuo testavimo etapo prie kūrimo etapo keletą kartų, nes dažnai tenka daryti pakeitimus žinutėje ar net visoje strategijoje ir ieškoti naujų, efektyvesnių būdų. |
| <b>4 etapas – įgyvendinimas.</b>                              | Įgyvendinimo etape strategija pristatoma tikslinei auditorijai. Sėkmingam strategijos įgyvendinimui būtinas geras pasiruošimas, o įgyvendinimo procesą privaloma stebėti, kad būtų galima užtikrinti, jog visos plano dalys įgyvendinamos teisingai, taip, kaip buvo suplanuota.                                                                               |
| <b>5 etapas – vertinimas ir grįžtamasis ryšys.</b>            | Paskutiniame vertinimo ir grįžtamojo ryšio etape įvertinamas strategijos efektyvumas apskritai bei vertinami atskiri strategijos elementai. Vertinama jau nuo strategijos kūrimo pradžios, o grįžtamasis ryšys analizuojamas kiekviename strategijos etape tam, kad būtų galima ją patobulinti.                                                                |

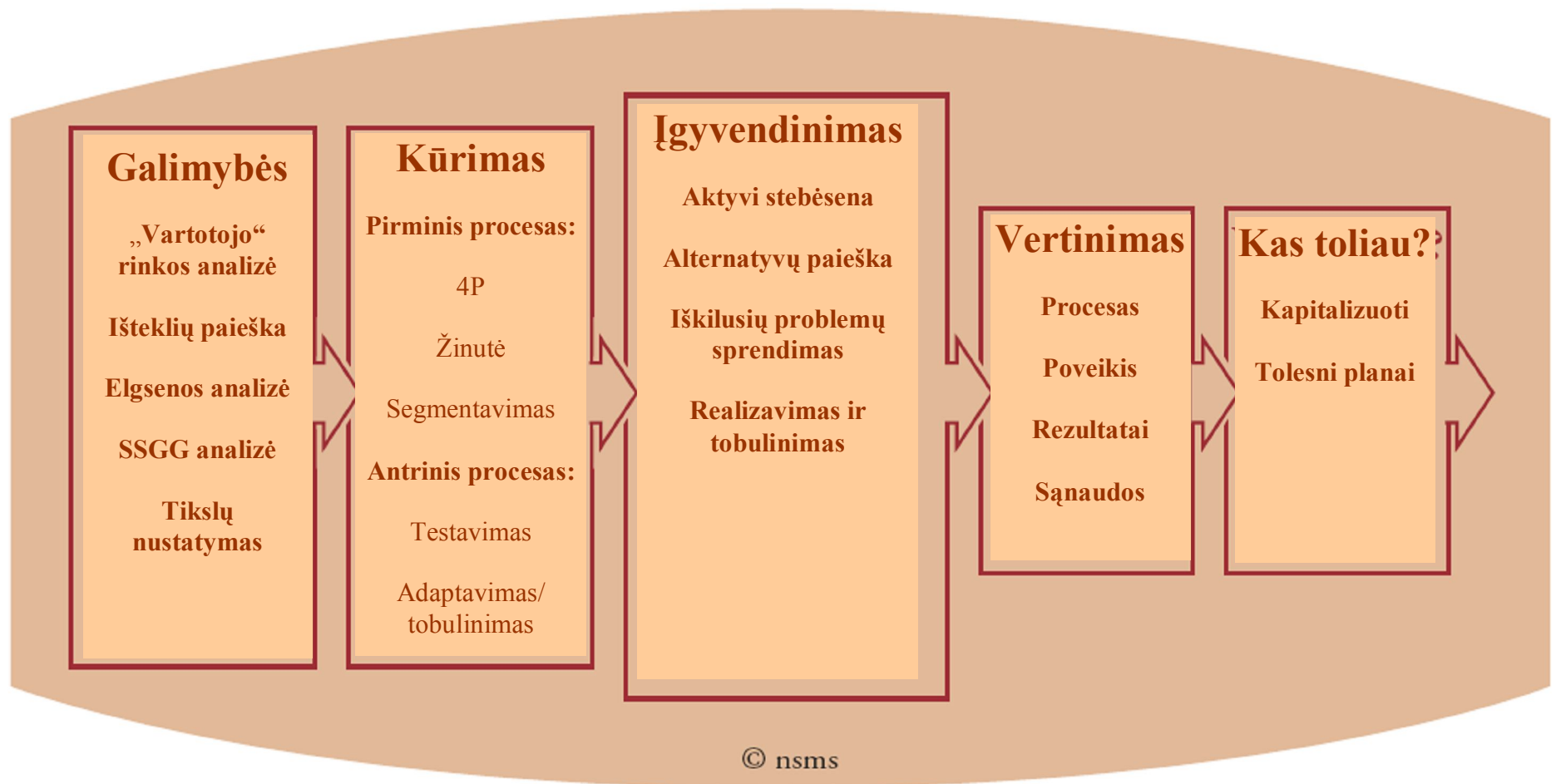
Šaltinis: sudaryta autorės

Autorė savo pasiūlytos socialinės strategijos kūrimo procesą suvokia kaip piramidę (žr. 2.4 pav.).



2.4 pav. Socialinio marketingo strategijos kūrimo procesas pagal N. Weinreich [51]

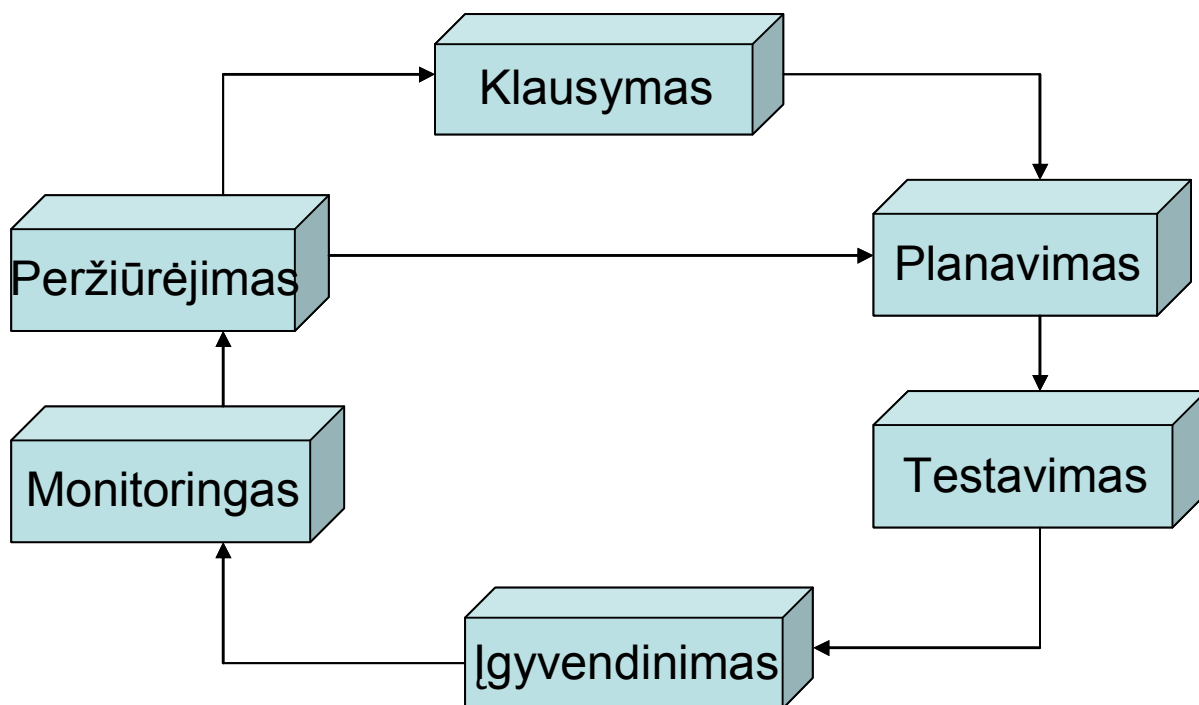
Pateiksime dar vieną socialinio marketingo planavimo strategiją. J. Frenchas [15] socialinio marketingo planavimo procesą mato kaip sisteminį procesą, susidedantį iš penkių etapų. Jį pavaizduosime 2.5 pav.



2.5 pav. Socialinio marketingo planavimo procesas pagal J. Frenchą [15]

Kaip matome šio autoriaus pasiūlytą strategiją sudaro tokios dalys, kaip galimybės, kūrimas, įgyvendinimas, vertinimas. Čia didžiausias dėmesys skiriamas įgyvendinimui. Paskutinėje dalyje vyksta strategijos proceso tąsa. Šis modelis atrodo labai baigtinis, ko neturėtų būti, nes marketingo strategijos procesas yra daugiau ciklas.

A. R. Andreaseno [2] pasiūlytas socialinio marketingo strategijos modelis pavaizduotas 2.6 pav.



2.6 pav. Socialinio marketingo strategijos procesas pagal A. R. Andreaseną [2]

Autorius socialinio marketingo strategijos procesą pradeda nuo *klausymo*. Kadangi socialinis marketingas yra fanatiškai orientuotas į žmones, svarbiausias dalykas yra suvokti tikslinę auditoriją, kurią reikės paveikti. Detalesnį etapų aprašymą pateiksime 2.12 lentelėje.

2.12 lentelė. A. R. Andreaseno socialinio marketingo strategijos etapai

| Strategijos etapai            | Veiksmų planas                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
|-------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>1 etapas – klausymas.</b>  | Strategai turi žinoti, iš kur kilusi tikslinė auditorija, ką auditorija mano apie paslėptą kampanijos mintį, kokią naudą mato, ką mano jų draugai ir ar auditorija mano, kad gali priimti siūlomą elgseną. Šiame etape taip pat analizuojami konkurentai, alternatyvos ir pan.                                                                                                                         |
| <b>2 etapas – planavimas</b>  | Strategai klausymą turi paversti konkrečių veiksmų programa. Šiame etape paprastai sukuriamas „pasiūlymas“, motyvacija, nauda tikslinei auditorijai ir pan. Taip pat šiame etape nustatomi tikslai, terminai, atsakomybės.                                                                                                                                                                             |
| <b>3 etapas – testavimas.</b> | Bene didžiausia klaida, kurią padaro specialistai, tai vengimas išbandyti pagrindinius plano elementus su tiksline auditorija. Dažnai marketingo specialistai mano, kad jau pakankamai <i>prisiklausė</i> ir gali paversti klausymą į efektyvią programą. Tačiau tik tikslinė auditorija nulemia programos likimą ir kartais parodo visai priešingą reakciją į programos elementus, nei buvo tikėtasi. |

2.12 lentelės pabaiga

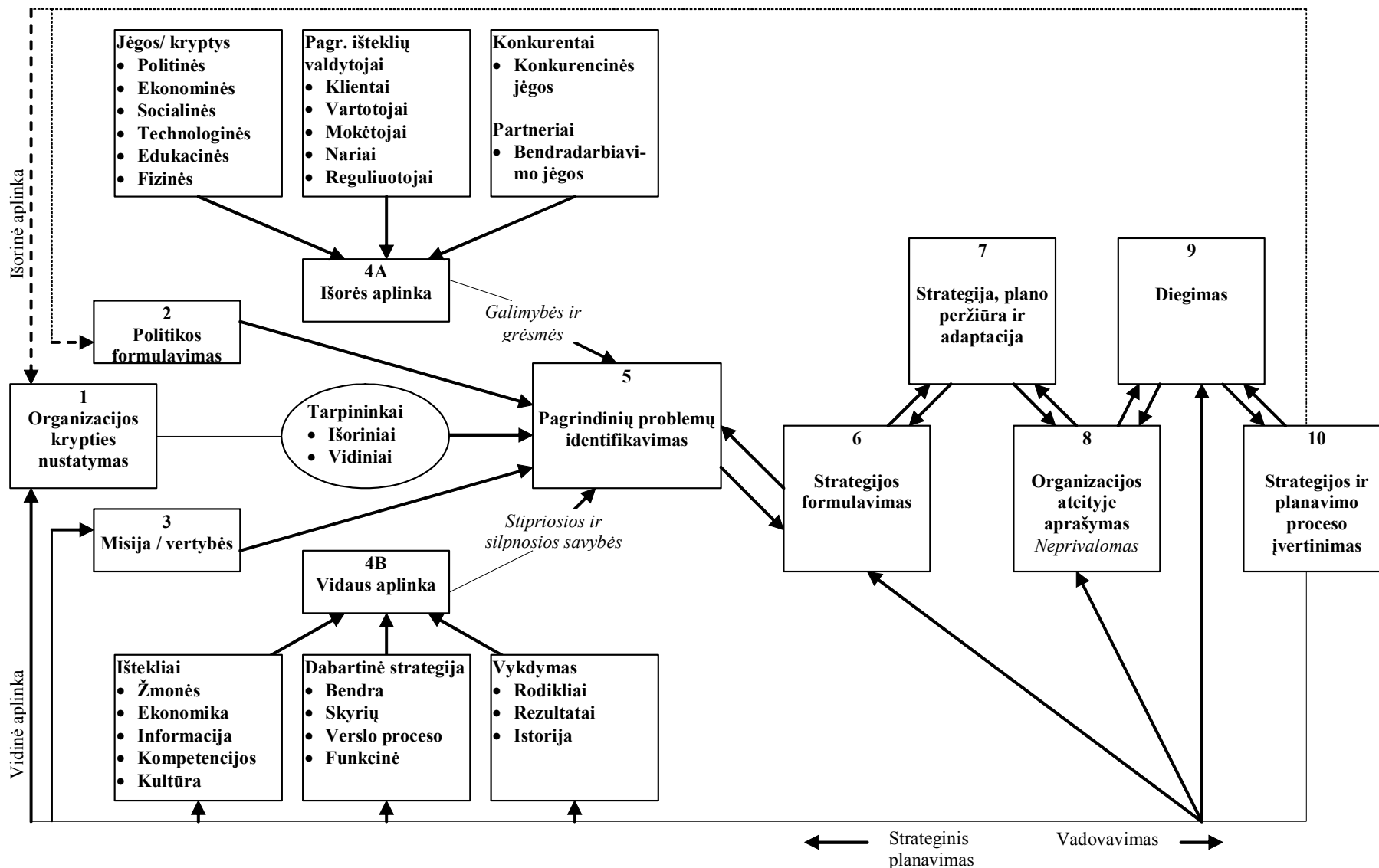
| Strategijos etapai              | Veiksmų planas                                                                                                                                                                                                                                                     |
|---------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>4 etapas – įgyvendinimas</b> | Po testavimo, atliekami programos patikslinimo ir adaptavimo veiksmai, po kurių jau pradedama įgyvendinti strategija. Pagrindinis reikalavimas šioje stadijoje yra užtikrinti įgyvendinimo kontrolę, be kurios strategija gali nukrypti nuo tikslų.                |
| <b>5 etapas – stebėsena</b>     | Autorius teigia, kad kampanijos niekada nevyksta, kaip suplanuota. Keičiasi tikslinė auditorija, atsiranda tokių sunkumų, kaip biudžeto apkarpymai, konkurencija ir pan. Dėl to, svarbu sekti visą sistemą kiekvienam žingsnyje.                                   |
| <b>6 etapas – peržiūrėjimas</b> | Stebėsenos duomenys parodo, ką toliau daryti, ar grįžti prie klausymo, ar planavimo. Jei duomenys parodo, kad tikslinė auditorija negauna žinutės, nemato naudos, kurią kampanija siūlo ar pan., tai reiškia, kad kampanija nepavyko, todėl reikia kažką pakeisti. |

Šaltinis: sudaryta autorės

J.M. Brysonas [6] siūlo 10 etapų strateginį modelį, kurio sudedamosios dalys yra šios:

- |                                         |                                                  |
|-----------------------------------------|--------------------------------------------------|
| 1. Organizacijos krypties nustatymas    | 6. Strategijos formulavimas                      |
| 2. Politikos formulavimas               | 7. Strateginio plano peržiūra ir adaptacija      |
| 3. Misijos / vertybių nustatymas        | 8. Esminių sprendimų priėmimas                   |
| 4. Aplinkos analizė                     | 9. Diegimas                                      |
| 5. Pagrindinių problemų identifikavimas | 10. Nuolatinė stebėsena ir rezultatų įvertinimas |

Grafiškai šis modelis pavaizduotas 2.7 pav.



2.7 pav. Socialinio marketingo strategija pagal J.M. Brysoną [6]

Brysono pasiūlytas modelis labai išsamus. Jis tarsi suskirstytas į dvi dalis, kurių pirmą susideda iš pagrindinių problemų identifikavimo. Į šią dalį įeina ir organizacijos krypties nustatymas, misijos ar vertybių nustatymas, politikos formulavimas ir aplinkos analizė. Autorius nagrinėja vidaus ir išorės aplinką veikiančius veiksnius. Antroje dalyje jau prieinama prie pačios strategijos formulavimo, peržiūros, diegimo ir įvertinimo.

Kaip matome, visos paminėtų autorių pasiūlytos strategijos turi panašumų ir skirtumų. Kai kurios strategijos detalesnės, kitos glaustesnės, tačiau visose jose yra būdingų bruožų. Juos palyginsime 2.13 lentelėje.

2.13 lentelė. Socialinio marketingo strategijų palyginimas

| Autoriai / socialinio marketingo strategijų bruožai | Ph. Kotler | D. McKenzie | N. Weinreich | J. French | A. Andrea | J. Bryson |
|-----------------------------------------------------|------------|-------------|--------------|-----------|-----------|-----------|
| Socialinės aplinkos analizė                         |            | X           |              | X         |           | X         |
| Tikslinės auditorijos apibrėžimas                   |            | X           |              | X         |           | X         |
| Tikslinės auditorijos analizė                       |            |             |              |           | X         |           |
| Pagrindinių problemų identifikavimas                |            |             |              |           |           | X         |
| Tikslų nustatymas                                   | X          |             |              | X         | X         | X         |
| Konkurencijos suvokimas                             | X          |             |              |           | X         | X         |
| 4P nustatymas                                       | X          |             |              |           | X         |           |
| Stebėsena ir vertinimas                             | X          | X           | X            | X         | X         | X         |
| Biudžeto sudarymas                                  | X          |             |              |           |           |           |
| Įgyvendinimas                                       | X          | X           | X            | X         | X         | X         |
| Testavimas                                          |            | X           | X            | X         | X         | X         |
| Planavimas                                          |            |             | X            |           | X         | X         |
| Žinutės sukūrimas                                   |            |             | X            | X         |           |           |
| Esminių sprendimų priėmimas                         |            |             |              |           |           | X         |
| Tobulinimas ir adaptavimas                          |            |             |              | X         | X         |           |
| Alternatyvų paieška                                 |            |             |              | X         |           |           |

Šaltinis: sudaryta autorės

Palyginus autorių pateiktų socialinio marketingo strategijų proceso etapus, galima daryti išvadą, kad labiausiai būdingi visų išvardytų autorių strategijoms etapai yra aštuoni:

- Socialinės aplinkos analizė;
- Tikslinės auditorijos apibrėžimas;
- Tikslų nustatymas;
- Konkurencijos suvokimas;
- Planavimas;
- Testavimas;
- Įgyvendinimas;
- Stebėsena ir vertinimas.

Šie etapai bus panaudoti kuriant strategijos modelį taikytiną emigracinių nuostatų problemai spręsti.

### 3. LIETUVOS ABSOLVENTŲ IR ABITURIENTŲ EMIGRACINIŲ NUOSTATŲ TYRIMAS

#### 3.1. Bendra emigracijos būklė Lietuvoje

##### 3.1.1. Emigracijos būklės Lietuvoje analizė

Emigracijos problema Lietuvoje vis dar kelia didelį susirūpinimą, nors ir dažnai girdima, kad emigrantai pradėjo grįžti į tėvynę ir padėtis gerėja. Iki šiol šešiaženkliais skaičiais gąsdinusi emigracijos statistika, šiandien gal jau nebėra tokia baisi? Norėdami išsiaiškinti, kokia yra emigracijos būklė Lietuvoje šiandien, turime paanalizuoti naujausius statistinius duomenis, kuriuos pateikia Statistikos departamentas prie Lietuvos Respublikos Vyriausybės [8].

3.1 lentelė. Tarptautinė migracija

|      | Imigravo | Emigravo | Migracijos saldo | 1000 gyventojų |           |                  |
|------|----------|----------|------------------|----------------|-----------|------------------|
|      |          |          |                  | Imigrantų      | Emigrantų | Migracijos saldo |
| 2001 | 4694     | 7253     | -2559            | 1,4            | 2,1       | -0,7             |
| 2002 | 5110     | 7086     | -1976            | 1,4            | 2,0       | -0,6             |
| 2003 | 4728     | 11032    | -6304            | 1,4            | 3,2       | -1,8             |
| 2004 | 5553     | 15165    | -9612            | 1,6            | 4,4       | -2,8             |
| 2005 | 6789     | 15571    | -8782            | 2,0            | 4,6       | -2,6             |
| 2006 | 7745     | 12602    | -4857            | 2,3            | 3,7       | -1,4             |
| 2007 | 8609     | 13853    | -5244            | 2,5**          | 4,1**     | -1,6**           |

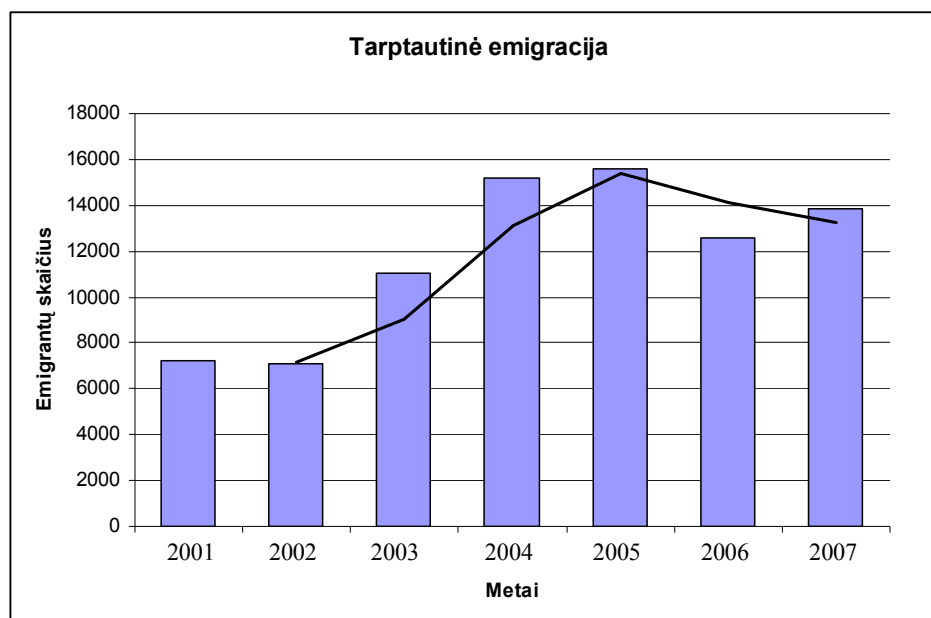
\* Pagal gyvenamosios vietos deklaravimo duomenis.

\*\* Išankstiniai duomenys.

Šaltinis: Statistikos departamentas

Iš 3.1 lentelėje pateiktų oficialiosios statistikos duomenų matome, kad nuo 2006 metų padėtis iš tiesų šiek tiek gerėja. Kritiškiausi metai buvo 2004 ir 2005, tuomet kasmet iš šalies išvykdavo po 15 tūkst. žmonių. 2006 metais šis skaičius buvo žymiai mažesnis, siekė vos 12 tūkst., 2007 metais vėl ėmė augti – 2005 metų masto nepasiekė, bet visgi išlieka nemažas – beveik 14 tūkst. Migracijos saldo taip pat išlieka nemažas: mažesnis nei 2005 metais, bet didesnis nei 2006 m. Taigi, duomenys rodo, kad 2007 metais tūkstančiui Lietuvos gyventojų tenka 4,1 emigranto. Vadinasi, emigracijos padėtis Lietuvoje, gal ir nėra tokia kritinė, kaip 2005 m., tačiau išlieka pakankamai didelė, o tai rodo, kad emigracijos problema Lietuvoje vis dar yra grėsminga.

Kaip emigracijos augimas pasiskirsto per metus, pavaizdavome 3.1 pav.



3.1 pav. Tarptautinė emigracija [8]

3.2 lentelė. Emigracija, tūkst.

|                                    | 2001–2002   | 2003        | 2004        | 2005        | 2006        | 2007        |
|------------------------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| <b>Asmenys, deklaravę išvykimą</b> | <b>14,3</b> | <b>11,0</b> | <b>15,2</b> | <b>15,6</b> | <b>12,6</b> | <b>13,9</b> |
| iš jų                              |             |             |             |             |             |             |
| 15 metų amžiaus ir vyresni         | 12,1        | 9,5         | 13,2        | 13,4        | 10,7        | 11,7        |
| Vyrai                              | 6,2         | 4,4         | 6,1         | 6,4         | 5,1         | 5,5         |
| Moterys                            | 5,9         | 5,1         | 7,1         | 7,0         | 5,6         | 6,2         |

Šaltinis: Statistikos departamentas

Iš 3.2 lentelėje pateiktų duomenų matome, kad 2007 metais daugiausia išvyko darbingo amžiaus žmonės. Didesnę išvykusiųjų dalį sudarė moterys – 6,2 tūkst. Įdomu yra tai, kad nuo pat 2001 metų emigravo daugiau moterų nei vyrų. Tai rodo, kad Lietuvoje padėtis moterims yra blogesnė darbo ir socialiniu požiūriu.

Toliau pateikti Statistikos departamento duomenys rodo, į kokias šalis lietuviai emigruoja.

3.3 lentelė. Emigrantai, deklaravę išvykimą, pagal būsimą gyvenamąją vietą

|                    | 2001–2002    | 2003         | 2004         | 2005         | 2006         | 2007         |
|--------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| <b>Iš viso</b>     | <b>14339</b> | <b>11032</b> | <b>15165</b> | <b>15571</b> | <b>12602</b> | <b>13853</b> |
| Jungtinė Karalystė | 414          | 980          | 3525         | 4223         | 3223         | 3659         |
| Airija             | 143          | 276          | 1009         | 2073         | 1313         | 1616         |
| JAV                | 1526         | 2302         | 2980         | 2010         | 1771         | 1540         |
| Vokietija          | 1520         | 1204         | 1727         | 1473         | 1114         | 1277         |
| Ispanija           | 293          | 465          | 730          | 794          | 766          | 841          |
| Kitos              | 10443        | 5805         | 5194         | 4998         | 4415         | 4920         |

Šaltinis: Statistikos departamentas

Matome, kad Jungtinė Karalystė išlieka lyderė tarp emigruojančių tautiečių. 2007 metais jų ten išvyko net 3659. Beveik per pus mažiau lietuvių išvyko į Airiją, JAV ir kitas šalis. Nors Ispanija labai garsiai eskaluojama, kaip Lietuvos emigrantų šalis, tačiau į ją išvykusių tautiečių stebėtinai mažai, vos 841. Vis dėlto reikia pasakyti, kad palyginus su ankstesniais metais, lietuvių emigracija į Ispaniją nuosekliai auga.

Toliau panagrinėkime, kokie žmonės 2007 metais išvyko iš Lietuvos.

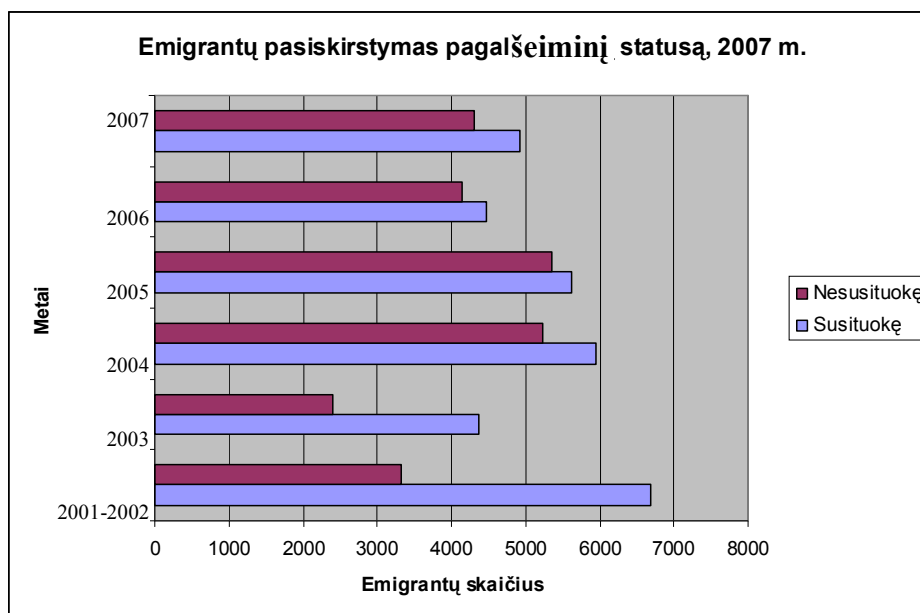
3.4 lentelė. Emigrantai, deklaravę išvykimą, pagal lytį ir šeiminių padėtį (18 metų amžiaus ir vyresni)

|           | Iš viso | Šeiminė padėtis     |           |         |           |            |
|-----------|---------|---------------------|-----------|---------|-----------|------------|
|           |         | nebuvo<br>susituokę | susituokę | našliai | išsituokę | nenurodyta |
| 2001–2002 |         |                     |           |         |           |            |
| Iš viso   | 11805   | 3327                | 6678      | 553     | 990       | 257        |
| Vyrai     | 6069    | 1997                | 3443      | 69      | 426       | 134        |
| Moterys   | 5736    | 1330                | 3235      | 484     | 564       | 123        |
| 2003      |         |                     |           |         |           |            |
| Iš viso   | 9108    | 2393                | 4373      | 290     | 738       | 1314       |
| Vyrai     | 4189    | 1200                | 2114      | 46      | 319       | 510        |
| Moterys   | 4919    | 1193                | 2259      | 244     | 419       | 804        |
| 2004      |         |                     |           |         |           |            |
| Iš viso   | 12675   | 5234                | 5948      | 258     | 1235      | -          |
| Vyrai     | 5858    | 2651                | 2677      | 35      | 495       | -          |
| Moterys   | 6817    | 2583                | 3271      | 223     | 740       | -          |
| 2005      |         |                     |           |         |           |            |
| Iš viso   | 12923   | 5360                | 5625      | 275     | 1663      | -          |
| Vyrai     | 6178    | 2807                | 2600      | 34      | 737       | -          |
| Moterys   | 6745    | 2553                | 3025      | 241     | 926       | -          |
| 2006      |         |                     |           |         |           |            |
| Iš viso   | 10328   | 4140                | 4481      | 213     | 1494      | -          |
| Vyrai     | 4941    | 2178                | 2097      | 28      | 638       | -          |
| Moterys   | 5387    | 1962                | 2384      | 185     | 856       | -          |
| 2007      |         |                     |           |         |           |            |
| Iš viso   | 11218   | 4305                | 4926      | 271     | 1716      | -          |
| Vyrai     | 5264    | 2144                | 2368      | 44      | 708       | -          |
| Moterys   | 5954    | 2161                | 2558      | 227     | 1008      | -          |

Šaltinis: Statistikos departamentas

Matome, kad pastaraisiais metais daugiausia išvyko šeimos, t. y. susituokę asmenys, iš kurių 2368 vyrai ir 2558 moterys. Nors nemaža dalis išvyko ir nesusituokusių lietuvių – 4305. Skirtumas tarp susituokusių ir nesusituokusių emigrantų nuo 2001 metų varijuoja. 3.2 pav. matome pavaizduotą skirtumą tarp susituokusių ir nesusituokusių emigrantų. Didžiausias skirtumas buvo 2001–2002 metais, tuomet daug išvyko asmenų, turinčių šeimas. Toliau su kiekvienais metais šis

skirtumas mažėjo, tai rodo, kad išvyko vis daugiau jaunų, nesusituokusių žmonių, taip pat ir studentų.



3.2 pav. Emigrantų pasiskirstymas pagal šeiminių statusą [8]

Apie asmenis, nedeklaravusius savo išvykimo, Statistikos departamentas deja pateikia duomenis tik iki 2006 metų. Panagrinėkime juos išsamiau.

3.5 lentelėje pateikti duomenys rodo, nedeklaravusių išvykimo emigrantų skaičių pagal išvykimo priežastį.

3.5 lentelė. Emigrantai, nedeklaravę išvykimo, pagal išvykimo priežastį

|                         | 2001–2002   | 2003        | 2004        | 2005        | 2006        |
|-------------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| <b>Iš viso, tūkst.</b>  | <b>23,2</b> | <b>11,7</b> | <b>17,3</b> | <b>32,5</b> | <b>15,2</b> |
| Dirbti                  | 14,1        | 9,6         | 13,8        | 26,6        | 9,6         |
| Mokytis                 | 0,9         | 0,5         | 0,7         | 1,4         | 1,0         |
| Dėl šeiminių aplinkybių | 4,0         | 1,3         | 0,8         | 2,9         | 2,1         |
| Kitos                   | 4,2         | 0,3         | 2,0         | 1,6         | 2,5         |

Šaltinis: Statistikos departamentas

Matome, kad 2006 metais daugiausia asmenų išvyko dirbti – net 9,6 tūkst. Šis skaičius palyginti su 2005 metais stipriai mažesnis, bet nepamirškime, kad 2005 metai buvo kritiniai emigracijos požiūriu. Mokytis išvyko palyginus nedaug, tik tūkstantis asmenų. Už užsieniečių ištekęjo / vedė du tūkstančiai lietuvių.

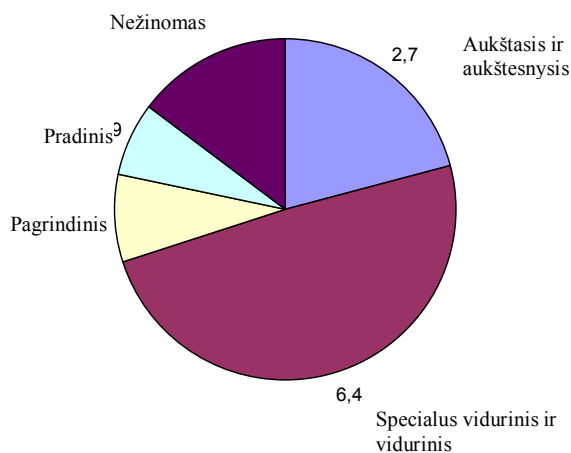
3.6 lentelė. Emigrantai, nedeklaravę išvykimo, pagal išsilavinimą (16 metų amžiaus ir vyresni)

|                                  | 2001–2002   | 2003        | 2004        | 2005        | 2006        |
|----------------------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| <b>Iš viso, tūkst.</b>           | <b>19,5</b> | <b>10,9</b> | <b>16,3</b> | <b>27,7</b> | <b>13,0</b> |
| Aukštasis ir aukštesnysis        | 3,6         | 1,6         | 4,3         | 3,5         | 2,7         |
| Specialus vidurinis ir vidurinis | 11,5        | 7,5         | 8,7         | 17,4        | 6,4         |
| Pagrindinis                      | 0,6         | 0,8         | 0,9         | 2,0         | 1,1         |
| Pradinis                         | 0,5         | 0,2         | -           | 0,2         | 0,9         |
| Nežinomas                        | 3,3         | 0,8         | 2,4         | 4,6         | 1,9         |

Šaltinis: Statistikos departamentas

3.6 lentelėje matome, kokio išsilavinimo asmenys išvyko iš Lietuvos. 2006 metų pasiskirstymą pavaizduosime grafiškai (žr. 3.3 pav.)

**Emigrantų pasiskirstymas pagal išsilavinimą, 2006 m. (tūkst.)**



3.3 pav. Emigrantų pasiskirstymas pagal išsilavinimą [8]

Matome, kad daugiausiai per 2006 metus išvyko mažai išsilavinusių žmonių, greičiausiai aukštos ir vidutinės kvalifikacijos darbininkai. Tokio išsilavinimo emigrantų daugiausia išvyko iš Lietuvos nuo pat 2001 metų. Didžiausia dalis išsilavinusių asmenų išvyko 2004 metais, vėliau šis skaičius ėmė mažėti. 2006 metais išvyko 2,7 tūkst. išsilavinusių asmenų.

Kokios visgi kvalifikacijos buvo šie žmonės, rodo 3.7 lentelės duomenys.

3.7 lentelė. Migrantai, nedeklaravę išvykimo, pagal kvalifikacijos lygmenį (15 metų amžiaus ir vyresni)

|                                     | 2001–2002   | 2003        | 2004        | 2005        | 2006        |
|-------------------------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| <b>Iš viso, tūkst.</b>              | <b>19,5</b> | <b>10,9</b> | <b>16,0</b> | <b>28,1</b> | <b>13,0</b> |
| Aukštos kvalifikacijos darbuotojai  | 17,9        | 12,0        | 20,2        | 11,4        | 14,6        |
| Žemesnės kvalifikacijos darbuotojai | 5,1         | 8,3         | 12,2        | 10,7        | 9,2         |
| Kvalifikuoti darbininkai            | 16,8        | 29,4        | 18,4        | 18,2        | 24,6        |
| Nekvalifikuoti darbininkai          | 5,1         | 8,3         | 1,2         | 3,6         | 12,3        |
| Profesija nežinoma                  | 55,1        | 42,0        | 48,0        | 56,1        | 39,3        |

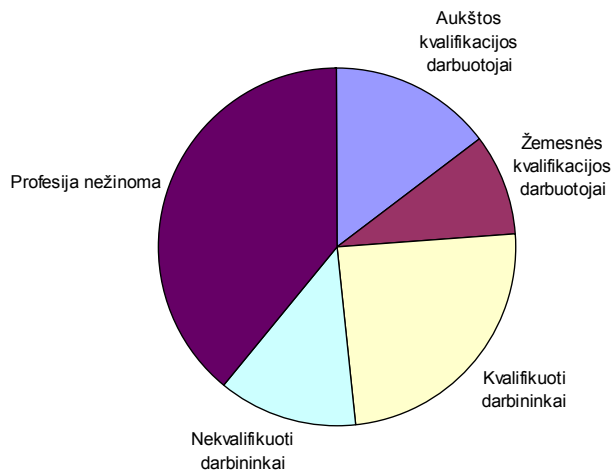
<sup>1</sup> Pagal Lietuvos profesijų klasifikatorių (aukštos kvalifikacijos darbuotojams priskirtos 1–3, žemesnės kvalifikacijos darbuotojams – 4–5, kvalifikuotiems darbininkams – 6–8, nekvalifikuotiems – 9 profesijų grupės).

<sup>2</sup> Nedeklaruotos emigracijos tyrimo duomenys.

Šaltinis: Sstatistikos departamentas

Taigi, 2006 metais daugiausia išvyko kvalifikuotų darbininkų. Aukštos kvalifikacijos darbininkų daugiausia išvyko 2004 metais, o nekvalifikuotų emigrantų skaičius, palyginti su kitais metais, vis dėl to didžiausias buvo 2006 metais. 2006 metų emigrantų pasiskirstymą pagal kvalifikaciją pavaizduosime grafiškai (žr. 3.4 pav.).

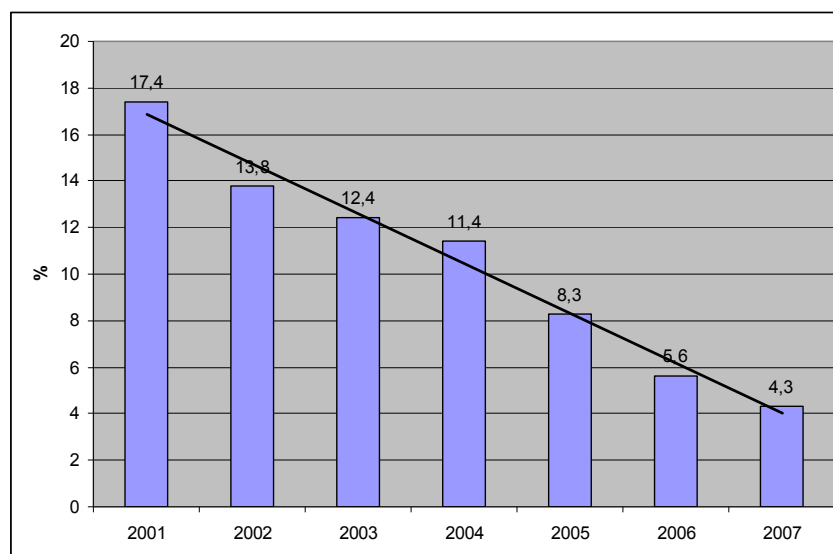
Emigrantų pasiskirstymas pagal kvalifikaciją, 2006 m.



3.4 pav. Emigrantų pasiskirstymas pagal kvalifikaciją [8]

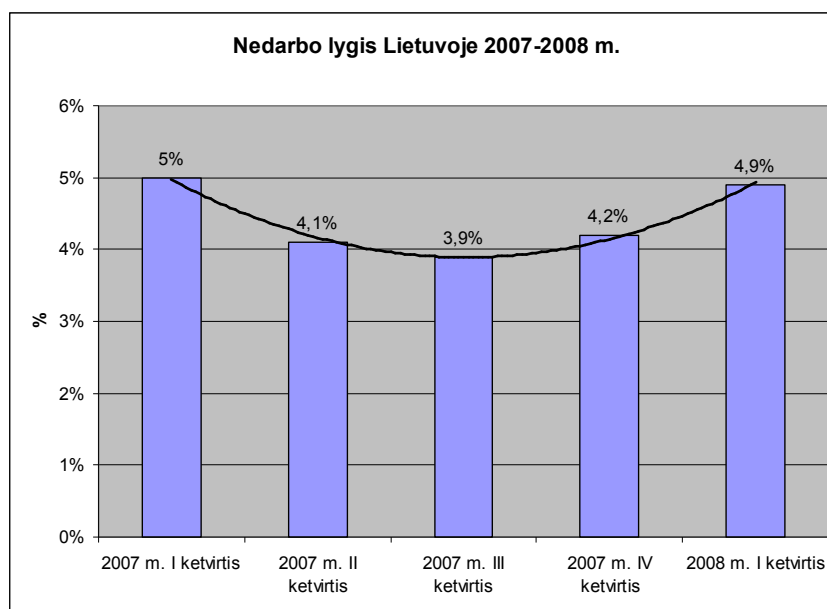
### 3.1.2. Darbo rinkos Lietuvoje analizė

Taip pat svarbu panagrinėti, kaip pastaraisiais metais keitėsi darbo rinka Lietuvoje. 3.5 grafike matome, kaip kito bendras nedarbo lygis šalyje per pastaruosius septynerius metus.



3.5 pav. Nedarbo lygis Lietuvoje 2001–2007 m. [8]

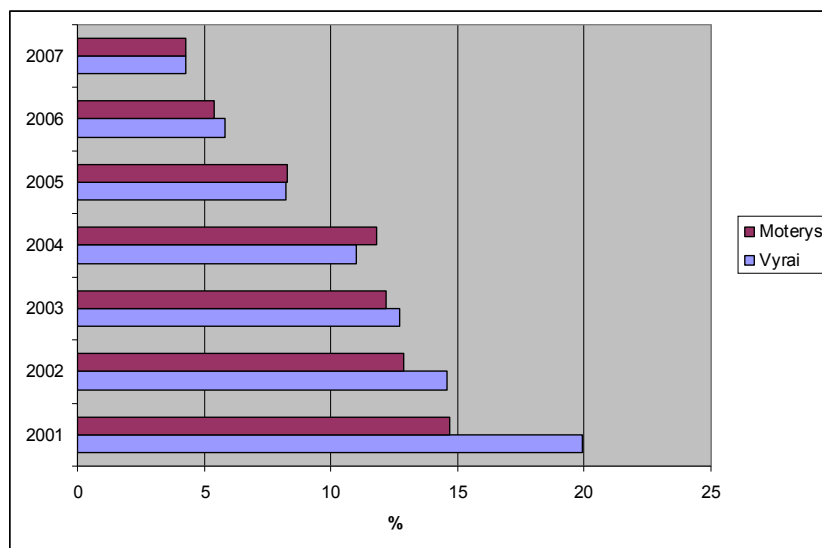
Matome akivaizdų nedarbo lygio mažėjimą per pastaruosius septynerius metus. 2001 metais jis buvo didžiausias ir siekė 17,4 proc. Bendras nedarbo lygis 2007 metais siekė vos 4,3 proc. Jei panagrinėtume 2007–2008 metus ketvirčiais, matytume nežymų nedarbo lygio svyravimą. I ketvirtyje nedarbo lygis buvo didžiausias, siekė net 5 proc., paskui ėmė mažėti ir III ketvirtyje buvo mažiausias – 3,9 proc. Vėliau vėl pastebimas augimas – 2008 metų I ketvirtyje nedarbo lygis paaugo iki 4,9 proc. Pavaizduokime tai grafiškai (žr. 3.6 pav.).



3.6 pav. Nedarbo lygio kitimas ketvirčiais [8]

3.6 grafike matome, kaip pasiskirsto nedarbo lygis tarp moterų ir vyrų. Nuo 2001 metų moterų nedarbo lygis visada buvo didesnis nei vyrų, tik 2007 metais jis išsilygino. Dėl to galima daryti

prielaidą, kad tai nulėmė didesnę emigruojančių moterų skaičių Lietuvoje per pastaruosius septynerius metus.



3.7 pav. Nedarbo lygio pasiskirstymas pagal lytį [8]

Emigracijai taip pat įtakos turi vidutinis darbo užmokestis. Pažiūrėkime, kaip jis kito per pastaruosius metus.

Statistikos departamento duomenimis, vidutinis mėnesinis bruto darbo užmokestis šalies ūkyje (be individualių įmonių) pirmąjį 2008 m. ketvirtį sudarė 2151,3 lito ir, palyginti su pirmuoju 2007 m. ketvirčiu, padidėjo 23,8 proc., valstybės sektoriuje – 2178,5 lito ir, palyginti su pirmuoju 2007 m. ketvirčiu, padidėjo 23,0 proc., privačiame sektoriuje – 2135,8 lito ir buvo 24,3 proc. didesnis negu pirmąjį praėjusių metų ketvirtį.

Vidutinis mėnesinis bruto darbo užmokestis pirmąjį 2008 m. ketvirtį, palyginti su ketvirtuoju 2007 m. ketvirčiu, padidėjo: šalies ūkyje – 4,8 proc., valstybės sektoriuje – 7,0 proc., privačiame sektoriuje – 3,6 proc.

Darbo užmokesčio didėjimą pirmąjį 2008 m. ketvirtį, palyginti su ketvirtuoju 2007 m. ketvirčiu, lėmė nuo 2008 m. sausio 1 d. padidinta minimalioji mėnesinė alga (nuo 700 iki 800 Lt), minimalusis valandinis atlygis (nuo 4,19 iki 4,85 Lt) ir bazinė mėnesinė alga (nuo 115 iki 128 Lt).

Vidutinis mėnesinis neto darbo užmokestis šalies ūkyje (be individualių įmonių) pirmąjį 2008 m. ketvirtį sudarė 1650,6 lito, ir palyginti su pirmuoju 2007 m. ketvirčiu, padidėjo 26,3 proc., valstybės sektoriuje – 1670,5 lito ir buvo 25,6 proc. didesnis negu pirmąjį 2007 m. ketvirtį, privačiame sektoriuje – 1639,3 lito ir buvo 26,8 proc. didesnis, palyginti su pirmuoju 2007 m. ketvirčiu.

Vidutinis mėnesinis neto darbo užmokestis pirmąjį 2008 m. ketvirtį, palyginti su ketvirtuoju 2007 m. ketvirčiu, padidėjo: šalies ūkyje – 8,1 proc., valstybės sektoriuje – 10,2 proc., privačiame sektoriuje – 6,9 proc.

Spartesniau neto darbo užmokesčio didėjimui pirmąjį 2008 m. ketvirtį turėjo įtakos nuo 2008 m. sausio 1 d. nuo 27 iki 24 procentų sumažintas gyventojų pajamų mokesčio tarifas.

Realusis darbo užmokestis šalies ūkyje (be individualių įmonių) pirmąjį 2008 m. ketvirtį, palyginti su pirmuoju 2007 m. ketvirčiu, padidėjo 14,2 proc., valstybės sektoriuje – 13,6 proc., privačiame sektoriuje – 14,6 proc.

Realusis darbo užmokestis pirmąjį 2008 m. ketvirtį, palyginti su ketvirtuoju 2007 m. ketvirčiu, padidėjo: šalies ūkyje – 4,5 proc., valstybės sektoriuje – 6,6 proc., privačiame sektoriuje – 3,4 proc.

Taigi, išanalizavus Statistikos departamento pateiktus naujausius duomenis apie emigracijos ir darbo rinkos būklę Lietuvoje, galima daryti tokias išvadas:

1. Nuo 2006 metų emigracijos mastas Lietuvoje sumažėjo, o 2007 metais vėl nežymiai auga. Tais metais iš viso išvyko iš šalies 13 853 lietuviai. Taigi, emigracijos problema Lietuvoje vis dar išlieka grėsminga.
2. 2007 metais tarp emigravusių lietuvių daugiausia sudarė darbingo amžiaus žmonės. Emigravo daugiau moterys nei vyrai. Tai rodo, kad socialinė ir ekonominė situacija Lietuvoje mažiau palanki moterims nei vyrams.
3. 2007 metais daugiausia lietuvių emigravo į Jungtinę Karalystę – 3659 asmenys. Antroje vietoje yra Airija, JAV, Vokietija, Ispanija.
4. Nuo 2001 metų nuolat didėja nesusituokusių asmenų emigravimas. 2007 metais jis beveik tokio pačio masto, kaip ir susituokusių. Tai rodo, kad tarp emigruojančių lietuvių vis daugiau išvyksta jaunų, neturinčių šeimų asmenų.
5. Tarp nedeklaravusių išvykimo piliečių, 2006 metais daugiausia asmenų išvyko darbo tikslais, net 9,6 tūkst. Šis skaičius palyginti su 2005 metais stipriai mažesnis, bet reikia nepamiršti, kad 2005 metai buvo kritiniai emigracijos požiūriu. Neturint duomenų, deja, negalima įvertinti, ar 2006 metų išvykusių dirbti emigrantų skaičius išaugo, ar sumažėjo. Mokyti išvyko palyginus nedaug, tik tūkstantis asmenų. Už užsieniečių ištekęs / vedė du tūkstančiai lietuvių.
6. 2006 metais daugiausia išvyko asmenų su specialiuoju viduriniu, viduriniu išsilavinimu. Didesnė jų dalis – kvalifikuoti arba aukštos kvalifikacijos darbininkai.
7. Bendras nedarbo lygis nuo 2001 iki 2007 metų stipriai mažėjo: 2001 metais jis siekė net 17,4%, o 2007 metais jis buvo 4,3 %. Išanalizavus nedarbo lygio kitimą ketvirčiais per pastaruosius metus, matomas nežymus svyravimas. 2007 m. I ketvirtyje nedarbo lygis buvo didžiausias, siekė net 5 %, paskui ėmė mažėti ir III ketvirtyje buvo mažiausias – 3,9 %. Vėliau vėl pastebimas augimas – 2008 metų I ketvirtyje nedarbo lygis pakilo iki 4,9 %.

8. Nuo 2001 iki 2006 metų moterų nedarbo lygis visada buvo didesnis nei vyrų, dėl to galima daryti prielaidą, kad tai galėjo turėti įtakos didesniai emigruojančių moterų skaičiui Lietuvoje.
9. Vidutinis darbo užmokestis pirmąjį 2008 m. ketvirtį sudarė 2151 litą, ir, palyginti su pirmuoju 2007 m. ketvirčiu, padidėjo 23,8 proc.

### **3.1.3. Akademinio jaunimo emigracijos situacija Lietuvoje ir jos grėsmės**

Kasmet per studijų užsienyje ir tarptautinių mainų programas (Socrates / Erasmus, Eureka, Leonardo da Vinci ir kitas), gaudami užsienio mokslo įstaigų stipendiją ir individualiomis pastangomis iš Lietuvos į užsienį studijuoti išvažiuoja apie kelis tūkstančius studentų. Tikslus išvykstančiųjų skaičius nėra žinomas, tačiau vien per Socrates / Erasmus programą 2005–2006 mokslo metais programą studijuoti į kitas šalis išvyko apie 1450 Lietuvos aukštųjų mokyklų studentų [47]. Daugeliu atvejų jų buvimas užsienyje trunka 2–6 mėnesius, rečiau – 1 metus ar daugiau. Būdami užsienyje studentai įgyja platesnės akademinio darbo, kultūrinės, kalbinės ir tarptautinio bendravimo patirties. Dėl didesnių stipendijų Vakarų šalių universitetuose taip pat patiriama ekonominė nauda. Pagrindiniai studentų srautai krypsta į Europos Sąjungos šalių ir Šiaurės Amerikos aukštąsias mokyklas. Šalia Lietuvos universitetų išlaikomų studijų užsienyje informacijos centrų, aktyviai veikia [www.langas.net](http://www.langas.net) – studentus iš Lietuvos telkiantis internetinis puslapis ir diskusijų forumas, be kita ko, informuojantis apie įsidarbinimo bei studijų galimybes ir sąlygas Airijoje, Danijoje, Jungtinėje Karalystėje, Islandijoje, JAV, Kanadoje, Norvegijoje, Olandijoje, Prancūzijoje, Suomijoje, Švedijoje, Šveicarijoje ir Vokietijoje.

Ši migracijos rūšis didesnių problemų nekelia. Problemiška ji tampa tuomet, kai perauga į kitas migracijos rūšis – trumpam laikotarpiui išvykusieji studentai pasilieka užsienyje dirbti, sukuria šeimas ar tampa „protu nutekėjimo“ kategorija, kai akademinę karjerą toliau tęsia užsienyje ir nebegrižta į Lietuvą.

#### **Ekonominės grėsmės.**

*Kvalifikacinio potencialo praradimas.* Šio tipo grėsmės yra tapačios specialistų ar mokslininkų emigracijos keliamoms grėsmėms – studijuojantis jaunimas potencialiai yra kvalifikuota darbo jėga, kuri turi užtikrinti ekonominę plėtrą. Studijuojančio jaunimo emigracija dažniausiai yra etapas į ilgalaikę emigraciją – užsienyje įgytas išsilavinimas skatina ieškoti geriau apmokamo darbo už Lietuvos ribų. Lietuvoje dalį ar visą išsilavinimą gavusio jaunimo išvykimas iš Lietuvos mažina Lietuvos švietimo sistemos efektyvumą – valstybės lėšos, skiriamos švietimo sistemai nepasiteisina, nes įgytas išsilavinimas išnaudojamas emigracijoje, o Lietuva praranda potencialų kvalifikuotą darbuotoją.

### **Socialinės grėsmės.**

*Švietimo sistemos degradacija.* Jaunimo pasirinkimas aukštąjį išsilavinimą įgyti ne Lietuvoje, o užsienyje menkina Lietuvos švietimo sistemos prestižą. Tai gali didinti švietimo kokybės prastėjimą – bendras studijuojančiųjų Lietuvoje gebėjimų lygis gali sumažėti, o kartu dar labiau skatinti gabesnius jaunos žmones ieškoti išsilavinimo įgijimo galimybių už Lietuvos ribų. Toks uždaras ratas gali gana greitai sukurti negatyvų filtrą, kuris lemtų, kad Lietuvoje lieka tik vidutinių sugebėjimų jaunimas, sunkiai gebantis konkuruoti globalioje rinkoje.

## **3.2. Atlikto tyrimo aprašymas**

Emigracija yra reiškinys, kurį lemia labai daug įvairių socialinių, politinių, ekonominių, geografinių, kultūrinių veiksnių. Šie veiksniai skirtingai lemia įvairias gyventojų grupes. Baigiamojo magistrinio darbo apimtis yra per maža, kad būtų galima atlikti jaunimo emigracinių nuostatų tyrimą visos šalies mastu, todėl buvo pasirinktas toks jaunimas, kuris šiuo metu yra ant pasirinkimo slenksčio – likti Lietuvoje ar išvykti. Tai abiturientai ir bakalauro bei magistrantūros studijų paskutiniojo kurso studentai. Tyrime dalyvavo trys respondentų grupės: Joniškio miesto M. Slančiausko gimnazijos abiturientai, VGTU Vadybos fakulteto bakalauro studijų ketvirto kurso studentai ir VGTU Vadybos fakulteto magistrantūros studijų antro kurso studentai.

Siekiant užtikrinti ne didesnę nei 7 proc. statistinę paklaidą respondentų imtis, kuomet generalinė visuma yra 473, turėtų būti ne mažesnė nei 139 respondentai. Iš viso apklausta 65 abiturientai ir 135 universiteto absolventai.

Tyrimui pasirinktas apklausos metodas, o apklausai atlikti naudojama anketavimo forma. Pasirinktas būtent anketavimas, nes ši forma yra plačiausiai taikoma ir per gana trumpą laiką galima surinkti pakankamai duomenų tolesniam tyrimui vykdyti. Anketinė apklausa buvo vykdoma išdalinant anketas respondentams į rankas.

Sudarant klausimus atsižvelgta į tai, kad jie atitiktų tyrimo tikslus, formulavimas būtų tinkamas ir suprantamas žmonėms, kurie bus apklausiami ir kad klausimai būtų kuo tikslesni ir aiškesni. Anketoje daugiausia naudota dichotominiai ir uždarieji klausimai. Anketa yra anoniminė ir tyrimui bus naudojami tik apibendrinti duomenys.

Atliekant tyrimą buvo panaudotos dvi skirtingos anketos. Viena anketa skirta apklausti abiturientus, kita skirta apklausti bakalauro ir magistrantūros studijų absolventus.

Abiturientų anketa sudaryta iš trijų dalių. Pirmą dalį skirta išsiaiškinti respondentų lytį, amžių, šeimos turtinę padėtį, pažymių vidurkį, moksleivių nuomonę apie privalomąją karinę prievolę (toliau PKP) ir jų ryšį su užsieniu. Antra dalis skirta išsiaiškinti, kokie yra moksleivių ateities planai. Trečiojoje dalyje buvo apklausti tik tie respondentai, kurie ketina išvykti į užsienį.

Šiame bloke pateikti klausimai, kurie padėtų išsiaiškinti ketinimo išvykti į užsienį priežastis, planus grįžti arba negrįžti į Lietuvą, laiką, kuriam planuojama išvykti.

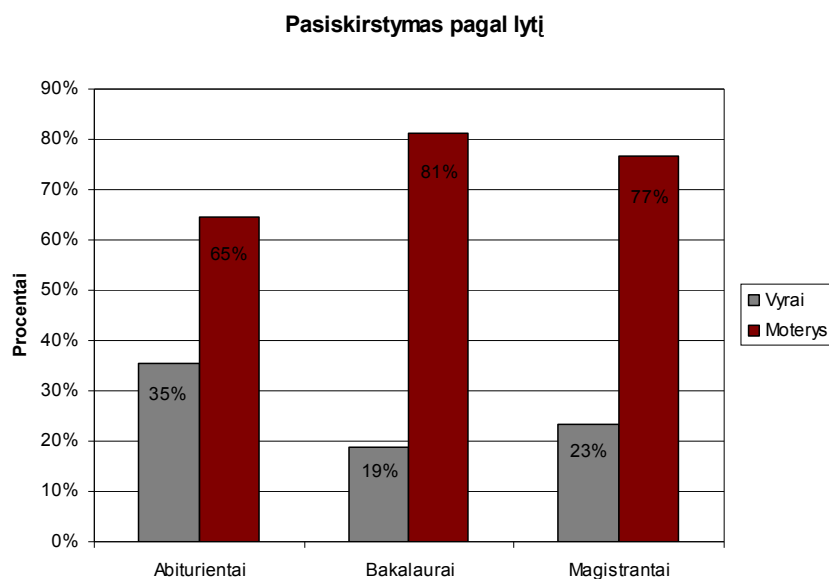
Absolventų anketa sudaryta iš keturių dalių. Pirmoje dalyje siekiama išsiaiškinti absolventų lytį, amžių, šeimos turtinę padėtį, ryšį su užsienių, taip pat ar ketina pasiimti paskolą. Antroje dalyje siekiama išsiaiškinti absolventų darbinę padėtį, santykius su darbdaviu, ar tenkina atlyginimas, ar sieja ateitį su esamu darbu. Trečioje dalyje siekiama išsiaiškinti absolventų nuomonę apie gyvenimo kokybę Lietuvoje, kaip vertina perspektyvas darbo rinkoje baigus studijas ir pan. Ketvirta dalis, kaip ir abiturientų anketoje, skirta tiems absolventams, kurie ketina išvykti į užsienį. Šioje dalyje pateikti klausimai padės išsiaiškinti, dėl kokių priežasčių ketinama išvykti, ar ilgam ketinama išvykti.

Pirmiausia atliksime vienmatę statistinę analizę, t. y. kintamuosius nagrinėsime kiekvieną atskirai. Šiai analizei atlikti naudosime aprašomosios statistikos metodus: duomenų grupavimą ir grafinį stebėjimų vaizdavimą.

### 3.3. Tyrimo rezultatai

#### Bendra apžvalga

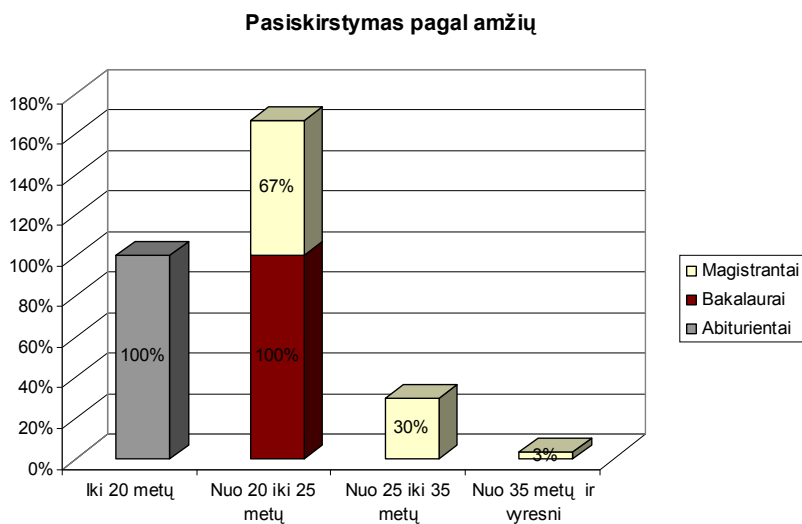
Kaip jau minėta, iš viso apklausoje dalyvavo 200 respondentų, iš jų 65 abiturientai ir 135 absolventai (75 bakalaurai ir 60 magistrantai). Tarp respondentų iš viso buvo 149 moterys ir 51 vyras.



3.8 pav. Atskirų respondentų grupių pasiskirstymas pagal lytį

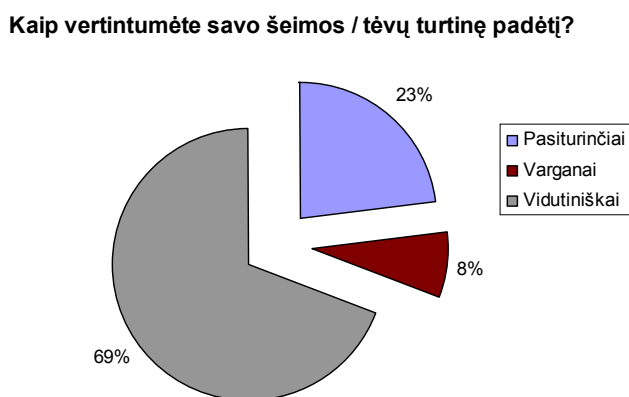
Pagal amžių respondentai pasiskirstė taip: visi abiturientai nuo 18 iki 20 metų, visi bakalai ir 40 magistrantų iki 25 metų, 18 magistrantų nuo 25 iki 35 metų ir 2 magistrantai virš 35 metų.

3.9. paveiksle matome, kaip jie pasiskirsto pagal amžių.



3.9 pav. Respondentų pasiskirstymas pagal amžių

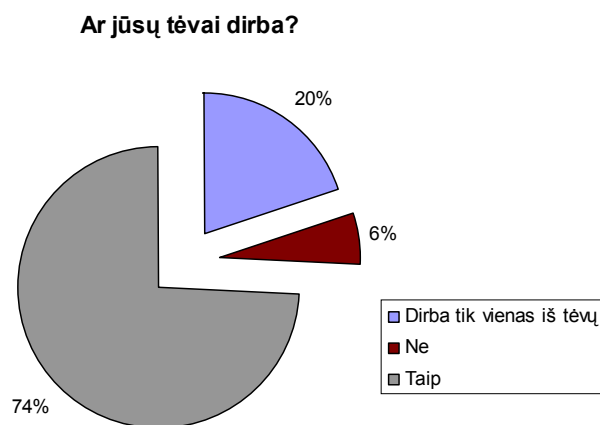
Abiturientams buvo pateiktas klausimas, kaip jie vertina savo šeimos turtinę padėtį (žr. 3.10 pav.).



3.10 pav. Abiturientų pasiskirstymas pagal šeimos turtinę padėtį

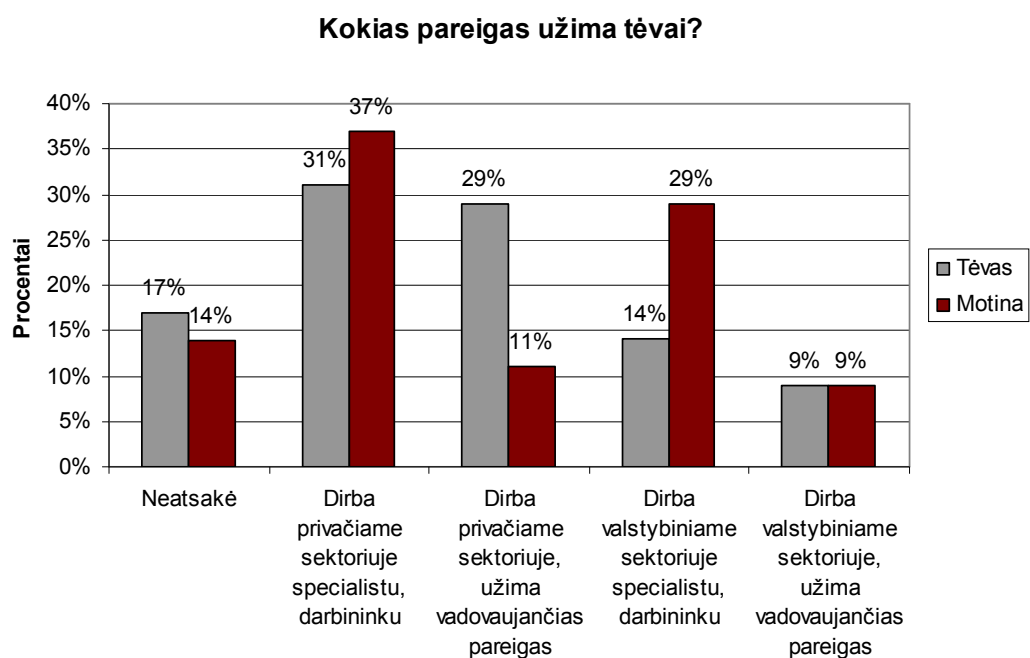
Taigi matome, kad didesnė dalis abiturientų (69 proc.) savo turtinę padėtį vertina vidutiniškai, 23 proc. save laiko pasiturinčia šeima, o 8 proc. gyvena vargingai. Apklausus bakalaurus ir

magistrantus apie jų šeimų padėtį, paaiškėjo, kad didesnė dalis (74 proc.) absolventų tėvų turi darbus, 20 proc. dirba tik vienas iš tėvų ir 6 proc. nei vienas iš tėvų nedirba (žr. 3.11 pav.).



3.11 pav. Abiturientų pasiskirstymas pagal tėvų užimtumą

Taip pat išsiaiškinome, kokias pareigas užima absolventų tėvai, ir koks jų atlyginimas (žr. 3.12 pav.).

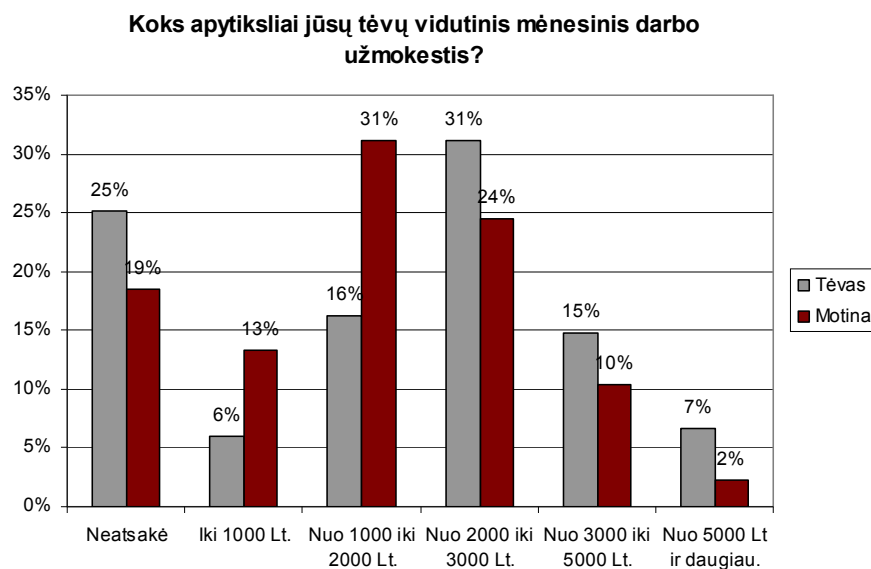


3.12 pav. Abiturientų pasiskirstymas pagal tėvų pareigas

Daugiausia absolventų tėvų dirba privačiame sektoriuje specialistais, darbininkais – 31 proc. tėvų ir 37 proc. motinų. Privačiame sektoriuje vadovaujančias pareigas užima 29 proc. absolventų tėvų ir tik 11 proc. motinų. Valstybiniame sektoriuje paprastais darbuotojais dirba 14 proc. tėvų ir

29 proc. motinų, o valstybiniame sektoriuje vadovaujančias pareigas užima 9 proc. tėvų ir 9 proc. motinų.

Toliau tirta, koks vidutinis absolventų tėvų darbo užmokestis (žr. 3.13 pav.).

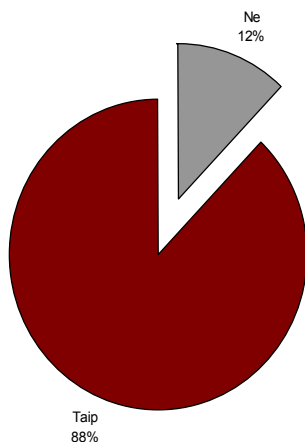


3.13 pav. Abiturientų pasiskirstymas pagal tėvų vidutinį mėnesinį darbo užmokestį

Taigi, matome, kad didžiausios dalies (31 proc.) absolventų tėvų atlyginimas yra nuo 2000 Lt iki 3000 Lt. O didžiausia dalis absolventų motinų (31 proc.) gauna nuo 1000 Lt iki 2000 Lt. Didesnį nei 5000 Lt atlyginimą gauna tik 7 proc. absolventų tėvų ir 2 proc. motinų. O iki 1000 Lt. gauna 6 proc. tėvų ir 13 proc. motinų.

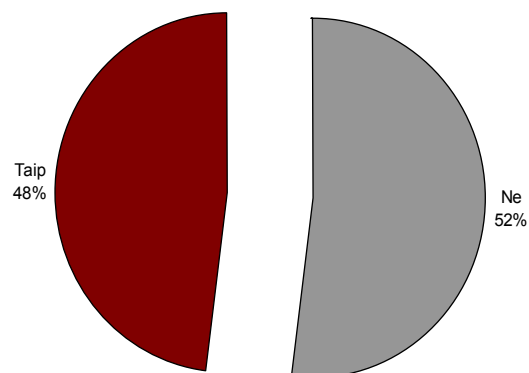
Toliau tyrėme respondentų ryšį su užsieniu. 88 proc. abiturientų buvo išvykę į užsienį. Tiriant absolventus, pateiktas klausimas, ar jie buvo išvykę į užsienį studijų metu. 48 proc. absolventų atsakė teigiamai.

Ar kada nors buvote išvykę į užsienį?



3.14 pav. Abiturientai

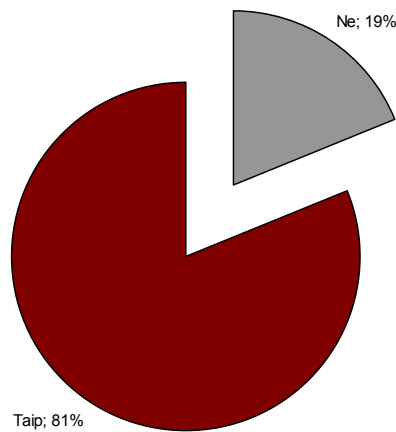
Ar jūs studijų metu buvote išvykę į užsienį dirbti/studijuoti?



3.15 pav. Absolventai

81 proc. visų respondentų turi artimų draugų / šeimos narių, kurie šiuo metu gyvena užsienyje (žr. 3.16 pav.).

**Ar turite artimų draugų/šeimos narių, kurie šiuo metu gyvena/dirba/studijuoja užsienyje?**

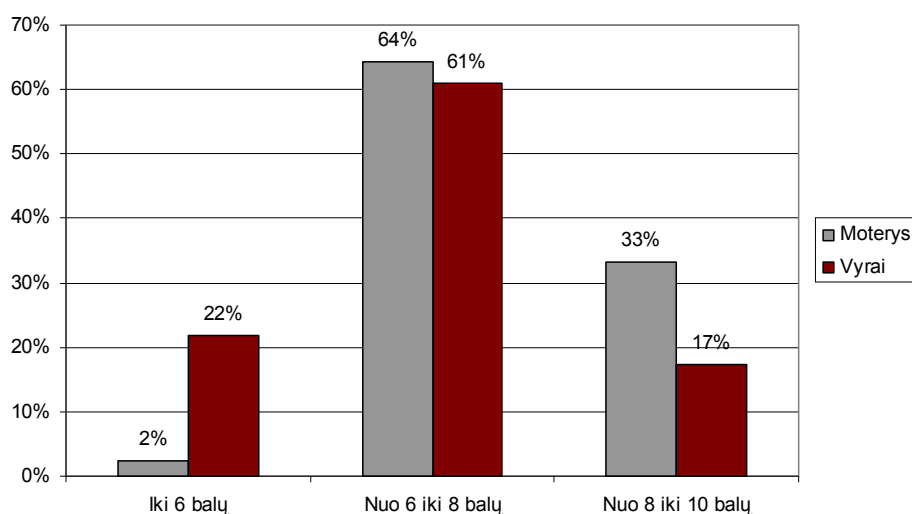


3.16 pav. Respondentų pasiskirstymas pagal tai, ar jie turi artimų žmonių užsienyje

Tiriant abiturientus, dar norėta išsiaiškinti, kokia yra jų nuomonė apie privalomąją karinę prievolę (PKP). Apklausiami buvo tik vyriškos lyties respondentai. 22 proc. abiturientų atsakė, kad tai nėra gerai ir jie ieškos būdų, kaip išvengti PKP. 3 proc. abiturientų manė, kad tai yra būtina ir jie prievolę atliks. 11 proc. abiturientų neturėjo nuomonės apie PKP. 28 proc. abiturientų teigė, kad norėdami išvengti PKP, iškart baigę mokyklą ims studijuoti, 3 proc. išvažiuos į užsienį ir 2 proc. paminėjo kitus būdus. Šis klausimas per pastaruosius pusę metų tapo nebeaktualus, kadangi privalomoji karinė prievolė panaikinta.

Galiausiai, išsiaiškinome, koks abiturientų pažymių vidurkis (žr. 3.17 pav.).

### Abiturientų pažymių vidurkiai



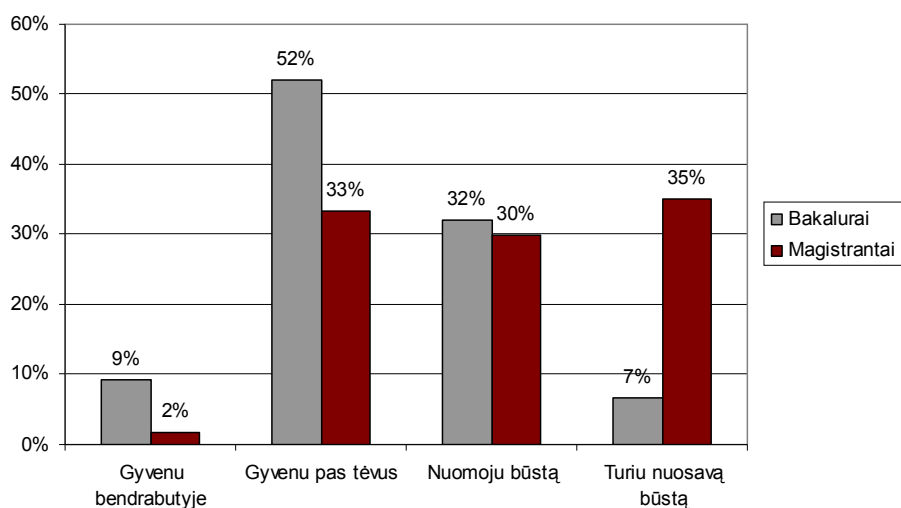
3.17 pav. Abiturientų pažymių vidurkių pasiskirstymas pagal lytį

Matome, kad 64 proc. merginų ir 61 proc. vaikų mokosi vidutiniškai – jų pažymių vidurkis nuo 6 iki 8 balų. 33 proc. merginų ir tik 17 proc. vaikų mokosi gerai, t. y. jų pažymių vidurkis nuo 8 iki 10 balų. 22 proc. vaikų ir tik 2 proc. merginų mokosi patenkinamai.

### Gyvenamosios vietos analizė

Absolventų anketos pirmoje dalyje dar siekta išsiaiškinti, kur absolventai gyvena, ar turi nuosavą būstą, ar yra paėmę paskolą.

### Kur šiuo metu gyvenate?

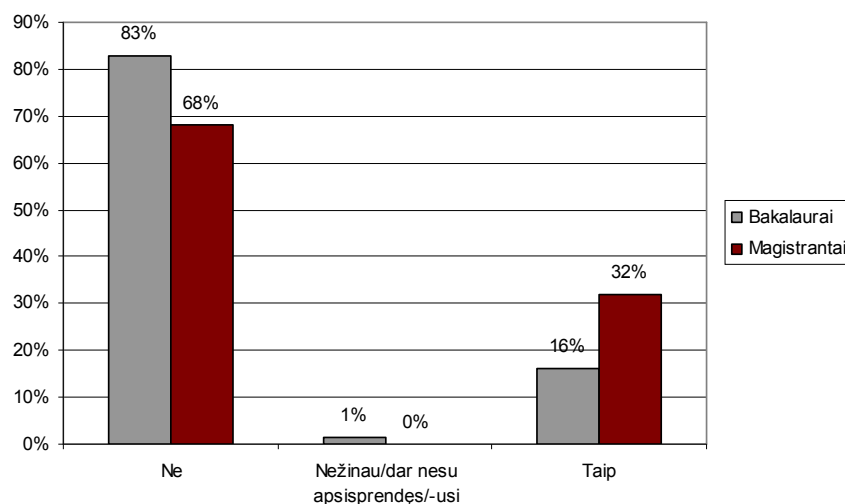


3.18 pav. Absolventų pasiskirstymas pagal tai, kur jie gyvena

Taigi, matome, kad dauguma bakalauro gyvena pas tėvus (52 proc.), o didesnė dalis magistrantų turi nuosavą būstą (35 proc.). Nuomoja būstą 32 proc. bakalauro ir 30 proc. magistrantų. 9 proc. bakalauro ir 2 proc. magistrantų gyvena bendrabutyje.

Iš viso 76 proc. absolventų neturi paėmę paskolos. 23 proc. yra paėmę paskolą ir 1 proc. nėra apsisprendę.

**Ar turite paėmę paskolą?**

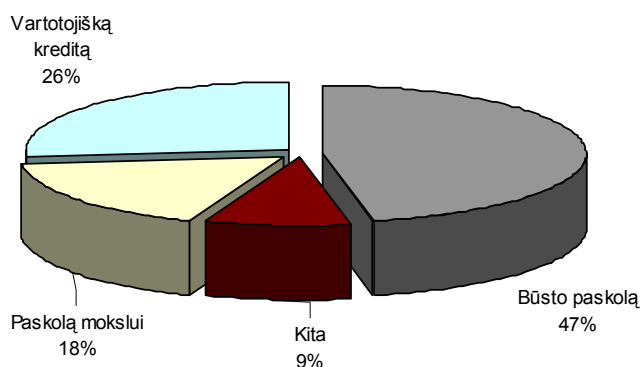


3.19 pav. Absolventų pasiskirstymas pagal tai, ar turi paėmę paskolą

Daugiausia magistrantų turi paėmę paskolas – 32 proc., bakalauro tik 16 proc.

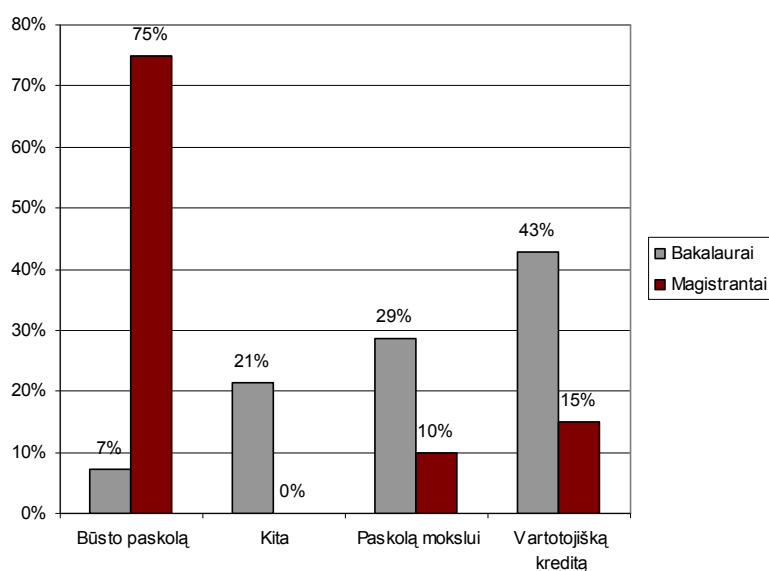
47 proc. absolventų yra paėmę būsto paskolą. 26 proc. vartotojišką kreditą ir tik 18 proc. – paskolą mokslui (žr. 3.20 pav.).

**Kokią paskolą turite paėmę?**



3.20 (a) pav. Duomenų pasiskirstymas pagal tai, kokią paskolą yra paėmę absolventai apskritai

**Kokią paskolą turite paėmę?**



3.20 (b) pav. Pasiskirstymas pagal tai, kokią paskolą yra paėmę bakalaurai ir magistrantai atskirai

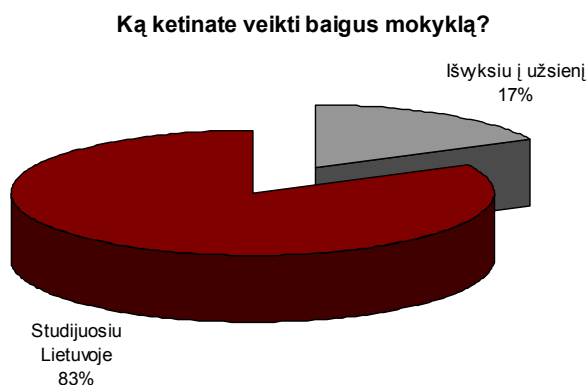
Magistrantai yra paėmę daugiausiai būsto paskolų, o bakalai – vartotojiškų kreditų. Taip greičiausiai yra todėl, kad didesnė dalis magistrantų jau turi nuolatinius darbus ir gali prisiimti daugiau finansinių įsipareigojimų. O tik maža dalis bakalų dirba, todėl ima mažesnes paskolas.

Nepaėmusių paskolą absolventų buvo klausiama, ar ketina imti paskolą. Iš jų 86 proc. atsakė, kad neketina. 12 proc. ketina pasiimti paskolą, iš kurių 75 proc. paminėjo, ketinantys paimti būsto paskolą ir 25 proc. vartotojišką kreditą.

### Ateities planų analizė

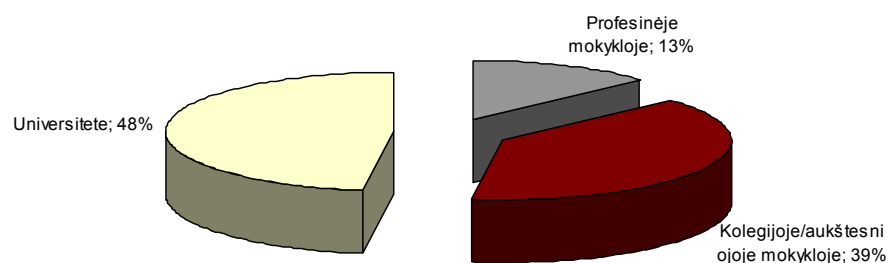
Antroje abiturientų anketos dalyje buvo siekiama išsiaiškinti, kokie yra abiturientų ateities planai. Ar mokydami mokykloje abiturientai gavo pakankamai informacijos, kad galėtų planuoti savo ateitį? 30 proc. abiturientų atsakė, kad turi pakankamai informacijos apie studijų galimybes Lietuvoje, žino, kokie universitetai, kolegijos, profesinės mokyklos kokius specialistus rengia. 57 proc. tik iš dalies žino apie tai, o 13 proc. atsakė, kad sunku pasakyti. 39 proc. abiturientų atsakė, kad turi pakankamai informacijos apie situaciją Lietuvos darbo rinkoje, žino, kurios profesijos yra perspektyvios Lietuvoje, kurios – ne. 35 proc. tik iš dalies žino, 9 proc. teigė, kad sunku pasakyti, o 13 proc. iš viso nežino, kokia situacija Lietuvos darbo rinkoje. 39 proc. abiturientų atsakė, kad žino ir iš dalies žino, kokioje veikloje geriausiai galėtų pritaikyti savo gebėjimus, kokiam darbui ar veiklai yra tinkamiausi. 17 proc. teigė, kad sunku pasakyti ir 4 proc. nežinojo visai.

Paklausti apie savo ateities planus, 83 proc. abiturientų atsakė, kad ketina toliau studijuoti Lietuvoje, o 17 proc. atsakė, kad ketina išvykti į užsienį (žr. 3.21 pav.).



3.21 pav. Abiturientų pasiskirstymas pagal tai, ką ketina veikti baigę mokyklą

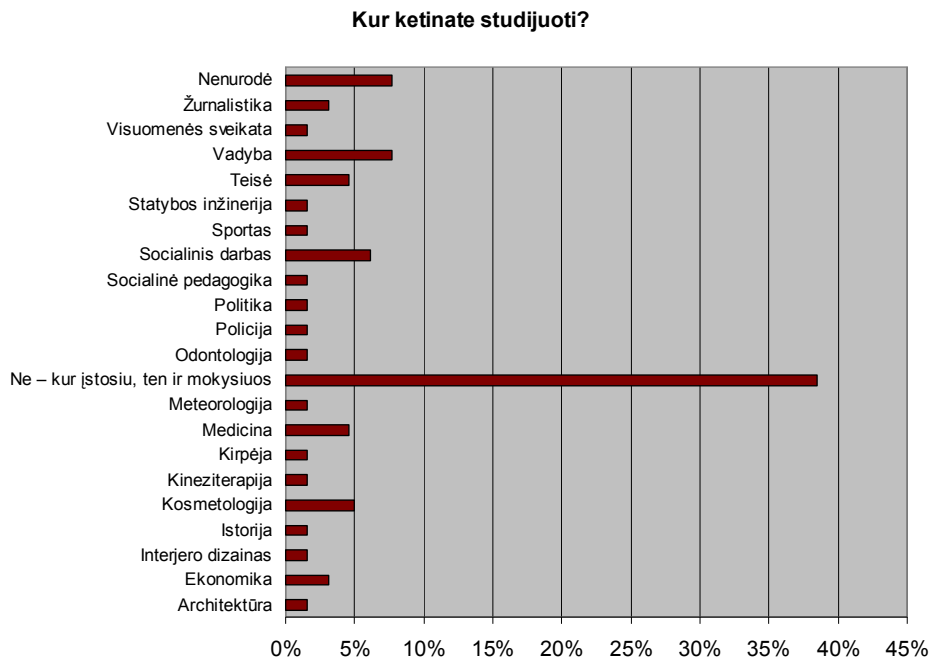
### Kur ketinate studijuoti?



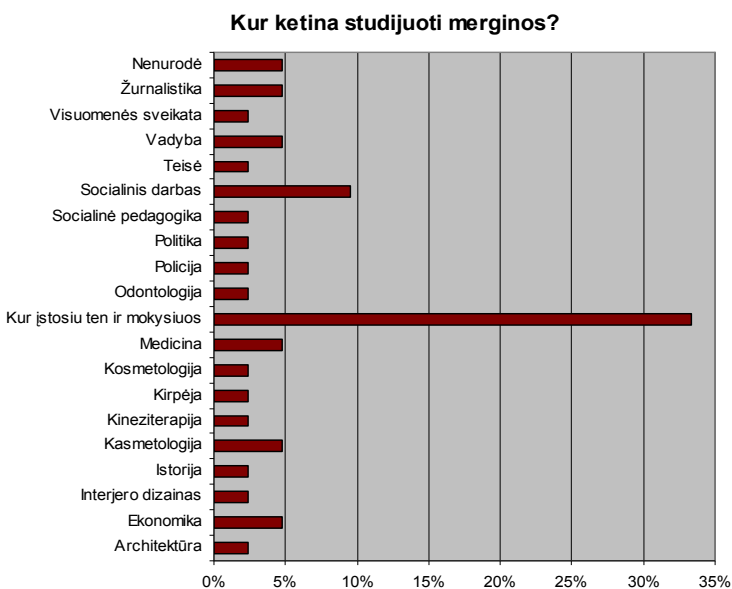
3.22 pav. Abiturientų pasiskirstymas pagal tai, kur ketina studijuoti

Iš 3.22 grafiko matome, kad 48 proc. abiturientų ketina studijuoti Lietuvos universitetuose, 39 proc. – kolegijose ar aukštesniosiose mokyklose ir 13 proc. profesinėse mokyklose.

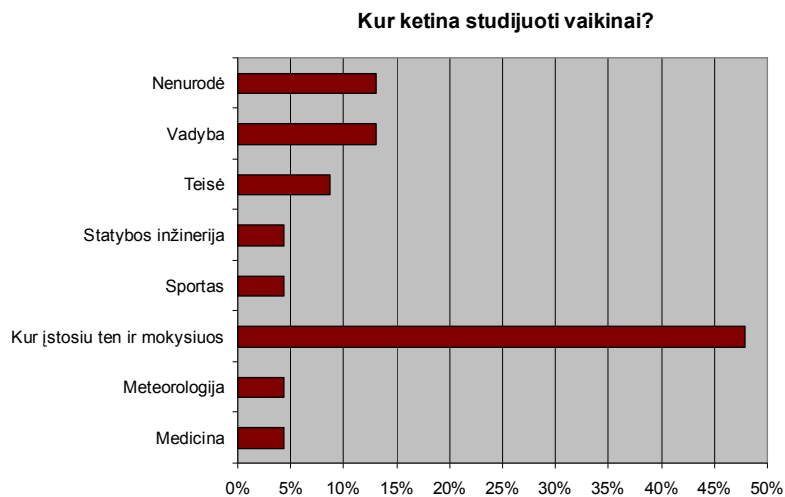
Tarp pasirinkusiųjų studijas abiturientų populiariausios yra vadyba, socialinis darbas, medicina ir teisė. Deja, didesnė dalis abiturientų – 33 proc. merginų ir net 47 proc. vaikų – neturi pasirinkę studijų pakraipos – studijuos ten, kur įstos. Tai rodo, kad provincijos jaunimas yra mažai motyvuotas. Moksleiviams visai nerūpi jų ateitis. Toks profesinių ambicijų neturėjimas rodo vis dar gilų *homosovietikus* įsišaknijimą, kai ateities prognozės ir egzistencinis rūpestis perkeliamas kažkam kitam, o ne sau. Tai pat trūksta mentorių – nėra tam tikrų institucijų, jaunimo karjeros centrų ar specialistų, kurie patartų, padėtų, nukreiptų jaunimą tam tikra linkme (žr. 3.23 pav.).



3.23 pav. Absolventų pasiskirstymas pagal tai, kur ketina studijuoti  
Toliau pažiūrėkime, ką labiau renkasi studijuoti merginos ir vaikinai atskirai.



3.24 (a) pav. Abiturientų merginų  
pasiskirstymas

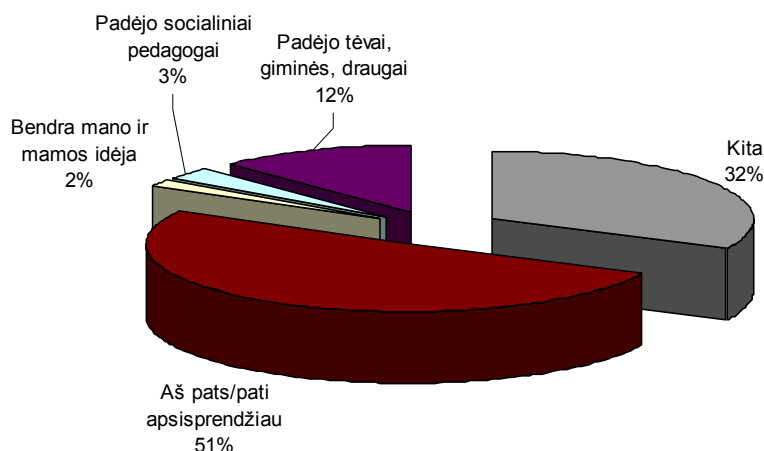


3.24 (b) pav. Abiturientų vaikinų  
pasiskirstymas

Matome, kad merginos daugiausia pasirinko socialinį darbą, o vaikinai vadybą.

Į klausimą, kas padėjo apsispręsti pasirinkti studijų kryptį, 51 proc. abiturientų nurodė, kad apsisprendė patys, 12 proc. apsispręsti padėjo tėvai, draugai ir pan., 2 proc. buvo mamos ir abituriento idėja ir 3 proc. padėjo socialiniai pedagogai (žr. 3.25 pav.).

### Kas jums padėjo apsispręsti pasirinkti studijų kryptį?

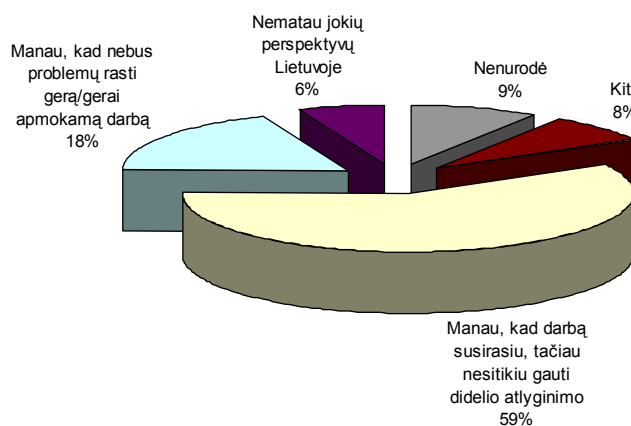


3.25 pav. Abiturientų pasiskirstymas pagal tai, kas padėjo apsispręsti pasirinkti studijų kryptį

Galima daryti išvadą, kad abiturientai yra gana savarankiški ir dėl savo ateities planų daugiausia apsisprendžia patys. 32 proc. abiturientų pasirinko kitas priežastis, deja detaliau nenurodė. Peršasi nuomonė, kad provincijose trūksta institucijų, specialistų ar karjeros centrų, kurie patartų, nukreiptų reikiama linkme, motyvuotų jaunimą pasirinkti tam tikrą studijų kryptį.

Paskutinis antros dalies klausimas buvo, kaip abiturientai vertina savo perspektyvas Lietuvos darbo rinkoje. Iš 3.26 pav. matome, kad net 59 proc. abiturientų mano, jog susiras darbą, bet nesitiki gauti didelio atlyginimo. 18 proc. apklaustųjų mano, kad nebus problemų gauti gerą / gerai apmokamą darbą, 6 proc. nemato jokių perspektyvų Lietuvoje.

### Kaip vertinate savo perspektyvas Lietuvos darbo rinkoje?

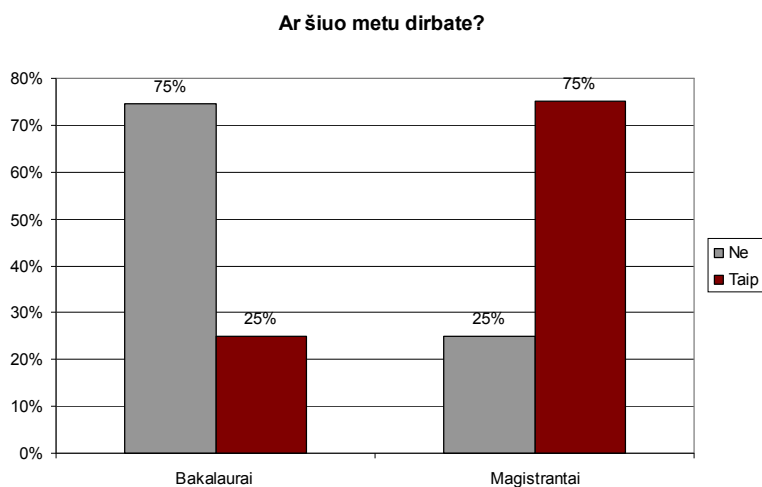


3.26 pav. Abiturientų pasiskirstymas pagal tai, kaip vertina perspektyvas Lietuvos darbo rinkoje

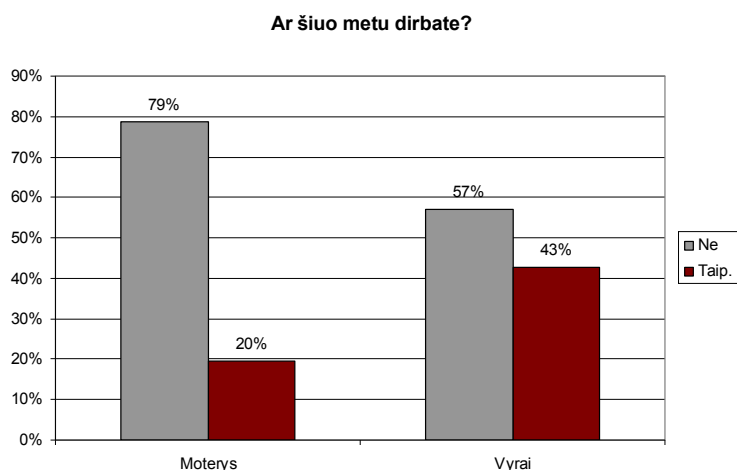
Apibendrinant abiturientų atsakymus apie ateities planus, galima daryti išvadą, kad daugiausia abiturientų iš dalies turi pakankamai informacijos apie studijų galimybes Lietuvoje, yra gerai susipažinę su situacija Lietuvos darbo rinkoje, žino, kokioje veikloje geriausiai galėtų pritaikyti savo sugebėjimus, kokiam darbui ar veiklai yra tinkamiausi. Didesnė dalis abiturientų ketina studijuoti Lietuvoje: merginos daugiausia pasirinko socialinio darbo studijas, vaikinai – vadybą. Studijų kryptį daugiausia abiturientų pasirinko patys ir dauguma abiturientų mano, kad darbą susiras, bet nesitiki gauti didelio atlyginimo.

### Užimtumo analizė

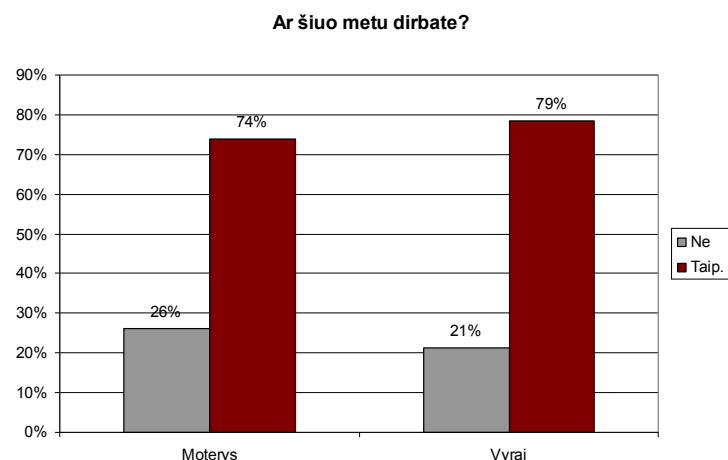
Antroje absolventų anketos dalyje buvo siekiama išsiaiškinti bakalauro ir magistrantų darbinę padėtį. 75 proc. bakalauro nurodė, kad šiuo metu niekur nedirba, ir tik 25 proc. bakalauro dirba. O 75 proc. magistrantų dirba ir 25 proc. nedirba.



3.27 pav. Duomenų pasiskirstymas pagal absolventų užimtumą



3.28 (a) pav. Bakalaurų užimtumas pagal lytį



3.28 (b) pav. Magistrantų užimtumas pagal lytį

3.28 grafikai rodo, kaip pasiskirsto bakalaurų ir magistrantų užimtumas pagal lytį. Matome, kad tarp bakalaurų daugiau dirba vaikinai (43 proc.). O tarp magistrantų tiek vaikinų (79 proc.), tiek merginų (74 proc.) dauguma dirba.

Iš dirbančiųjų ir bakalaurai, ir magistrantai (iš viso 57 proc.) nurodė, kad tik iš dalies yra patenkinti savo darbu, 40 proc. yra patenkinti savo darbu ir 3 proc. nepatenkintų.

46 proc. absolventų teigė, kad darbdavys atsižvelgia į jo poreikius, sudaro sąlygas studijuoti. 43 proc. teigė, kad santykiai normalūs, dalykiški ir tik 11 proc. absolventų teigė, kad jaučiasi nepakankamai vertinami darbe.

67 proc. absolventų gerai vertina savo darbo aplinką t. y. jaučiasi saugūs darbe, santykiai kolektyve geri, draugiški, 32 proc. – vidutiniškai, t. y. darbe jaučiasi nepakankamai saugiai, santykiai su bendradarbiais nėra visiškai geri, draugiški. 1 proc. absolventų blogai vertina savo darbo aplinką.

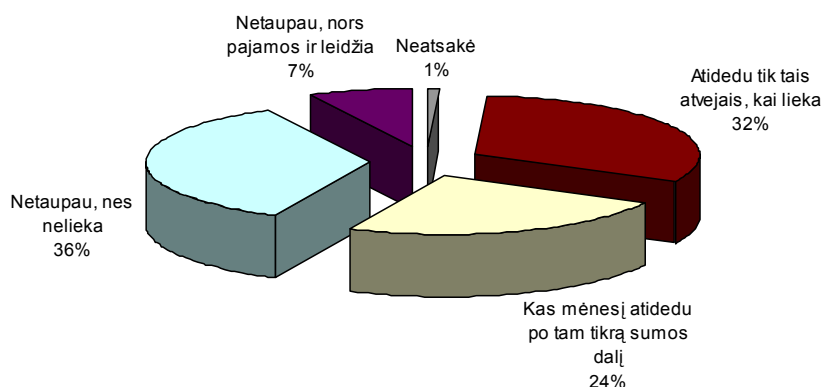
62 proc. absolventų iš dalies tenkina jų atlyginimas, 27 proc. absolventų netenkina atlyginimas ir tik 11 proc. tenkina.

60 proc. absolventų dirba ne pagal savo studijuojamą specialybę.

75 proc. planuoja dirbti dar kurį laiką dabartiniame darbe, bet nesieja savo ateities su šiuo darbu. 14 proc. absolventų sieja savo ateitį su dabartiniu darbu ir 11 proc. norėtų pakeisti savo darbą artimiausiu metu.

Paklausti, ar gali sutaupyti iš gaunamų pajamų, 36 proc. absolventų atsakė, kad netaupo, nes nelieta, 32 proc. atideda tik tais atvejais, kai lieka, 24 proc. kas mėnesį atideda po tam tikrą sumos dalį ir 7 proc. netaupo nors pajamos ir leidžia (žr. 3.29 pav.).

### Ar galite sutaupyti iš gaunamų pajamų?



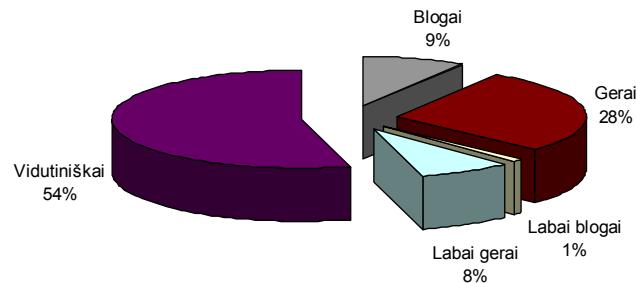
3.29 pav. Absolventų pasiskirstymas pagal tai, ar jie gali sutaupyti iš gaunamų pajamų

Taigi, apibendrinant absolventų anketos antros dalies duomenis, galima teigti, kad didesnė dalis bakalauro nedarbo, o didesnė dalis magistrantų dirba. Tarp bakalauro daugiau dirba vaikinai, o tarp magistrantų užimtumas pagal lytį pasiskirsto beveik po lygiai. Dirbantys absolventai dirba pagal savo studijuojamą specialybę, yra patenkinti savo darbdaviu ir darbo sąlygomis, tačiau nesieja savo ateities su šiuo darbu. Atlyginimas dauguma absolventų tenkina tik iš dalies. Dauguma absolventų iš gaunamų pajamų netaupo, nes neliaka.

### Gyvenimo kokybės analizė

Trečioje absolventų anketos dalyje norėta išsiaiškinti bakalauro ir magistrantų nuomonę apie gyvenimo kokybę Lietuvoje. Ir bakalaurai, ir magistrantai atsakė, jog dabartines gyvenimo sąlygas vertina vidutiniškai (žr. 3.30 pav.).

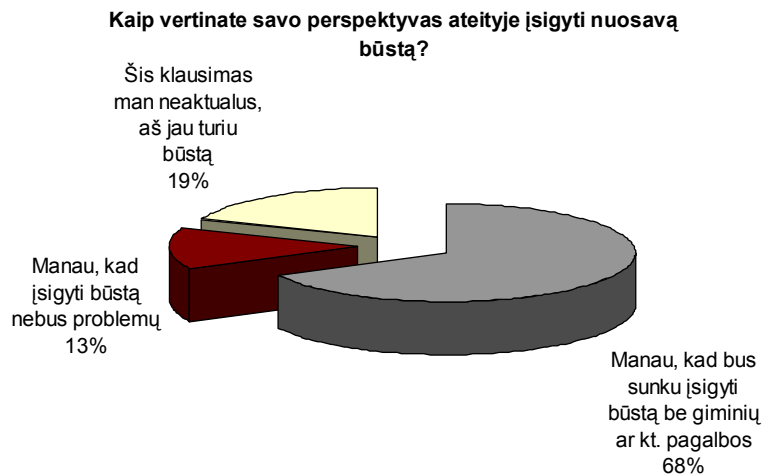
**Ar jus tenkina dabartinės jūsų gyvenimo sąlygos?**



3.30 pav. Absolventų pasiskirstymas pagal tai, kaip vertina gyvenimo sąlygas

Taigi, 54 proc. absolventų gyvenimo sąlygas vertina vidutiniškai, 28 proc. vertina gerai, 8 proc. vertina labai gerai, o 9 proc. vertina blogai, ir tik 1 proc. vertina labai blogai.

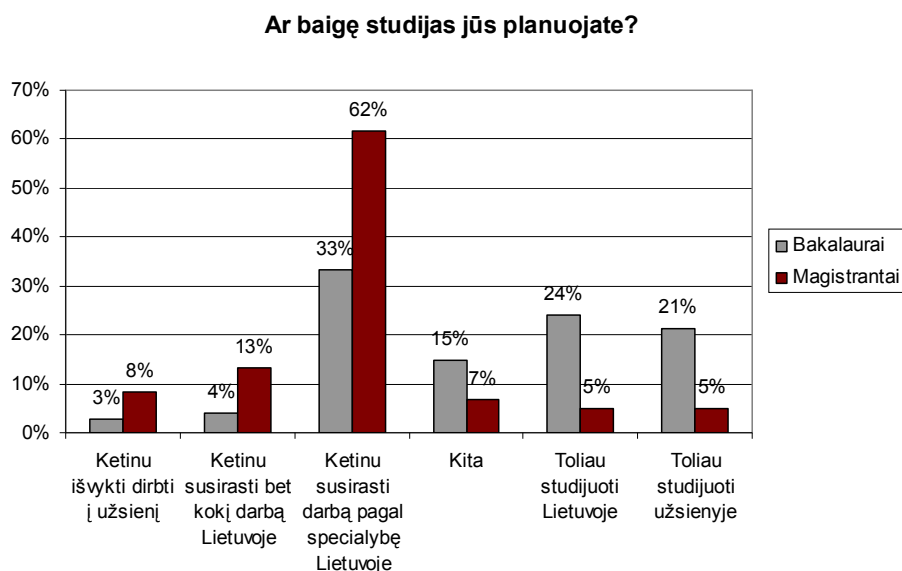
Ir bakalaurai, ir magistrantai vienodai vertino savo perspektyvas ateityje įsigyti nuosavą būstą. 68 proc. absolventų mano, kad bus sunku įsigyti būstą be giminių ar kt. pagalbos, 13 proc. absolventų nemato problemų įsigyti būstą ir 19 proc. absolventų jau turi būstą (žr. 3.31 pav.).



3.31 pav. Absolventų pasiskirstymas pagal tai, kaip jie vertina perspektyvas įsigyti nuosavą būstą

66 proc. absolventų mano, kad darbą susiras, bet nesitiki gauti didelio atlyginimo. 14 proc. absolventų mano, kad baigus studijas nebus problemų rasti gerą darbą, 9 proc. absolventų nemato jokių perspektyvų Lietuvoje.

Į klausimą, ką baigę studijas planuoja daryti, ir bakalaurų, ir magistrantų dauguma atsakė, jog ketina susirasti darbą pagal specialybę (iš viso 46 proc.). 8 proc. absolventų ketina susirasti bet kokią darbą Lietuvoje, 16 proc. absolventų toliau ketina studijuoti Lietuvoje. 21 proc. bakalaurų ir 5 proc. magistrantų ketina toliau studijuoti užsienyje. 3.25 pav. matome, kaip šie duomenys pasiskirsto tarp bakalaurų ir magistrantų.



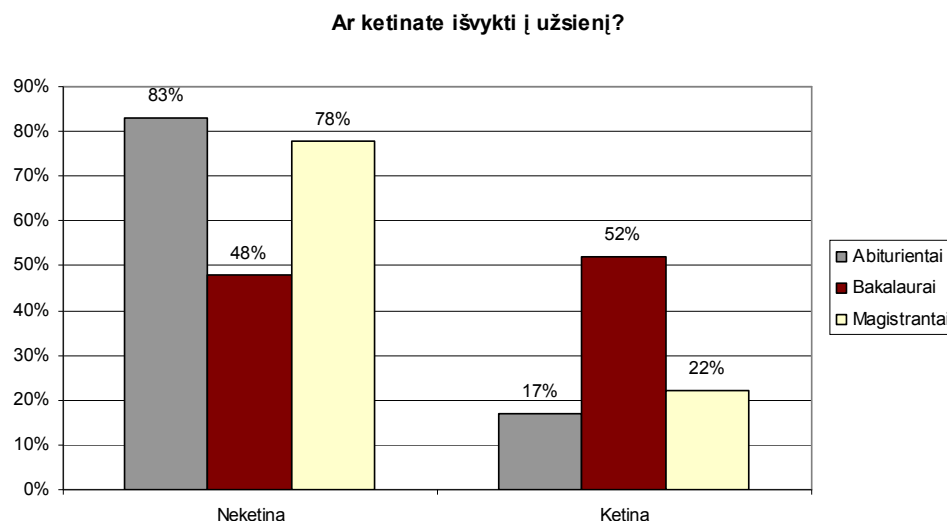
3.32 pav. Absolventų pasiskirstymas pagal tai, ką ketina veikti baigę studijas

Taip pat anketoje buvo klausta, ar absolventai turi vaikų, ir kokias perspektyvas mato savo vaikams. Bakalaurai atsakė, neturintys vaikų, o tarp magistrantų 20 proc. vaikų turi. Iš jų 83 proc. teigė, kad mato perspektyvas savo vaikams mokytis ir studijuoti Lietuvoje, 17 proc. nemato jokių perspektyvų. 78 proc. absolventų teigė, kad norėtų, jog jų vaikai gyventų ir dirbtų Lietuvoje, 22 proc. nenorėtų, kad jų vaikai gyventų ir dirbtų Lietuvoje.

Apibendrinant trečioje absolventų anketos dalyje analizuotus duomenis, galima teigti, kad ir bakalaurai, ir magistrantai dabartines gyvenimo sąlygas vertina vidutiniškai. Dauguma absolventų nesitiki įsigyti savo nuosavo būsto be giminių, draugų ar kitų artimųjų pagalbos. Dauguma absolventų tikisi susirasti darbą, bet nesitiki gauti didelio atlyginimo. Dauguma absolventų planuoja baigę studijas rasti darbą Lietuvoje pagal specialybę. 21 proc. bakalaurų ir 5 proc. magistrantų ketina toliau studijuoti užsienyje.

### **Migracinių nuostatų analizė**

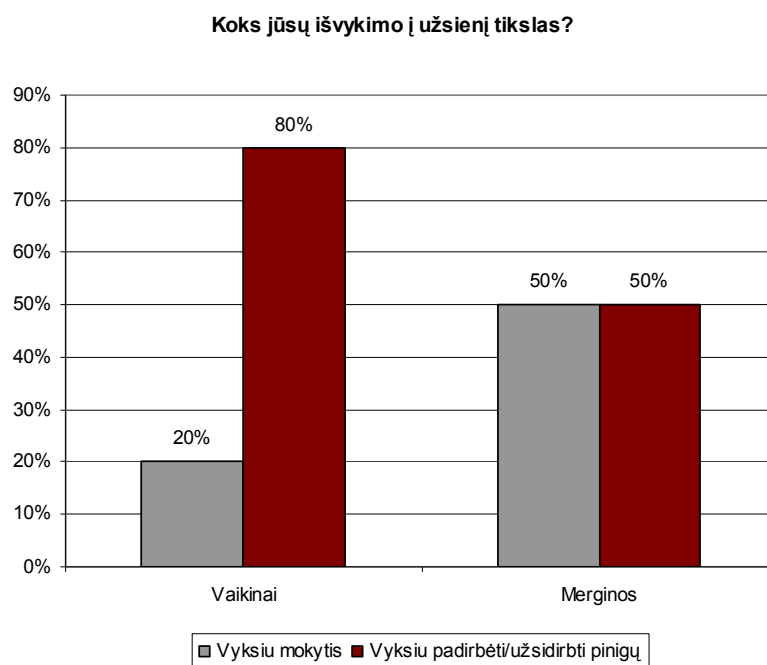
Paskutinėse abiejų anketų dalyse buvo prašoma į klausimus atsakyti tik tų respondentų, kurie ketina išvykti į užsienį. Iš 65 abiturientų išvykti ketina 11, t. y. 17 proc., iš 75 bakalaurų – 39, t. y. 52 proc. ir iš 65 magistrantų – 14, t. y. 22 proc. (žr. 3.33 pav.).



3.33 pav. Respondentai, ketinantys išvykti į užsienį

Matome, tarp ketinančių išvykti į užsienį daugiausia bakalauro – daugiau nei pusė apklaustųjų (52 proc.). Šiek tiek mažiau magistrantų – 22 proc. ir mažiausiai abiturientų – 17 proc.

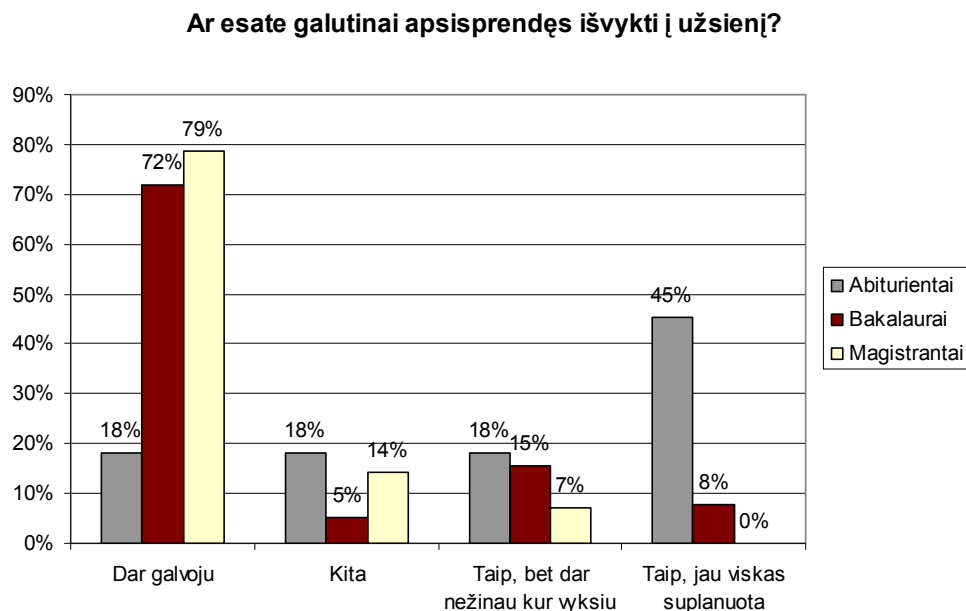
Išvykstantiems abiturientams buvo užduotas klausimas, koks jų išvykimo į užsienį tikslas. 64 proc. abiturientų atsakė, kad vyks padirbėti / užsidirbti pinigų, o 36 proc. vyks mokytis. Matome, kaip abiturientų išvykimo tikslai pasiskirsto pagal lytį (žr. 3.34 pav.).



3.34 pav. Abiturientų išvykimo tikslų pasiskirstymas pagal lytį

Matome, kad dauguma vaikinių ketina užsienyje dirbti (80 proc.) ir tik 20 proc. mokytis. o merginų tikslai pasiskirsto po lygiai.

Į klausimą, ar esate tvirtai apsisprendęs išvykti į užsienį, ketinančių išvykti į užsienį respondentų atsakymai pasiskirstė taip:

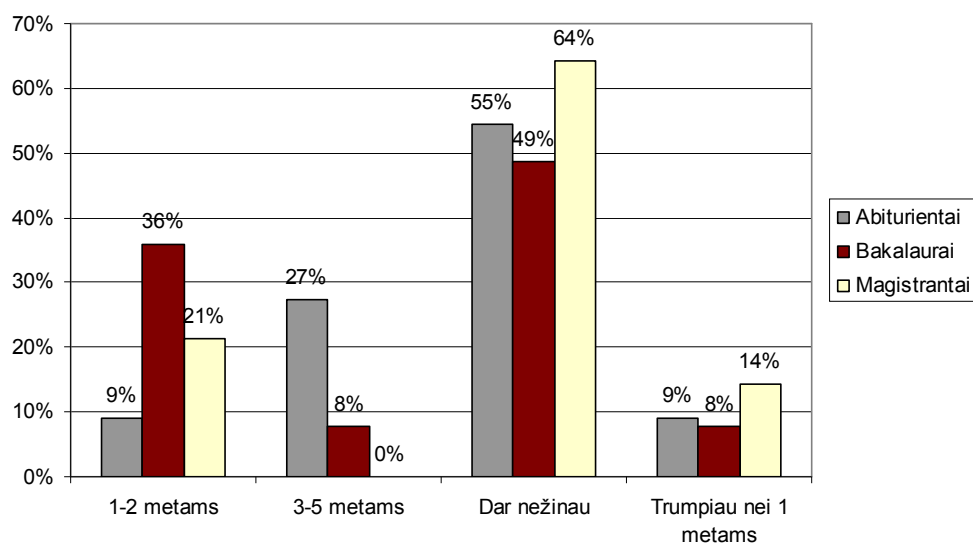


3.35 pav. Pasiskirstymas pagal tai, ar respondentai tvirtai apsisprendę išvykti

Matome, kad tarp apsisprendusių išvykti ir viską suplanavusių daugiausia yra abiturientų – 45 proc. Tarp bakalauro – 8 proc., o tarp magistrantų tvirtai apsisprendusių ir viską suplanavusių nėra. Tarp apsisprendusių, bet dar nežinančių, kur vyks, daugiausia vėlgi abiturientų – 18 proc., bakalauro – 15 proc. ir magistrantų – 7 proc. Dar galvojančių buvo daugiausia – net 79 proc. magistrantų, 72 proc. bakalauro ir 18 proc. abiturientų. Šie duomenys rodo, kad vis dėl to labiausiai apsisprendę išvykti į užsienį yra provincijos abiturientai, o magistrantai mažiausiai apsisprendę. Vadinasi, magistrantų migracines nuostatas būtų lengviausia pakeisti.

Ar ilgam planuoja išvykti į užsienį respondentai, matome 3.36 pav.

### Ar ilgam planuojate išvykti į užsienį?

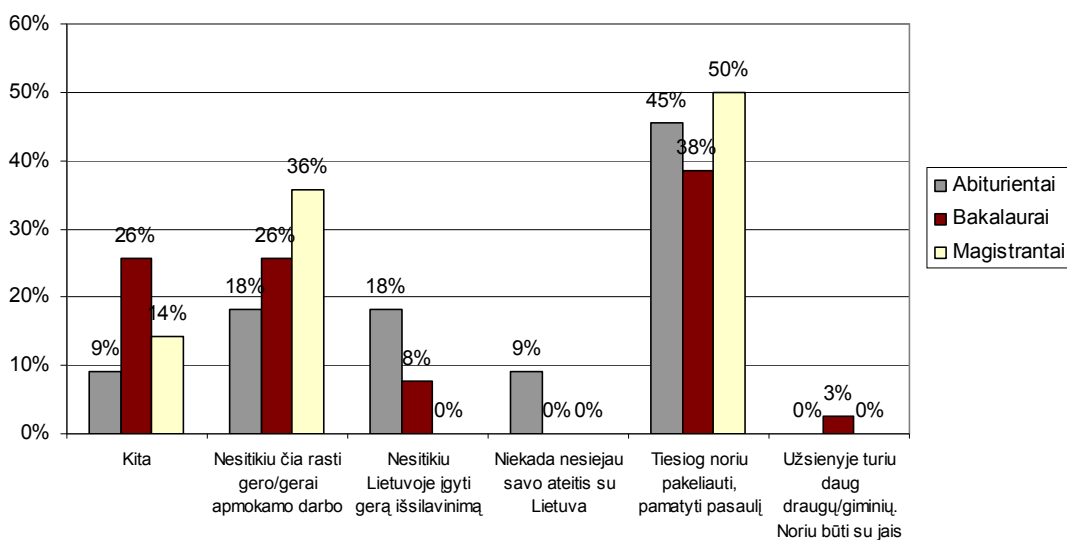


3.36 pav. Respondentų pasiskirstymas pagal išvykimo į užsienį trukmę

Dar nežinančių, kokiam laikotarpiui išvykti, daugiausia magistrantų (64 proc.), 55 proc. abiturientų ir 49 proc. bakalaurų. Ilgam, t. y. 3–5 metams išvyksta daugiausia abiturientų – 27 proc. 1–2 metams išvyksta daugiausia bakalaurų – 38 proc. Trumpiau nei 1 metams išvykti žada daugiausia magistrantų – 14 proc.

Toliau buvo nagrinėjamos priežastys, kodėl respondentai nori išvykti. Kaip pasiskirstė jų atsakymai, matome 3.37 pav.

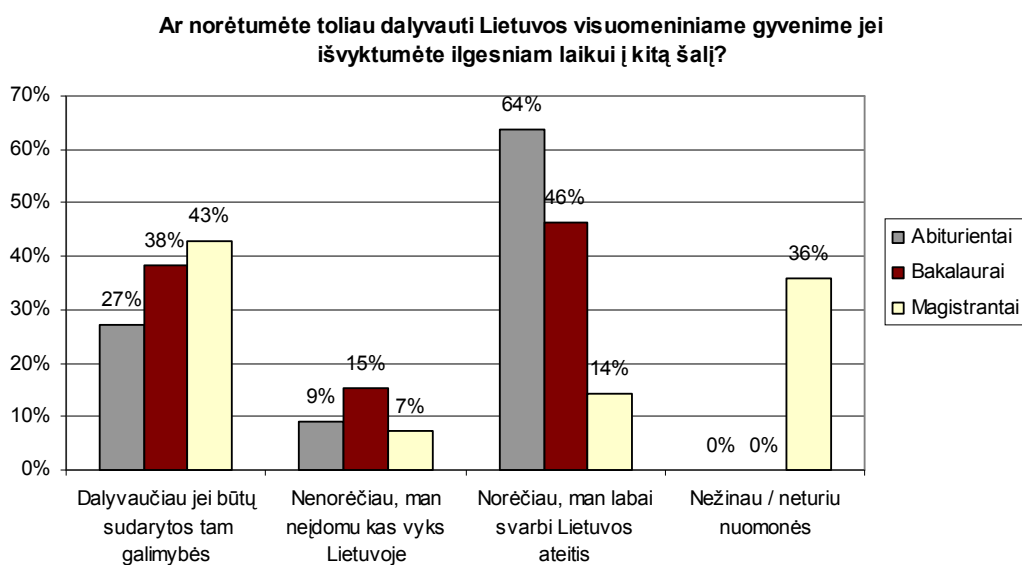
### Kodėl norite išvykti?



3.37 pav. Respondentų pasiskirstymas pagal išvykimo priežastis

Daugiausia respondentų kaip išvykimo priežastį paminėjo norą pakeliauti, pamatyti pasaulį: 50 proc. magistrantų, 45 proc. abiturientų ir 38 proc. bakalauro. Antra daugiausia paminėta priežastis buvo lūkesčių susirasti gerą / gerai apmokamą darbą nebuvimas: 36 proc. magistrantų, 26 proc. bakalauro ir 18 proc. abiturientų. 18 proc. abiturientų nesitiki čia įgyti gero išsilavinimo. 9 proc. abiturientų niekada nesiejo savo ateities su Lietuva. 26 proc. bakalauro, 14 proc. magistrantų ir 9 proc. abiturientų paminėjo kitas priežastis, dėl kurių ketina išvykti į užsienį, bet jų nenurodė.

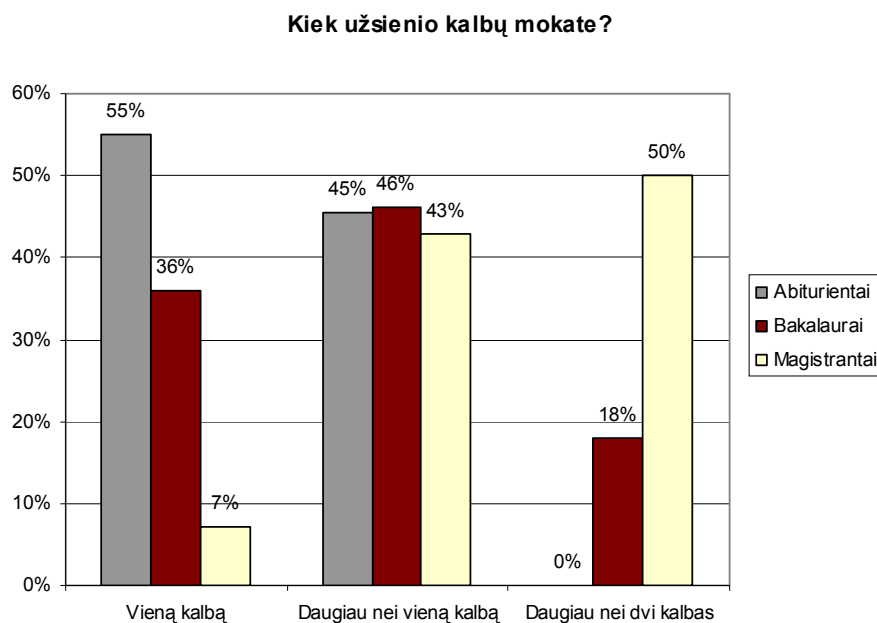
Toliau klausėme, ar respondentai norėtų dalyvauti Lietuvos visuomeniniame gyvenime jei išvažiuotų ilgesniam laikui į kitą šalį. Kaip pasiskirstė jų atsakymai matome 3.38 pav.



3.38 pav. Respondentų pasiskirstymas pagal tai, ar jie norėtų dalyvauti Lietuvos visuomeniniame gyvenime

Matome, kad didesnei daliai abiturientų (64 proc.) ir bakalauro (46 proc.) yra svarbi Lietuvos ateitis ir jie norėtų dalyvauti Lietuvos visuomeniniame gyvenime, t. y. dalyvauti rinkimuose ir pan. O magistrantų tik 14 proc. nurodė, kad jiems svarbi Lietuvos ateitis. Didžiausia dalis magistrantų (43 proc.), šiek tiek mažiau bakalauro (38 proc.) ir 27 proc. abiturientų mano, kad jie dalyvautų Lietuvos visuomeniniame gyvenime jei tam būtų sudarytos galimybės, o 36 proc. neturi nuomonės. Apie tai, kas vyksta Lietuvoje, visai nesidomėtų 15 proc. bakalauro, 9 proc. abiturientų ir 7 proc. magistrantų.

Galiausiai, norėta sužinoti, ar ketinantys išvykti respondentai išprusę užsienio kalbose. Atsakymą matome 3.39 pav.



3.39 pav. Respondentų pasiskirstymas pagal tai, kiek kalbų jie moka

Tik vieną užsienio kalbą moka 55 proc. abiturientų, 36 proc. bakalauro ir 7 proc. magistrantų. Dvejomis kalbomis kalba 46 proc. bakalauro, 45 proc. abiturientų ir 43 proc. magistrantų. Trimis kalbomis kalba 18 proc. bakalauro ir 50 proc. magistrantų. Taigi, kaip ir buvo galima tikėtis, labiausiai užsienio kalboms išprusę magistrantai.

Apibendrinant tai, kas buvo analizuota paskutinėse anketų dalyse, galima daryti išvadą, kad tarp visų respondentų daugiausia išvykti žada bakalauro – 52 proc., kiek mažiau magistrantų – 22 proc. ir mažiausiai abiturientų – 17 proc. Tarp abiturientų 80 proc. vaikų žada užsienyje dirbti ir tik 20 proc. žada studijuoti. O merginų šie tikslai pasiskirsto po lygiai. Išvykti į užsienį labiausiai apsisprendę abiturientai, o mažiausiai magistrantai. Dauguma respondentų dar neapsisprendę, kokiam laikotarpiui išvyks į užsienį. Daugiausia respondentų kaip išvykimo priežastį nurodė norą pakeliauti, pamatyti pasaulį, taip pat didesnė dalis respondentų nesitiki čia Lietuvoje susirasti gero ar gerai apmokamo darbo. Dauguma gyvensiančių užsienyje abiturientų ir bakalauro norėtų dalyvauti Lietuvos visuomeniniame gyvenime, dauguma magistrantų taip pat to norėtų, bet jei tam būtų sukurtos tinkamos sąlygos. Labiausiai užsienio kalboms išprusę magistrantai.

### 3.4. Absolventų ir abiturientų emigracinių nuostatų priklausomybės nuo įvairių veiksnių tyrimas pagal Pirsono $\chi^2$ (Pearson chi-square) kriterijų

#### 3.4.1. Respondentų planų baigus studijas priklausomybės nuo kitų veiksnių tyrimas

Pasitelkę matematinį statistinį metodą – Pirsono  $\chi^2$  kriterijų – bandysime surasti respondentų emigracinių nuostatų priklausomybes nuo įvairių veiksnių. Kadangi pirminis tyrimas atliktas pasitelkiant dvi skirtingas anketas, ne visais atvejais bus įmanoma ieškoti priklausomybės apskritai visų respondentų migracinėms nuostatoms, todėl atliksime priklausomybės nuo įvairių veiksnių tyrimą absolventų ir abiturientų migracinėms nuostatoms atskirai.

Pirmiausia ištirsime, ar abiturientų planai baigus mokyklą priklauso nuo šių veiksnių:

1. abiturientų lyties;
2. abiturientų šeimos turinės padėties;
3. abiturientų ryšių su užsieniu (giminės, artimi draugai gyvenantys užsienyje);
4. abiturientų pažymių vidurkio.

#### Abiturientų planų baigus mokyklą priklausomybės nuo lyties tyrimas

Pirmiausia suformuluosime hipotezę, kurią paliksime arba atmesime, atlikę visus reikalingus veiksmus. Hipotezė  $H_0$  teigia, kad abiturientų planai baigus mokyklą nepriklauso nuo jų lyties. Alternatyva  $H_1$  – vaikinių ir merginų planai baigus mokyklą skiriasi priklausomai nuo lyties.

*Hipotezė  $H_0$ : abiturientų planai baigus mokyklą nepriklauso nuo jų lyties;*

*Hipotezė  $H_1$ : abiturientų planai baigus mokyklą priklauso nuo lyties.*

Sudarysime dažnių lentelę, pagal kurią atliksime reikalingus skaičiavimus. Duomenys lentelėje yra gauti pagal abiturientų atsakymų skaičių pasirinkus vieną ar kitą variantą.

| Lytis   | Studijuosiu Lietuvoje | Išvyksiu į užsienį | Iš viso |
|---------|-----------------------|--------------------|---------|
| Vyras   | 19                    | 4                  | 23      |
| Moteris | 38                    | 4                  | 42      |
| Iš viso | 57                    | 8                  | 65      |

Dabar apskaičiuosime tikėtinus dažnius pagal (1) formulę.

$$q_{ij} = \frac{f_{i*} f_{*j}}{n}, \quad (1)$$

čia  $q_{ij}$  – tikėtinas dažnumas laštelėje, esančioje  $i$  – tos eilutės ir  $j$  – tojo stulpelio sankirtoje;  
 $f_{i*}$  –  $i$ -tosios eilutės dažnių suma;  
 $f_{*j}$  –  $j$ -tojo stulpelio dažnių suma;  
 $n$  – nagrinėjamų elementų skaičius.

$$q_{11} = \frac{57 \cdot 23}{65} \approx 20,17; \quad q_{21} = \frac{57 \cdot 42}{65} \approx 36,83;$$

$$q_{12} = \frac{8 \cdot 23}{65} \approx 2,83; \quad q_{22} = \frac{8 \cdot 42}{65} \approx 5,17.$$

Toliau apskaičiuojame skirtumus tarp išmatuotų reikšmių ir apskaičiuotų tikėtinų reikšmių. Jeigu hipotezė teisinga, šie skirtumai neturėtų būti dideli. Apskaičiuojamas  $\chi^2$  kriterijus:

$$\chi^2 = \sum_{i,j=1}^n \frac{(f_{ij} - q_{ij})^2}{q_{ij}}. \quad (2)$$

Irašę reikšmes apskaičiuosime:

$$\chi^2 = \frac{(19 - 20,17)^2}{20,17} + \frac{(4 - 2,83)^2}{2,83} + \frac{(38 - 36,83)^2}{36,83} + \frac{(4 - 5,17)^2}{5,17} \approx 0,85$$

Tada apskaičiuojame lentelės laisvės laipsnius:

$$df = (s - 1)(t - 1), \quad (3)$$

čia:  $df$  – lentelės laisvės laipsnių skaičius,

$s$  – eilučių skaičius,

$t$  – stulpelių skaičius.

$$df = (2 - 1)(2 - 1) = 1$$

Galiausiai reikia nustatyti, ar ši gauta kriterijaus  $\chi^2$  reikšmė yra pakankama, kad būtų galima teigti, jog tiriami požymiai yra priklausomi. Hipotezė apie kintamųjų nepriklausomumą yra atmetama, kai apskaičiuotos statistikos  $\chi^2$  reikšmė yra didesnė už kritinę reikšmę. Tarkime, kad pasirinkome reikšmingumo lygmenį  $\alpha = 0,2$ . Kritinę reikšmę galima rasti matematinėse knygose. Šiuo atveju reikšmingumo lygmens  $\alpha = 0,2$  kritinė reikšmė yra  $\chi_{0,2}^2(1) = 1,6423$  ir ji yra didesnė už gautą reikšmę 0,85, todėl hipotezę  $H_0$  turime palikti. Tai reiškia, kad nagrinėjami veiksniai tarpusavyje neturi arba turi labai mažą ryšį. Planų, baigus mokyklą, priklausomybę su kitais veiksniais tirsime analogiškai.

Ištyrę visas 4 priklausomybes, apibendrinsime rezultatus, nustatysime, kas labiausiai lemia abiturientų planus baigus mokyklą.

### **Abiturientų planų baigus mokyklą priklausomybės nuo jų šeimos turtinės padėties tyrimas**

Suformuluojame hipotezę ir parenkame jai alternatyvą.

Hipotezė  $H_0$ : abiturientų planai baigus mokyklą nepriklauso nuo jų šeimos turtinės padėties;

Hipotezė  $H_1$ : abiturientų planai baigus mokyklą priklauso nuo jų šeimos turtinės padėties.

Sudarysime dažnių lentelę, pagal kurią atliksime reikalingus skaičiavimus.

| Šeimos padėtis | Studijuosiu Lietuvoje | Išvyksiu į užsienį | Iš viso |
|----------------|-----------------------|--------------------|---------|
| Pasiturinti    | <b>12</b>             | <b>3</b>           | 15      |
| Vidutiniška    | <b>40</b>             | <b>4</b>           | 44      |
| Varganai       | <b>5</b>              | <b>1</b>           | 5       |
| Iš viso        | 57                    | 8                  | 65      |

Dabar apskaičiuosime tikėtinus dažnius pagal (1) formulę

$$q_{11} = \frac{15 \cdot 57}{65} = 13,15; \quad q_{21} = \frac{44 \cdot 57}{65} = 38,58; \quad q_{31} = \frac{5 \cdot 57}{65} = 4,38;$$

$$q_{12} = \frac{15 \cdot 8}{65} = 1,85; \quad q_{22} = \frac{44 \cdot 8}{65} = 5,42; \quad q_{32} = \frac{5 \cdot 8}{65} = 0,62.$$

Apskaičiuojame  $\chi^2$  kriterijus pagal (2) formulę:

$$\chi^2 = \frac{(12 - 13,15)^2}{13,15} + \frac{(3 - 1,85)^2}{1,85} + \frac{(40 - 38,58)^2}{38,58} + \frac{(4 - 5,42)^2}{5,42} + \frac{(5 - 4,38)^2}{4,38} + \frac{(1 - 0,62)^2}{0,62} \approx 1,92.$$

Apskaičiuojame lentelės laisvės laipsnius pagal (3) formulę:

$$df = (3 - 1)(2 - 1) = 2.$$

Gautoji reikšmė 1,92 yra mažesnė už kritinę reikšmę  $\chi_{0,2}^2(2) = 3,2188$ , todėl hipotezę  $H_0$  turime palikti. Tai reiškia, kad abiturientų planai baigus mokyklą nepriklauso nuo jų šeimos turtinės padėties.

### **Abiturientų planų baigus mokyklą priklausomybės nuo to, ar jie turi artimųjų užsienyje, tyrimas**

Suformuluojame hipotezę ir parenkame jai alternatyvą:

Hipotezė  $H_0$ : abiturientų planai baigus mokyklą nepriklauso nuo to, ar jie turi artimųjų užsienyje;

Hipotezė  $H_1$ : abiturientų planai baigus mokyklą priklauso nuo to, ar jie turi artimųjų užsienyje.

Sudarysime dažnių lentelę:

| Artimieji užsienyje | Studijuosiu Lietuvoje | Išvyksiu į užsienį | Iš viso |
|---------------------|-----------------------|--------------------|---------|
| Turi                | <b>43</b>             | <b>6</b>           | 49      |
| Neturi              | <b>14</b>             | <b>1</b>           | 15      |
| Iš viso             | 57                    | 7                  | 64      |

Apskaičiuosime tikėtinus dažnius pagal (1) formulę:

$$q_{11} = \frac{49 \cdot 57}{64} = 43,64; \quad q_{21} = \frac{15 \cdot 57}{64} = 13,15;$$

$$q_{12} = \frac{49 \cdot 7}{64} = 5,36; \quad q_{22} = \frac{15 \cdot 7}{64} = 1,64.$$

Apskaičiuojamas  $\chi^2$  kriterijus pagal (2) formulę:

$$\chi^2 = \frac{(43 - 43,64)^2}{43,64} + \frac{(6 - 5,36)^2}{5,36} + \frac{(14 - 13,15)^2}{13,15} + \frac{(1 - 1,64)^2}{1,64} \approx 0,389.$$

Lentelės laisvės laipsnis yra 1.

Gautoji reikšmė 0,389 yra mažesnė už kritinę reikšmę:  $\chi^2_{0,2}(1) = 1,6423$ , todėl hipotezę  $H_0$  turime palikti. Tai reiškia, kad abiturientų planai baigus mokyklą nepriklauso nuo to, ar jie turi artimų žmonių užsienyje.

### **Abiturientų planų baigus mokyklą priklausomybės nuo pažymių vidurkio tyrimas**

Suformuluojame hipotezę:

*Hipotezė  $H_0$ : abiturientų planai baigus mokyklą nepriklauso nuo jų pažymių vidurkio;*

*Hipotezė  $H_1$ : abiturientų planai baigus mokyklą priklauso nuo jų pažymių vidurkio.*

Sudarysime dažnių lentelę:

| Pažymių vidurkis  | Studijuosiu Lietuvoje | Išvyksiu į užsienį | Iš viso |
|-------------------|-----------------------|--------------------|---------|
| Iki 6 balų        | <b>4</b>              | <b>2</b>           | 6       |
| Nuo 6 iki 8 balų  | <b>38</b>             | <b>2</b>           | 40      |
| Nuo 8 iki 10 balų | <b>15</b>             | <b>3</b>           | 18      |
| <i>Iš viso</i>    | 57                    | 7                  | 64      |

$$q_{11} = \frac{6 \cdot 57}{64} = 5,34; \quad q_{21} = \frac{40 \cdot 57}{64} = 35,63; \quad q_{31} = \frac{18 \cdot 57}{64} = 16,03;$$

$$q_{12} = \frac{6 \cdot 7}{64} = 0,66; \quad q_{22} = \frac{40 \cdot 7}{64} = 4,38; \quad q_{32} = \frac{18 \cdot 7}{64} = 1,97.$$

Apskaičiuojamas  $\chi^2$  kriterijus pagal (2) formulę:

$$\chi^2 = \frac{(4 - 5,35)^2}{5,35} + \frac{(2 - 0,66)^2}{0,66} + \frac{(38 - 35,63)^2}{35,63} + \frac{(2 - 4,38)^2}{4,38} + \frac{(15 - 16,03)^2}{16,03} + \frac{(3 - 1,97)^2}{1,97} \approx 5,13.$$

Lentelės laisvės laipsnis yra 2.

Gautoji reikšmė 5,12 yra didesnė už kritinę reikšmę:  $\chi^2_{0,2}(2) = 3,2188$ , todėl hipotezę  $H_0$  turime atmesti. Tai reiškia, kad abiturientų planai baigus mokyklą priklauso nuo jų pažymių vidurkio.

Gauti rezultatai apibendrinti 3.8 lentelėje.

3.8 lentelė. Abiturientų planų baigus mokyklą priklausomybių suvestinė

| Veiksniai                  | $\chi^2$ | $\chi^2_{0,2}$ kritinė reikšmė |
|----------------------------|----------|--------------------------------|
| Pažymių vidurkis           | 5,13     | 3,2188                         |
| Šeimos turtinė padėtis     | 1,92     | 3,2188                         |
| Lytis                      | 0,85     | 1,6423                         |
| Ar turi artimųjų užsienyje | 0,389    | 1,6423                         |

Matome, kad labiausiai abiturientų planus baigus mokyklą nulemia jų pažymių vidurkis. Mažiausiai įtakos ateities planams turi lytis ir artimieji, gyvenantys užsienyje.

Toliau ateities planų baigus studijas priklausomybės analizę atliksime su kitais respondentais, t. y. su bakalaurs ir magistrantais. Reikšmingumo lygį pasirenkame 0,05. Išsiaiškinsime, ar jų planai baigus studijas priklauso nuo šių veiksnių:

1. absolventų lyties;
2. absolventų amžiaus;
3. ar turi artimų žmonių užsienyje;
4. ar studijų metu buvo išvykę į užsienį;
5. ar turi paskolą;
6. ar šiuo metu dirba.

Atlikę visus reikiamus matematinius veiksmus, gauname rezultatų suvestinę (žr. 3.9 lentelę).

3.9 lentelė. Absolventų planų baigus mokyklą priklausomybių suvestinė

| Veiksniai                             | Bakalaurai |                                 | Magistrantai |                                 |
|---------------------------------------|------------|---------------------------------|--------------|---------------------------------|
|                                       | $\chi^2$   | $\chi^2_{0,05}$ kritinė reikšmė | $\chi^2$     | $\chi^2_{0,05}$ kritinė reikšmė |
| Lytis                                 | 4,06       | 11,0704                         | 9,1          | 11,0704                         |
| Amžius                                | -          | -                               | 13,87        | 18,3070                         |
| Ar turi artimų žmonių užsienyje       | 6,22       | 11,0704                         | 10,76        | 11,0704                         |
| Ar studijų metu buvo išvykę į užsienį | 17,5       | 11,0704                         | 6,93         | 11,0704                         |
| Ar turi paskolą                       | 12,23      | 13,4419                         | 7,62         | 11,0704                         |
| Ar šiuo metu dirba                    | 11,05      | 11,0704                         | 14,04        | 11,0704                         |

Matome, kad bakalauro planai baigus studijas priklauso nuo to, ar studijų metu buvo išvykę į užsienį. Galima dar teigti, kad yra priklausomybė ir nuo to, ar turi darbą, kadangi  $\chi^2$  reikšmė beveik lygi kritinei reikšmei. O magistrantų planai baigus studijas priklauso tik nuo to, ar turi darbą.

### 3.4.2. Respondentų perspektyvų Lietuvos darbo rinkoje vertinimo priklausomybės nuo kitų veiksnių tyrimas

Toliau ištirsime, nuo kokių veiksnių priklauso, kaip abiturientai vertina darbo rinkos perspektyvas Lietuvoje. Tiriamieji veiksniai yra šie:

1. abiturientų lytis;
2. abiturientų šeimos turtinė padėtis;
3. ar turi artimųjų užsienyje;
4. abiturientų pažymių vidurkis;
5. ar yra numatę, kokią profesiją norėtų pasirinkti;
6. ar žino, kokioje veikloje geriausiai galėtų pritaikyti savo sugebėjimus, kokiam darbui/veiklai yra tinkamiausi.

Atlikę visus reikiamus matematinius veiksmus, gauname rezultatų suvestinę (žr. 3.10 lentelę).

3.10 lentelė. Abiturientų perspektyvų Lietuvos darbo rinkoje vertinimo priklausomybių suvestinė

| Veiksniai                                                                                                      | $\chi^2$ | $\chi^2_{0,05}$ kritinė reikšmė |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|---------------------------------|
| Lytis                                                                                                          | 0,90     | 7,8147                          |
| Šeimos turtinė padėtis                                                                                         | 13,10    | 12,5915                         |
| Ar turi artimųjų užsienyje                                                                                     | 0,51     | 7,8147                          |
| Pažymių vidurkis                                                                                               | 44,19    | 12,5915                         |
| Ar yra numatę, kokią profesiją pasirinkti                                                                      | 5,42     | 7,8147                          |
| Ar žino, kokioje veikloje geriausiai galėtų pritaikyti savo sugebėjimus, kokiam darbui/veiklai yra tinkamiausi | 93,48    | 16,9189                         |

Matome, kad abiturientų darbo rinkos perspektyvoms Lietuvoje vertinti labai didelę įtaką turi tai, ar jie žino, kokioje veikloje galėtų pritaikyti savo sugebėjimus ir pažymių vidurkis. Taip pat yra ryšys, tik šiek tiek mažesnis, su šeimos turto padėtimi.

Toliau įvertinsime, nuo kokių veiksnių priklauso bakalauro ir magistrantų darbo rinkos perspektyvų Lietuvoje vertinimas. Tiriamieji veiksniai yra šie:

1. absolventų lytis;
2. absolventų amžius;
3. ar turi artimų žmonių užsienyje;

4. ar studijų metu buvo išvykę į užsienį;
5. ar turi paskolą;
6. ar šiuo metu dirba;
7. ar iš gaunamų pajamų gali sutaupyti.

Atlikę matematinius veiksmus ir suradę  $\chi^2$  kvadrato reikšmes, gauname rezultatų suvestinę (žr. 3.11 lentelę).

3.11 lentelė. Absolventų perspektyvų Lietuvos darbo rinkoje vertinimo priklausomybių suvestinė

| Veiksniai                             | Bakalaurai |                                 | Magistrantai |                                 |
|---------------------------------------|------------|---------------------------------|--------------|---------------------------------|
|                                       | $\chi^2$   | $\chi^2_{0,05}$ kritinė reikšmė | $\chi^2$     | $\chi^2_{0,05}$ kritinė reikšmė |
| Lytis                                 | 7,32       | 7,8147                          | 1,62         | 7,8147                          |
| Amžius                                | -          | -                               | 2,96         | 12,5915                         |
| Ar turi artimų žmonių užsienyje       | 3,96       | 7,8147                          | 5,74         | 7,8147                          |
| Ar studijų metu buvo išvykę į užsienį | 5,42       | 7,8147                          | 5,84         | 7,8147                          |
| Ar turi paskolą                       | 4,40       | 12,5915                         | 2,53         | 7,8147                          |
| Ar šiuo metu dirba                    | 1,79       | 7,8147                          | 12,43        | 7,8147                          |
| Ar iš gaunamų pajamų gali sutaupyti   | 30,86      | 16,9189                         | 91,55        | 16,9189                         |

Matome, kad ir bakalauro, ir magistrantų darbo rinkos perspektyvoms Lietuvoje vertinti daugiausiai įtakos turi tai, ar iš gaunamų pajamų jie gali sutaupyti. Išanalizavę magistrantų duomenis, dar matome, kad yra priklausomybė ir nuo to, ar šiuo metu jie turi darbą.

### 3.4.3. Respondentų išvykimo į užsienį priežasčių priklausomybės nuo kitų veiksnių tyrimas

Šioje dalyje ištirsime, ar respondentų išvykimo į užsienį priežastys priklauso nuo įvairių veiksnių. Pirmiausia tirsime abiturientus. Jų išvykimo į užsienį priežasčių priklausomybės ieškosime nuo šių veiksnių:

1. abiturientų lytis;
2. abiturientų šeimos turtinė padėtis;
3. ar turi artimųjų užsienyje;
4. abiturientų pažymių vidurkis;
5. ar yra numatę, kokią profesiją pasirinkti;
6. ar turi pakankamai informacijos apie studijų galimybes Lietuvoje;
7. ar turi pakankamai informacijos apie situaciją Lietuvos darbo rinkoje;
8. kaip vertina savo perspektyvas Lietuvos darbo rinkoje;

9. ar žino, kokioje veikloje geriausiai galėtų pritaikyti savo sugebėjimus, kokiam darbui/veiklai yra tinkamiausi.

Atlikę matematinius veiksmus ir suradę  $\chi^2$  kvadrato reikšmes, gauname rezultatų suvestinę (3.12 lentelę).

3.12 lentelė. Abiturientų išvykimo priežasčių priklausomybių suvestinė

| Veiksniai                                                                                                      | $\chi^2$ | $\chi^2_{0,05}$ kritinė reikšmė |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|---------------------------------|
| Lytis                                                                                                          | 1,06     | 3,8414                          |
| Šeimos turtinė padėtis                                                                                         | 2,36     | 3,8414                          |
| Ar turi artimųjų užsienyje                                                                                     | 1,40     | 3,8414                          |
| Pažymių vidurkis                                                                                               | 2,93     | 5,9914                          |
| Ar yra numatę, kokią profesiją pasirinkti                                                                      | 1,50     | 3,8414                          |
| Ar turi pakankamai informacijos apie studijų galimybes Lietuvoje                                               | 46,21    | 7,8147                          |
| Ar turi pakankamai informacijos apie situaciją Lietuvos darbo rinkoje                                          | 45,13    | 7,8147                          |
| Kaip vertina savo perspektyvas Lietuvos darbo rinkoje                                                          | 17,67    | 5,9914                          |
| Ar žino, kokioje veikloje geriausiai galėtų pritaikyti savo sugebėjimus, kokiam darbui/veiklai yra tinkamiausi | 4,56     | 5,9914                          |

Iš gautų reikšmių matome, kad abiturientų išvykimo į užsienį tikslus daugiausia lemia informacijos apie studijų galimybes Lietuvoje ir informacijos apie situaciją darbo rinkoje trūkumas bei tai, kaip jie patys vertina perspektyvas Lietuvos darbo rinkoje.

Tirdami bakalauro ir magistrantų išvykimo į užsienį tikslų priklausomybę, pasirinkome šiuos veiksniai:

1. absolventų lytis;
2. absolventų amžius;
3. ar turi paskolą;
4. ar šiuo metu dirba;
5. ar iš gaunamų pajamų gali sutaupyti;
6. ar tenkina dabartinės gyvenimo sąlygos;
7. kaip vertina perspektyvas ateityje įsigyti nuosavą būstą;
8. užsienio kalbų mokėjimas.

Atlikę matematinius veiksmus ir suradę  $\chi^2$  kvadrato reikšmes, gauname rezultatų suvestinę (žr. 3.13 lentelę).

3.13 lentelė. Absolventų išvykimo priežasčių priklausomybių suvestinė

| Veiksniai                                                | Bakalaurai |                                 | Magistrantai |                                 |
|----------------------------------------------------------|------------|---------------------------------|--------------|---------------------------------|
|                                                          | $\chi^2$   | $\chi^2_{0,05}$ kritinė reikšmė | $\chi^2$     | $\chi^2_{0,05}$ kritinė reikšmė |
| Lytis                                                    | 0,85       | 7,8147                          | 3,82         | 5,9914                          |
| Amžius                                                   |            |                                 | 4,20         | 5,9914                          |
| Ar turi paskolą                                          | 1,85       | 12,5915                         | 14,00        | 5,9914                          |
| Ar šiuo metu dirba                                       | 8,35       | 7,8147                          | 3,73         | 5,9914                          |
| Ar iš gaunamų pajamų gali sutaupyti                      | 22,08      | 16,9189                         | 12,17        | 9,4877                          |
| Ar tenkina dabartinės gyvenimo sąlygos                   | 71,08      | 16,9189                         | 6,54         | 12,5915                         |
| Kaip vertina perspektyvas ateityje įsigyti nuosavą būstą | 10,52      | 12,5915                         | 7,00         | 5,9914                          |
| Užsienio kalbų mokėjimas                                 | 12,23      | 12,5915                         | 5,77         | 9,4877                          |

Bakalaurų išvykimo į užsienį priežastis daugiausia lemia tai, ar šiuo metu jie turi darbą, ar iš gaunamų pajamų gali sutaupyti, ir ar juos tenkina dabartinės gyvenimo sąlygos. Šiek tiek įtakos turi ir užsienio kalbų mokėjimas. O magistrantų išvykimo į užsienį priežastis labiausiai lemia tai, ar jie turi paėmę paskolą, ar iš gaunamų pajamų gali sutaupyti ir tai, kaip jie vertina perspektyvas ateityje įsigyti nuosavą būstą. Užsienio kalbų mokėjimas magistrantų pasirinkimui išvykti į užsienį įtakos neturi.

#### 3.4.4. Respondentų apsisprendimo išvykti į užsienį tvirtumo priklausomybės nuo kitų veiksnių tyrimas

Pasitelkę Pirsono  $\chi^2$  kriterijų, patikrinsime, ar abiturientų apsisprendimo tvirtumas turi ryšį (priklausomybę) su tokiais veiksniais:

1. abiturientų lytis;
2. abiturientų šeimos turtinė padėtis;
3. ar turi artimųjų užsienyje;
4. abiturientų pažymių vidurkis;
5. ar turi pakankamai informacijos apie studijų galimybes Lietuvoje;
6. ar turi pakankamai informacijos apie situaciją Lietuvos darbo rinkoje;
7. kaip vertina savo perspektyvas Lietuvos darbo rinkoje;
8. ar žino, kokioje veikloje geriausiai galėtų pritaikyti savo sugebėjimus, kokiam darbui/veiklai yra tinkamiausi.

Gavome rezultatų suvestinę (žr. 3.14 lentelę).

3.14 lentelė. Abiturientų apsisprendimo išvykti tvirtumo priklausomybių suvestinė

| Veiksniai                                                                                                      | $\chi^2$ | $\chi^2_{0,05}$ kritinė reikšmė |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|---------------------------------|
| Lytis                                                                                                          | 4,14     | 4,6416                          |
| Šeimos turtinė padėtis                                                                                         | 6,97     | 4,6416                          |
| Ar turi artimųjų užsienyje                                                                                     | 2,93     | 4,6416                          |
| Pažymių vidurkis                                                                                               | 9,09     | 12,5915                         |
| Ar turi pakankamai informacijos apie studijų galimybes Lietuvoje                                               | 84,16    | 12,5915                         |
| Ar turi pakankamai informacijos apie situaciją Lietuvos darbo rinkoje                                          | 69,95    | 16,9189                         |
| Kaip vertina savo perspektyvas Lietuvos darbo rinkoje                                                          | 48,59    | 16,9189                         |
| Ar žino, kokioje veikloje geriausiai galėtų pritaikyti savo sugebėjimus, kokiam darbui/veiklai yra tinkamiausi | 6,97     | 12,5915                         |

Gauti rezultatai rodo, kad abiturientų apsisprendimo tvirtumą labiausiai lemia informacijos apie studijų galimybes Lietuvoje ir apie situaciją Lietuvos darbo rinkoje trūkumas, bei tai, kaip jie vertina savo perspektyvas Lietuvos darbo rinkoje. Taip pat nustatėme, kad apsisprendimo tvirtumas šiek tiek priklauso nuo šeimos turtinės padėties ir nuo lyties.

Toliau įvertinsime, kokie veiksniai lemia bakalauro ir magistrantų apsisprendimo tvirtumą. Pasirenkame šiuos tiriamuosius veiksnius:

1. absolventų lytis;
2. absolventų amžius;
3. ar turi paskolą;
4. ar šiuo metu dirba;
5. ar iš gaunamų pajamų gali sutaupyti;
6. ar tenkina dabartinės gyvenimo sąlygos;
7. kaip vertina perspektyvas ateityje įsigyti nuosavą būstą;
8. kaip vertina savo perspektyvas Lietuvos darbo rinkoje.

Atlikę matematinius skaičiavimus, gavome rezultatų suvestinę (žr. 3.15 lentelę).

3.15 lentelė. Absolventų apsisprendimo išvykti tvirtumo priklausomybių suvestinė

| Veiksniai                           | Bakalaurai |                                 | Magistrantai |                                 |
|-------------------------------------|------------|---------------------------------|--------------|---------------------------------|
|                                     | $\chi^2$   | $\chi^2_{0,05}$ kritinė reikšmė | $\chi^2$     | $\chi^2_{0,05}$ kritinė reikšmė |
| Lytis                               | 8,17       | 7,8147                          | 6,87         | 5,9914                          |
| Amžius                              | -          | -                               | 0,64         | 5,9914                          |
| Ar turi paskolą                     | 3,35       | 12,5915                         | 0,64         | 5,9914                          |
| Ar šiuo metu dirba                  | 3,99       | 7,8147                          | 2,86         | 5,9914                          |
| Ar iš gaunamų pajamų gali sutaupyti | 17,75      | 16,9189                         | 5,44         | 9,4877                          |

3.15 lentelės pabaiga

| Veiksniai                                                | Bakalaurai |                                 | Magistrantai |                                 |
|----------------------------------------------------------|------------|---------------------------------|--------------|---------------------------------|
|                                                          | $\chi^2$   | $\chi^2_{0,05}$ kritinė reikšmė | $\chi^2$     | $\chi^2_{0,05}$ kritinė reikšmė |
| Ar tenkina dabartinės gyvenimo sąlygos                   | 15,50      | 16,9189                         | 16,18        | 12,5915                         |
| Kaip vertina perspektyvas ateityje įsigyti nuosavą būstą | 12,17      | 12,5915                         | 1,53         | 5,9914                          |
| Kaip vertina savo perspektyvas Lietuvos darbo rinkoje    | 4,23       | 16,9189                         | 2,26         | 12,5915                         |

Rezultatai rodo, kad bakalauro ir magistrantų apsisprendimo išvykti į užsienį tvirtumas priklauso nuo lyties. Bakalauro apsisprendimą dar lemia tai, ar iš gaunamų pajamų jie gali sutaupyti. Yra nežymi priklausomybė ir nuo to, kaip bakalaurai vertina perspektyvas ateityje įsigyti nuosavą būstą. O magistrantų apsisprendimo stiprumą lemia tai, ar juos tenkina dabartinės gyvenimo sąlygos.

#### 3.4.5. Respondentų išvykimo trukmės priklausomybės nuo kitų veiksnių tyrimas

Galiausiai pritaikę Pirsono  $\chi^2$  kriterijų, patikrinsime, ar respondentų išvykimo trukmė turi ryšį (priklausomybę) su įvairiais veiksniais. Pirmiausia tikrinsime abiturientų išvykimo trukmės priklausomybę nuo šių veiksnių:

1. abiturientų lytis;
2. abiturientų šeimos turtinė padėtis;
3. ar turi artimųjų užsienyje;
4. abiturientų pažymių vidurkis;
5. ar turi pakankamai informacijos apie studijų galimybes Lietuvoje;
6. ar turi pakankamai informacijos apie situaciją Lietuvos darbo rinkoje;
7. kaip vertina savo perspektyvas Lietuvos darbo rinkoje;
8. ar žino, kokioje veikloje geriausiai galėtų pritaikyti savo sugebėjimus, kokiam darbui/veiklai yra tinkamiausi.

Atlikę matematinius skaičiavimus, gavome rezultatų suvestinę (žr. 3.16 lentelę).

3.16 lentelė. Abiturientų išvykimo trukmės priklausomybių suvestinė

| Veiksniai                  | $\chi^2$ | $\chi^2_{0,05}$ kritinė reikšmė |
|----------------------------|----------|---------------------------------|
| Lytis                      | 2,93     | 4,6416                          |
| Šeimos turtinė padėtis     | 5,25     | 4,6416                          |
| Ar turi artimųjų užsienyje | 5,40     | 4,6416                          |

3.16 lentelės pabaiga

| <b>Veiksniai</b>                                                                                               | $\chi^2$ | $\chi^2_{0,05}$ kritinė reikšmė |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|---------------------------------|
| Pažymių vidurkis                                                                                               | 5,87     | 12,5915                         |
| Ar turi pakankamai informacijos apie studijų galimybes Lietuvoje                                               | 79,49    | 16,9189                         |
| Ar turi pakankamai informacijos apie situaciją Lietuvos darbo rinkoje                                          | 15,89    | 16,9189                         |
| Kaip vertina savo perspektyvas Lietuvos darbo rinkoje                                                          | 21,91    | 16,9189                         |
| Ar žino, kokioje veikloje geriausiai galėtų pritaikyti savo sugebėjimus, kokiam darbui/veiklai yra tinkamiausi | 6,88     | 12,5915                         |

Rezultatai rodo, kad abiturientų išvykimo į užsienį trukmė turi priklausomybę nuo jų šeimos turtinės padėties, nuo to, ar jie turi artimųjų užsienyje, o taip pat nuo to, kad turi nepakankamai informacijos apie studijų galimybes Lietuvoje ir kaip jie vertina perspektyvas Lietuvos darbo rinkoje.

Toliau patikrinsime bakalauro ir magistrantų išvykimo į užsienį trukmės priklausomybę nuo šių veiksnių:

1. absolventų lytis;
2. absolventų amžius;
3. ar turi paskolą;
4. ar šiuo metu dirba;
5. ar iš gaunamų pajamų gali sutaupyti;
6. ar tenkina dabartinės gyvenimo sąlygos;
7. kaip vertina perspektyvas ateityje įsigyti nuosavą būstą;
8. kaip vertina savo perspektyvas Lietuvos darbo rinkoje;
9. noras dalyvauti Lietuvos visuomeniniame gyvenime;
10. noras, kad vaikai gyventų ir dirbtų Lietuvoje.

Gautus rezultatus suvedame į 3.17 lentelę.

3.17 lentelė. Absolventų išvykimo trukmės priklausomybių suvestinė

| <b>Veiksniai</b>                    | <b>Bakalaurai</b> |                                 | <b>Magistrantai</b> |                                 |
|-------------------------------------|-------------------|---------------------------------|---------------------|---------------------------------|
|                                     | $\chi^2$          | $\chi^2_{0,05}$ kritinė reikšmė | $\chi^2$            | $\chi^2_{0,05}$ kritinė reikšmė |
| Lytis                               | 1,53              | 5,9914                          | 14,00               | 5,9914                          |
| Amžius                              | -                 | -                               | 1,30                | 5,9914                          |
| Ar turi paskolą                     | 3,18              | 9,4877                          | 1,30                | 9,4877                          |
| Ar šiuo metu dirba                  | 3,19              | 5,9914                          | 2,20                | 5,9914                          |
| Ar iš gaunamų pajamų gali sutaupyti | 9,11              | 12,5915                         | 5,93                | 12,5915                         |

3.17 lentelės pabaiga

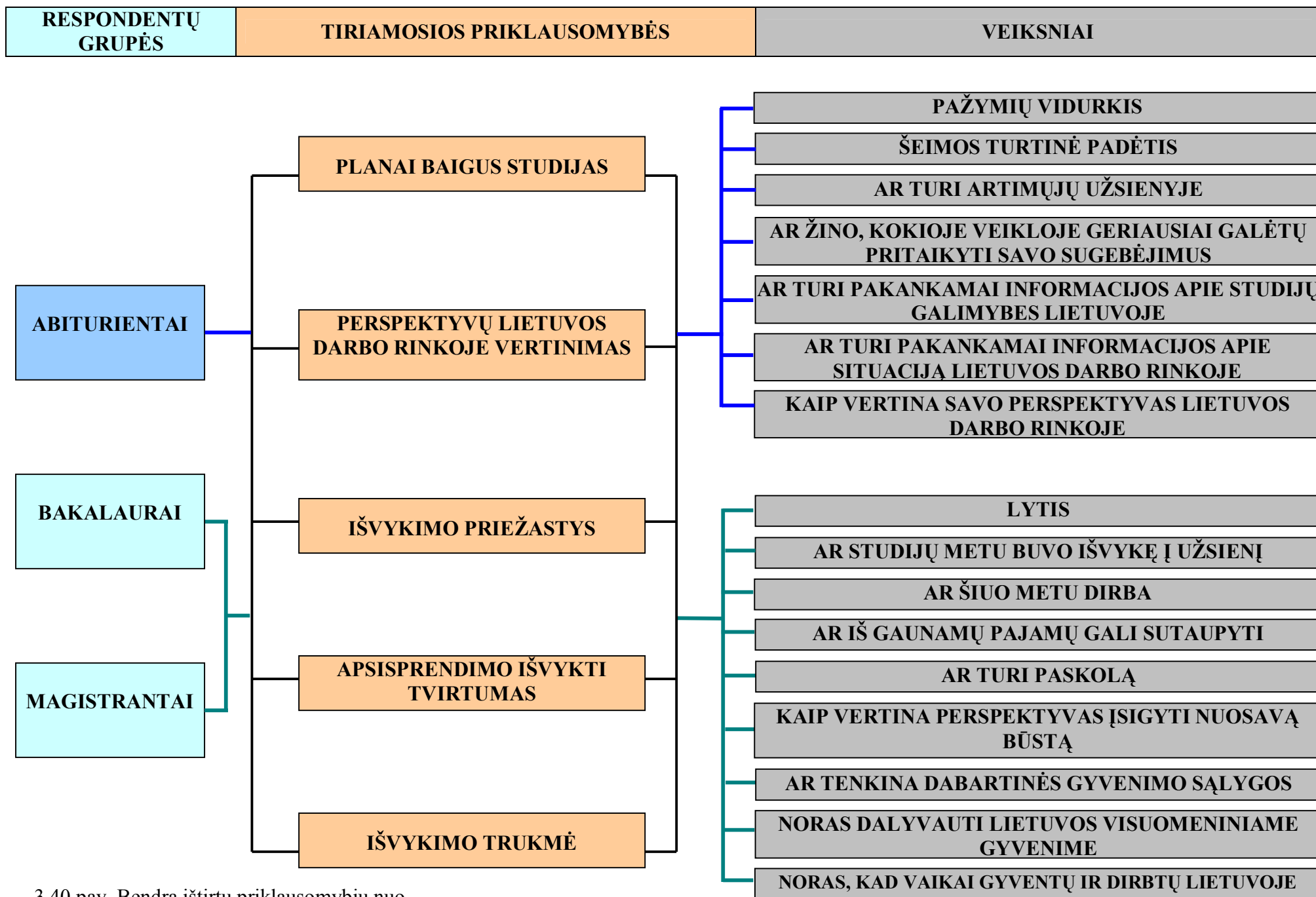
| Veiksniai                                                | Bakalaurai |                                 | Magistrantai |                                 |
|----------------------------------------------------------|------------|---------------------------------|--------------|---------------------------------|
|                                                          | $\chi^2$   | $\chi^2_{0,05}$ kritinė reikšmė | $\chi^2$     | $\chi^2_{0,05}$ kritinė reikšmė |
| Ar tenkina dabartinės gyvenimo sąlygos                   | 3,86       | 12,5915                         | 15,78        | 12,5915                         |
| Kaip vertina perspektyvas ateityje įsigyti nuosavą būstą | 1,63       | 9,4877                          | 3,11         | 9,4877                          |
| Kaip vertina savo perspektyvas Lietuvos darbo rinkoje    | 63,38      | 12,5915                         | 18,04        | 12,5915                         |
| Noras dalyvauti Lietuvos visuomeniniame gyvenime         | 34,21      | 12,5915                         | 20,53        | 12,5915                         |
| Noras, kad vaikai gyventų ir dirbtų Lietuvoje            | 5,60       | 5,9914                          | 5,11         | 5,9914                          |

Bakalaurų ir magistrantų duomenys beveik sutampa – jų išvykimo trukmę daugiausia lemia tokie veiksniai, kaip noras dalyvauti Lietuvos visuomeniniame gyvenime, ar tai, kaip jie vertina perspektyvas Lietuvos darbo rinkoje. Šiek tiek įtakos turi ir noras, kad vaikai gyventų ir dirbtų Lietuvoje. Skirtumas yra tas, kad magistrantų išvykimo trukmė dar priklauso ir nuo lyties bei tai, kaip juos tenkina dabartinės gyvenimo sąlygos.

#### 3.4.6. Kiekybinio absolventų ir abiturientų migracinių nuostatų tyrimo apibendrinimas

Atlikus visus statistinius skaičiavimus, galima padaryti tam tikras išvadas apie M. Slančiausko gimnazijos abiturientų ir VGTU verslo vadybos bakalaurų ir magistrantų emigracines nuostatas bei jų ryšį su tam tikrais veiksniais.

Pateikiame bendrą priklausomybių suvestinę schematiškai (žr. 3.40 pav.).



3.40 pav. Bendra ištirtų priklausomybių nuo įvairių veiksnių rezultatų suvestinė

O dabar trumpai apibendrinsime, kokie veiksniai labiausiai lemia pasirinktus atsakymų variantus.

Abiturientų planus baigus mokyklą lemia jų pažymių vidurkis. Tie, kurie turi mažiausią pažymių vidurkį, ketina išvykti dirbti į užsienį arba ieškotis darbo Lietuvoje. Bakalaurų planus baigus studijas lemia tai, ar studijų metu jie buvo išvykę į užsienį. Žinoma, didžioji dalis planuojančių išvykti į užsienį dirbti arba studijuoti jau ten buvo studijų metu. Magistrantų ateities planai priklauso nuo to, ar jie turi darbą. Didesnė dalis magistrantų, ketinančių išvykti į užsienį, neturi darbo.

Tai, kaip abiturientai vertina perspektyvas Lietuvos darbo rinkoje, lemia jų šeimos turtinė padėtis – prasčiau darbo rinkos perspektyvas įvertino abiturientai, kurių šeimos gyvena varganai arba vidutiniškai. Dar abiturientų perspektyvų Lietuvos darbo rinkoje vertinimą lemia jų pažymių vidurkis ir tai, ar jie žino, kokioje veikloje geriausiai galėtų pritaikyti savo sugebėjimus, kokiam darbui / veiklai yra tinkamiausi. Bakalaurai perspektyvas Lietuvos darbo rinkoje vertina priklausomai nuo to, ar iš gaunamų pajamų gali sutaupyti. Akivaizdu, kad blogiausiai perspektyvas darbo rinkoje vertina tie bakalaurai, kurie iš gaunamų pajamų sutaupyti negali. Magistrantų vertinimas priklauso nuo to, ar jie turi darbą ir taip pat ar iš gaunamų pajamų gali sutaupyti. Didesnė dalis dirbančių magistrantų teigia, kad darbą susirasti įmanoma, bet nesitiki didelio atlyginimo. Jokių perspektyvų Lietuvos darbo rinkoje nemato tie magistrantai, kurie iš gaunamų pajamų sutaupyti negali, arba atideda tik tada, kai gali.

Abiturientų išvykimo į užsienį priežastis lemia tai, kad jie neturi pakankamai informacijos apie studijų galimybes Lietuvoje ir apie situaciją Lietuvos darbo rinkoje ir tai, kad jie nesitiki susirasti Lietuvoje gerai apmokamo darbo. Bakalaurų išvykimo į užsienį priežastis lemia tai, kad jie neturi Lietuvoje darbo, iš gaunamų pajamų visiškai negali sutaupyti. Jie yra tik vidutiniškai patenkinti dabartinėmis gyvenimo sąlygomis. Didesnė dalis į užsienį ketinančių išvykti magistrantų neturi paėmę paskolos, t. y. nėra finansiškai įsipareigoję, o sutaupyti gali tik tada, kai lieka. Ši magistrantų dalis yra įsitikinusi, kad būsto negalės įsigyti be giminių ar kt. pagalbos.

Nemažai veiksmų lemia abiturientų apsisprendimo išvykti į užsienį tvirtumą. Gauti rodikliai rodo, kad tai priklauso nuo lyties, t. y. merginos yra labiau apsisprendusios nei vaikinai. Dar apsisprendimą lemia šeimos turtinė padėtis. Įdomu tai, kad tarp ketinančių išvykti abiturientų nėra gyvenančių vargingai. Išvykti apsisprendę abiturientai yra iš pasiturinčių ir vidutiniškai gyvenančių šeimų. Dar abiturientų galutinį apsisprendimą lemia informacijos apie studijų galimybes Lietuvoje ir situaciją Lietuvos darbo rinkoje trūkumas. Tvirtai apsisprendę išvykti abiturientai perspektyvas Lietuvos darbo rinkoje įvertino vidutiniškai. Bakalaurų ir magistrantų apsisprendimo išvykti tvirtumas taip pat priklauso nuo lyties – merginos labiau apsisprendusios nei vaikinai. Tvirtai apsisprendę išvykti bakalaurai iš gaunamų pajamų gali sutaupyti tik tais atvejais, kai lieka. Tvirtai apsisprendusių išvykti magistrantų netenkina arba vidutiniškai tenkina dabartinės gyvenimo sąlygos.

Abiturientų išvykimo į užsienį trukmė priklauso nuo jų šeimos turtinės padėties, tai pat nuo to, ar jie turi artimųjų užsienyje. Ilgiausiam laikui – 3–5 metams – išvykstantys abiturientai turi giminių užsienyje. Gal būt todėl jie jaučiasi labiau užtikrinti ir nebijo rizikuoti likti užsienyje ilgesniam laikotarpiui. Trumpesniai laikui išvykstantys neturi artimųjų užsienyje. Nežinantys, kuriam laikui išvyksta į užsienį, abiturientai turi pakankamai informacijos apie studijų galimybes Lietuvoje, bet nesitiki čia susirasti gerai apmokamo darbo. O į užsienį ketinantys išvykti bakalaurai, nepriklausomai nuo to, kokiam laikotarpiui ketina išvykti, mano, kad negalės čia susirasti gerai apmokamo darbo. 1–2 metams ketinantys išvykti bakalaurai norėtų dalyvauti Lietuvos visuomeniniame gyvenime, nes jiems rūpi Lietuvos ateitis. Magistrantų apsisprendimas, kuriam laikotarpiui išvykti į užsienį, priklauso nuo jų lyties. Vaikiniai žada išvykti į užsienį trumpesniai laikotarpiui nei merginos. Kai kurios merginos nori išvykti netgi visam laikui, gal būt ketina ištekti ir sukurti užsienyje šeimą. Dar magistrantų išvykimo trukmė priklauso nuo to, kaip juos tenkina dabartinės gyvenimo sąlygos. Visam laikui išvykti ketinantys magistrantai vidutiniškai vertina gyvenimo sąlygas, tačiau įdomu tai, kad 1–2 metams išvykstantys magistrantai labai gerai įvertino gyvenimo sąlygas. Vadinasi, jų migracines nuostatas lemia ne ekonominė padėtis. Magistrantų išvykimo į užsienį trukmę lemia noras dalyvauti Lietuvos visuomeniniame gyvenime. Magistrantams, išvykstantiems 1–2 metų laikotarpiui, yra svarbi Lietuvos ateitis, o išvykstantys visam laikui neturi nuomonės apie tai.

Apibendrinant gautus rezultatus, galima daryti išvadą, kad abiturientų emigracines nuostatas labiausiai lemia du veiksniai – šeimos turtinė padėtis ir informacijos apie studijų ir darbo galimybes Lietuvoje trūkumas. Bakalaurų emigracines nuostatas labiausiai lemia vienas veiksnys – tai, ar iš gaunamų pajamų jie gali sutaupyti, o magistrantų emigracines nuostatas labiausiai lemia trys veiksniai – tai, ar jie turi darbą, ar yra patenkinti dabartinėmis gyvenimo sąlygomis ir kaip vertina perspektyvas įsigyti nuosavą būstą.

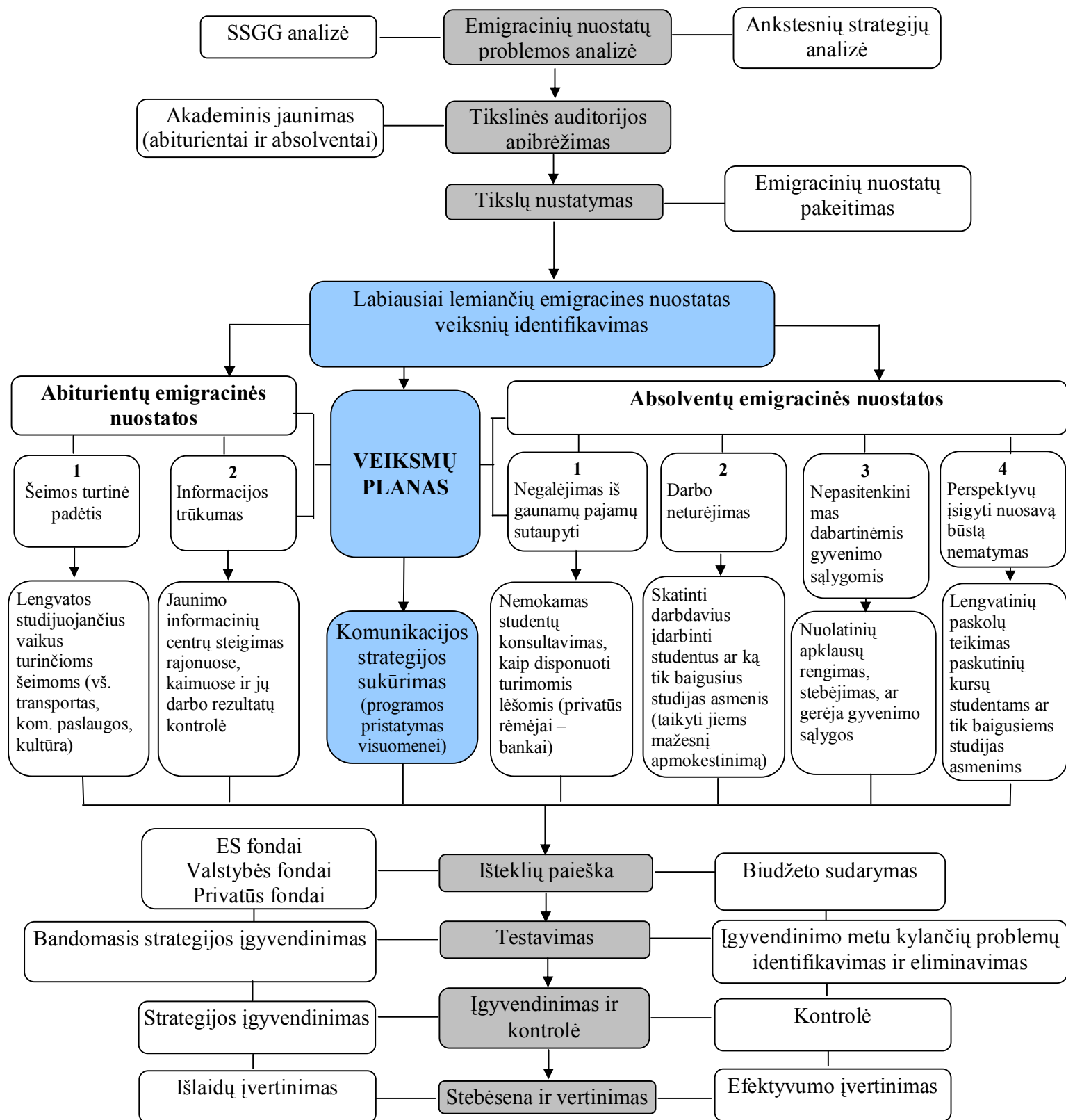
#### **4. SOCIALINIO MARKETINGO STRATEGIJOS MODELIS TAIKYTINAS LIETUVOS ABSOLVENTŲ IR ABITURIENTŲ EMIGRACINIŲ NUOSTATŲ PROBLEMAI SPREŠTI**

Lietuvoje jau sukurta nemažai valstybinės reikšmės strategijų ir programų, skirtų suvaldyti emigracijai, tačiau matant, kokiais tempais didėja ši problema, akivaizdu, kad visos strategijos ir veiksmų planai nusėda už jų įgyvendinimą atsakingų asmenų stalčiuose. Reikalingi tokie planai, kuriuos būtų realu įgyvendinti. Emigracijos nuostatų problemos sprendimas prasideda nuo suvokimo, kodėl žmonės emigruoja, kas skatina tokį jų elgesį. Analizuojant šiuos klausimus neišvengiamai išvelgiamas ryšys su socialinio marketingo tyrimo objektu. Prisiminkime, kad socialinio marketingo tikslas – pakeisti tikslinės auditorijos elgseną ir įtikinti žmones tam tikra nauda. Taigi, galbūt socialinis marketingas ir yra ta priemonė, galinti pakeisti žmonių emigracines nuostatas? Tam, kad tai išsiaiškintume, reikalingas socialinio marketingo strategijos modelis, skirtas parinkti realiai įgyvendinamą veiksmų planą ir numatyti priemones tam planui įgyvendinti.

Vadovaujantis mokslinės literatūros šaltiniuose pateiktais strateginių modelių pavyzdžiais ir atlikto absolventų ir abiturientų emigracinių nuostatų tyrimo rezultatais, sukurtas socialinio marketingo strateginis modelis, skirtas Lietuvos akademinio jaunimo emigracinių nuostatų problemai spręsti. Modelio principinę schemą pateikiame 4.1 paveiksle.

Modelį sudaro šios pagrindinės dalys: emigracinių nuostatų problemos analizė; tikslinės auditorijos apibrėžimas; tikslų nustatymas; labiausiai lemiančių emigracines nuostatas veiksnių identifikavimas; veiksmų plano sudarymas; komunikacijos strategijos sukūrimas (programos pristatymas visuomenei); išteklių paieška; testavimas; įgyvendinimas ir kontrolė; stebėsena ir vertinimas. Pagrindinės dalys dar turi šalutines, papildančiąsias dalis, kurios kinta priklausomai nuo nagrinėjamos problemos.

Sudarant veiksmų planą labai svarbūs yra emigracinių nuostatų tyrimo rezultatai, t. y. veiksniai, lemiantys tikslinės grupės emigracines nuostatas, nes nuo jų priklauso, kokios priemonės bus parinktos veiksmų planui įgyvendinti. Šiame modelyje atsispindi šešios (dvi abiturientų ir keturios absolventų) tyrimo metu identifikuotos emigracinės nuostatos, kurioms pakeisti parinktos atitinkamos priemonės (žr. 4.1 pav.).



4.1 pav. Socialinio marketingo strateginis modelis, skirtas absolventų ir abiturientų emigracinių nuostatų problemai spręsti

4.1 lentelėje išsamiai aptarsime visas pagrindines sudedamąsias modelio dalis.

4.1 lentelė. Socialinio marketingo strateginio modelio sudedamosios dalys

| <b>Strategijos etapas</b>                                                  | <b>Veiksmų planas</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
|----------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Emigracinių nuostatų problemos analizė</b>                              | Šiame etape, remiantis atliktais empiriniais tyrimais, analizuojamos akademinio jaunimo emigracinės nuostatos, emigracijos priežastys, vykdoma SSGG analizė, peržiūrimi jau atlikti arba panašūs veiksmai ir strategijos, nustatomi pagrindiniai marketingo akcentai.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| <b>Tikslinės auditorijos apibrėžimas</b>                                   | Šiame etape apibrėžiama tikslinė auditorija, t. y. ta žmonių grupė, kuriai bus pritaikytas strateginio plano įgyvendinimas. Šiuo atveju tikslinė grupė yra Lietuvos akademinis jaunimas – asmenys, baigiantys vieną savo gyvenimo etapą ir bespasirenkantys kitą, t. y. Lietuvos mokyklų abiturientai ir absolventai.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| <b>Tikslų nustatymas</b>                                                   | Šiame etape nusprendžiama, kokių veiksmų siekiama iš savo tikslinės auditorijos, ir ką jai reikia žinoti, kuo tikėti, kad pakeistų savo elgseną mums norima linkme. Nustatomi pagrindiniai tikslai ir uždaviniai, taip pat įvertinamos priemonės, atitinkančios nustatytus uždavinius.<br><i>Pagrindinis tikslas</i> – pakeisti akademinio jaunimo emigracines nuostatas.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
| <b>Labiausiai lemiančių emigracines nuostatas veiksnių identifikavimas</b> | Šiame etape, pasitelkiant kiekybinius matematinius metodus, nustatomi akademinio jaunimo emigracines nuostatas labiausiai lemiantys veiksniai.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| <b>Veiksmų plano sudarymas</b>                                             | Šiame etape sudaromi ilgalaikiai ir trumpalaikiai marketingo planai, nustatomi konkretūs marketinginiai veiksmai, parenkamos priemonės tiems veiksams įgyvendinti, sukurama reklaminė kampanija. Pateikiami abiturientų emigracinių nuostatų keitimo programos variantai:<br><ol style="list-style-type: none"><li>1. Šeimos turtinei padėčiai palengvinti siūloma taikyti šeimoms, auginančioms studijuojančius vaikus, įvairių lengvatų, pvz., viešojo transporto lengvatos, komunalinių mokesčių lengvatos, lengvatos kultūriniais renginiais.</li><li>2. Informacijos apie studijų ir darbo galimybes Lietuvoje trūkumui panaikinti siūloma įsteigti daugiau jaunimo informacinių centrų</li></ol> |

4.1 lentelės tęsinys

| Strategijos etapas      | Veiksmų planas                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
|-------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                         | <p>mažuose miesteliuose, rajonuose, kaimuose. Skatinti moksleivius aktyviai domėtis studijų ir darbo galimybėmis šalyje. Rengti programas, kurios skatintų moksleivius domėtis ir rinktis labiausiai patinkančias specialybes, skatinti moksleivius norėti tapti gerais specialistais, nepralenkiamais savo srityje. Būtina tokių centrų darbo rezultatų kontrolė.</p> <p>ir absolventų emigracinių nuostatų keitimo programos variantai:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Negalėjimo iš gaunamų pajamų sutaupyti nuostatą galima pakeisti teikiant nemokamas konsultavimo paslaugas studentams, kaip efektyviai disponuoti turimomis lėšomis. Šios veiklos vykdymu būtų suinteresuoti bankai, kadangi tai puiki bankų žinomumo didinimo priemonė.</li> <li>2. Nedarbo studijų metu nuostatą galima būtų pakeisti įvedus mažesnę apmokestinimą dirbantiems studentams ar ką tik baigusiems studijas asmenims. Darbdaviai būtų suinteresuoti įdarbinti tokius žmones, nes už juos reikėtų mokėti mažesnius mokesčius nei už kitus darbuotojus.</li> <li>3. Siekiant pakeisti nepasitenkinimo esamomis gyvenimo sąlygomis nuostatą reikia nuolat vykdyti tyrimus ir stebėti, kaip keičiasi nepasitenkinimo lygis, ar jis mažėja, ar didėja. Nuolatinė stebėsena leis priimti tam tikras išvadas ir imtis atitinkamų veiksmų.</li> <li>4. Perspektyvų įsigyti nuosavą būstą nematymo nuostatą galima pakeisti taikant lengvatines būsto paskolas paskutiniųjų kursų studentams ir ką tik baigusiems studijas asmenims.</li> </ol> <p>Kitas svarbus žingsnis – parengti reklamą kampaniją, skirtą supažindinti visuomenę su valstybės vykdoma kovos su emigracija programa. Reklaminės žinutės tikslas – kad visuomenė matytų valstybės rūpestį dėl išvykstančių iš šalies piliečių.</p> |
| <b>Išteklių paieška</b> | Nustatomi reikalavimai finansiniams ištekliams ir palyginami su turimais ar potencialiais ištekliais. Gavus tam tikrus rezultatus, gali                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |

4.1 lentelės pabaiga

| Strategijos etapas               | Veiksmų planas                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|----------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                  | <p>prireikti peržiūrėti visą strategiją, tikslinę auditoriją, tikslus arba poreikį užtikrinti papildomą išteklių tiekimą. Galimi finansuotojai:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• ES fondai;</li> <li>• Valstybiniai fondai;</li> <li>• Privatūs fondai.</li> </ul>                                                                                                                 |
| <b>Testavimas</b>                | <p>Šiame etape, taikant įvairius metodus, išbandomas perduodamos žinutės poveikis tikslinei auditorijai ir nustatoma, kaip geriausiai įvykdyti strategijos uždavinius. Testavimas atliekamas nedideliu mastu laboratorijose. Šiame procese dažnai grįžtama prie kūrimo etapų ir daromi pakeitimai. Jei rezultatai gaunami netinkami, pasirenkami alternatyvūs strateginiai veiksmai.</p>       |
| <b>Įgyvendinimas ir kontrolė</b> | <p>Šiame etape sudaromas įgyvendinimo planas ir pradedami kampanijos realizavimo veiksmai. Tuo pačiu metu vykdoma kontrolė, kad nebūtų nukrypstama nuo pagrindinio plano. Sėkmingam strategijos įgyvendinimui būtinas geras pasiruošimas, o įgyvendinimo procesą privaloma stebėti, kad būtų galima užtikrinti, jog visos plano dalys įgyvendinamos teisingai, taip, kaip buvo suplanuota.</p> |
| <b>Stebėseną ir vertinimas</b>   | <p>Paskutiniame etape vykdoma stebėseną: įvertinamas grįžtamasis ryšys, išlaidos ir strategijos efektyvumas apskritai, o taip pat vertinami atskiri strategijos elementai. Vertinimas vyksta jau nuo strategijos kūrimo pradžios, o grįžtamasis ryšys analizuojamas kiekviename strategijos etape tam, kad būtų galima ją patobulinti.</p>                                                     |

Šaltinis: sudaryta autorės.

Pasiūlyto socialinio marketingo strateginio modelio išskirtinis bruožas yra jo universalumas. Modelį galima pritaikyti sprendžiant ne tik akademinio jaunimo, bet ir kitų socialinių grupių emigracinių nuostatų problemą. Analizuojant bet kokią kitą socialinę gyventojų grupę, strategijos principas iš esmės nesikeičia, kinta tik pats veiksmų planas priklausomai nuo to, kokia pasirenkama tikslinė auditorija. Atitinkamai identifikuojami tiriamosios socialinės grupės emigracines nuostatas labiausiai lemiantys veiksniai, tuomet parenkamas reikalingas veiksmų planas. Toliau vykdoma išteklių paieška, testavimas, įgyvendinimas ir vertinimas.

## IŠVADOS IR PASIŪLYMAI

### **Pagrindinės darbo išvados:**

Išanalizavus teorinius migracijos aspektus ir palyginus mokslinės literatūros šaltinius migracijos tema, padarytos šios apibendrinamosios išvados:

1. Migracija yra bet koks žmonių judėjimas – vienoje valstybėje ar kertant jų sienas; ilgam ar trumpam laikotarpiui; savanoriškas arba priverstinis; ieškant kitos darbo vietos; legalus ir nelegalus; kitaip tariant, gyventojams migracija – tai galimybė pagerinti savo gyvenimo sąlygas keičiant gyvenamąją ir darbo vietą, o valstybėms imigrantai yra naujos darbo jėgos šaltinis.
2. Tarptautinė migracija pagal kryptį klasifikuojama į migraciją iš besivystančių šalių į išsivysčiusias šalis; pagal teritorinį principą – į tarpžemyninę ir žemyno viduje; pagal trukmę – negrįžtamąją, laikinąją ir sezoninę; pagal teisėtumą – legalią ir nelegalią.
3. Pagrindinės migrantų kategorijos yra šios: laikinieji darbo migrantai, aukštos kvalifikacijos ir verslo migrantai, nelegalūs migrantai pabėgėliai, prieglobsčio prašytojai ir grįžtantieji migrantai.
4. Migracijos teorijos analizuoja migracijos procesų priežastingumą, nušviečia įvairius migracijos apsektus, pateikia skirtingas sampratas, padeda kurti valstybės migracijos reguliavimo strategijas ir migracijos mažinimo priemones.
5. Emigracija yra žmonių persikėlimas iš tėvynės į kitas šalis nuolatiniam gyvenimui. Emigrantai – asmenys, išvykstantys iš Lietuvos ir ketinantys apsigyventi kitose šalyse nuolat ar ilgesniam negu 6 mėnesių laikotarpiui.
6. Pagrindinės emigracijos priežastys yra: ekonominės (stūmimo veiksniai: atlyginimų skirtumai, lėtas pereinamasis ekonomikos raidos laikotarpis, nedarbo lygio augimas, mažos pajamos vienam gyventojui, šešėlinės ekonomikos egzistavimas); demografinės (gyventojų skaičiaus mažėjimas, dėl to silpstanti socialinė sistema); socialinės (socialinis neteisingumas, juntamų perspektyvų stoka); psichologinės (nesaugumo jausmas); kultūrinės (istorinė emigracijos atmintis, kultūros niekinimas, informacijos skleidimas apie geresnę gyvenimo kokybę kitose šalyse, perspektyvų nematymas); geopolitinės (netinkamai vykdoma valdžios politika, nedemokratiška santvarka, karas ir pan.); ekologinės.
7. Neigiamos emigracijos pasekmės yra: demografinės situacijos pablogėjimas; mažėja mokesčių mokėtojų skaičius; prarandami specialistai (protų nutekėjimas); kyla įtampa socialinės apsaugos sistemoje; nutautėjimo grėsmė.

8. Teigiamos emigracijos pasekmės yra: nedarbo lygio sumažėjimas; kultūriniai mainai; emigrantų sugrįžimas su nauja patirtimi; emigrantų socialinės ir ekonominės padėties pagerėjimas.

Išanalizavus skirtingų gyventojų grupių emigracinių nuostatų problemą, padarytos tokios apibendrinamosios išvados:

1. Skirtingų gyventojų grupių emigracinių nuostatų problema gali būti traktuojama kaip sistema, kurios elementai atlieka nevienodas reguliavimosi funkcijas: vieni elementai numato, kokio pobūdžio reguliavimąsi reikia atlikti, o kiti jį atlieka, t. y. elementai pasiskirstę į du posistemius – valdantįjį ir valdomąjį.
2. Emigracinių nuostatų problema kaip sistema pagal susidarymą yra natūraliai susiformavusi; pagal paskirtį yra nefunkcinė, t. y. susiformavusi esant tam tikroms ekonominėms, socialinėms, geopolitinėms ir kt. aplinkybėms; pagal sudėtingumą yra priskiriama labai sudėtingoms, kadangi ją sunku išsamiai aprašyti ir iki galo suvokti; pagal galimybę keistis yra dinamiška; pagal ryšį su aplinka ši sistema yra atvira, nes jai būdingas išorinis reguliavimas; pagal ryšių tarp elementų pobūdį sistema yra tikimybinė; o pagal ryšių tarp elementų prigimtį tai yra socialinė sistema.

Išanalizavus socialinio marketingo, kaip vienos iš galimų emigracinių nuostatų problemos sprendimo priemonių, teorijas, padarytos šios apibendrinamosios išvados:

1. Socialinio marketingo sąvoką labiausiai nusakantys požymiai yra trys: socialinis marketingas keičia tikslinės auditorijos elgseną; socialinis marketingas įtikina žmones tam tikra nauda; socialinis marketingas nesiekia pelno.
3. Svarbiausi socialinio marketingo principai yra suvokti, kokią naudą realiai gaus tikslinė auditorija, būtinai pasiūlyti jai naudą už pastangas, išsiaiškinti, kokius išteklius praras auditorija siekdama pažadėtos naudos.
4. Būdingiausi socialinio marketingo strategijoms etapai yra aštuoni: socialinės aplinkos analizė; tikslinės auditorijos apibrėžimas; tikslų nustatymas; konkurencijos suvokimas; planavimas; testavimas; įgyvendinimas; stebėsena ir vertinimas.

Įvertinus faktinę Lietuvos gyventojų migracijos būklę, padarytos šios apibendrinamosios išvados:

1. Kritiškiausiais metais emigracijos atžvilgiu laikomi 2004 ir 2005 metai. Tais metais kasmet iš šalies išvyko po 15 tūkst. žmonių. Iš viso nuo 2001 iki 2007 metų išvyko daugiau kaip 80 tūkst. Lietuvos gyventojų.

2. Nuo 2006 metų emigracijos mastas Lietuvoje sumažėjo, o 2007 metais vėl nežymiai auga. Tais metais iš viso išvyko iš šalies 13 853 lietuviai. Taigi, emigracijos problema Lietuvoje vis dar išlieka grėsminga.
3. 2007 metais tarp emigravusių lietuvių daugiausia sudarė darbingo amžiaus žmonės. Nuo pat 2001 metų emigravo daugiau moterys nei vyrai. Tai rodo, kad socialinė ir ekonominė situacija Lietuvoje mažiau palanki moterims.
4. Nuo 2001 metų nuolat didėja nesusituokusių asmenų emigravimas. 2007 metais jis beveik tokio pačio masto, kaip ir susituokusių. Tai rodo, kad tarp emigruojančių lietuvių vis daugiau išvyksta jaunų, neturinčių šeimų asmenų.
5. Tarp nedeclaravusių išvykimo piliečių, 2001–2006 metų laikotarpiu daugiausia asmenų išvyko darbo tikslais – 73,7 tūkst. 2005 metais išvykusių dirbti skaičius buvo didžiausias, net 26,6 tūkst., bet reikia nepamiršti, kad 2005 metai buvo kritiniai emigracijos požiūriu. Mokytis per 2001–2007 metų laikotarpį išvyko palyginus nedaug – 4,5 tūkst. asmenų. Už užsieniečių ištekęs / vedė iš viso 11,1 tūkst. lietuvių. Daugiausia sukūrusių šeimą buvo 2001–2002 metais – 4 tūkst. asmenų.
6. Daugiausiai per 2006 metus išvyko mažai išsilavinusių žmonių, greičiausiai aukštos ir vidutinės kvalifikacijos darbininkai. Tokio išsilavinimo emigrantų daugiausia išvyko iš Lietuvos nuo pat 2001 metų. Didžiausia dalis išsilavinusių asmenų išvyko 2004 metais, vėliau šis skaičius ėmė mažėti. 2006 metais išvyko 2,7 tūkst. išsilavinusių asmenų.
7. Nuo 2001 iki 2006 metų moterų nedarbo lygis visada buvo didesnis nei vyrų, dėl to galima daryti prielaidą, kad tai galėjo turėti įtakos didesniai emigruojančių moterų skaičiui Lietuvoje.

Atlikus absolventų ir abiturientų emigracinių nuostatų tyrimo aprašomąją analizę, padarytos šios apibendrinamosios išvados:

1. Tarp visų respondentų daugiausia išvykti žada bakalauro – 52 proc., kiek mažiau magistrantų – 22 proc. ir mažiausiai abiturientų – 17 proc. Tarp abiturientų 80 proc. vaikų žada užsienyje dirbti, ir tik 20 proc. žada studijuoti. O merginų šie tikslai pasiskirsto po lygiai. Išvykti į užsienį labiausiai apsisprendę abiturientai, o mažiausiai magistrantai. Dauguma respondentų dar neapsisprendę, kokiam laikotarpiui išvyks į užsienį.
2. Daugiausia respondentų kaip išvykimo priežastį nurodė norą pakeliauti, pamatyti pasaulį, taip pat didesnę dalis respondentų nesitiki čia Lietuvoje susirasti gerą ar gerai apmokamą darbą. Dauguma gyvensiančių užsienyje abiturientų ir bakalauro norėtų dalyvauti Lietuvos

visuomeniniame gyvenime, dauguma magistrantų taip pat to norėtų, bet jei tam būtų sukurtos tinkamos sąlygos. Labiausiai užsienio kalboms išprusę magistrantai.

Atlikus absolventų ir abiturientų emigracinių nuostatų tyrimo kiekybinę – matematinę analizę, padarytos šios apibendrinamosios išvados:

1. Abiturientų planus baigus mokyklą lemia jų pažymių vidurkis. Tie, kurie turi mažiausią pažymių vidurkį, ketina išvykti dirbti į užsienį arba ieškoti darbo Lietuvoje. Bakalaurų planus baigus studijas lemia tai, ar studijų metu jie buvo išvykę į užsienį. Didžioji dalis planuojančių išvykti į užsienį dirbti arba studijuoti jau ten buvo studijų metu. Magistrantų ateities planai priklauso nuo to, ar jie turi darbą. Didesnė dalis magistrantų, ketinančių išvykti į užsienį, neturi darbo.
2. Tai, kaip abiturientai vertina perspektyvas Lietuvos darbo rinkoje, lemia jų šeimos turtinė padėtis – prasčiau darbo rinkos perspektyvas įvertino abiturientai, kurių šeimos gyvena varganai arba vidutiniškai. Dar abiturientų perspektyvų Lietuvos darbo rinkoje vertinimą lemia jų pažymių vidurkis ir tai, ar jie žino, kokioje veikloje geriausiai galėtų pritaikyti savo sugebėjimus, kokiam darbui / veiklai yra tinkamiausi. Bakalaurai perspektyvas Lietuvos darbo rinkoje vertina priklausomai nuo to, ar iš gaunamų pajamų gali sutaupyti. Akivaizdu, kad blogiausiai perspektyvas darbo rinkoje vertina tie bakalaurai, kurie iš gaunamų pajamų sutaupyti negali. Magistrantų vertinimas priklauso vėl gi nuo to, ar jie turi darbą ir taip pat ar iš gaunamų pajamų gali sutaupyti. Didesnė dalis dirbančių magistrantų teigia, kad darbą susirasti įmanoma, bet nesitiki didelio atlyginimo. Jokių perspektyvų Lietuvos darbo rinkoje nemato tie magistrantai, kurie iš gaunamų pajamų sutaupyti negali, arba atideda tik tada, kai gali.
3. Abiturientų išvykimo į užsienį priežastis lemia tai, kad jie neturi pakankamai informacijos apie studijų galimybes Lietuvoje ir apie situaciją Lietuvos darbo rinkoje bei tai, kad jie nesitiki susirasti Lietuvoje gerai apmokamo darbo. Bakalaurų išvykimo į užsienį priežastis lemia tai, kad jie neturi Lietuvoje darbo, iš gaunamų pajamų visiškai negali sutaupyti. Jie yra tik vidutiniškai patenkinti dabartinėmis gyvenimo sąlygomis. Didesnė dalis į užsienį ketinančių išvykti magistrantų neturi paėmę paskolos, t. y. nėra finansiškai įsipareigoję, o sutaupyti gali tik tada, kai lieka. Ši magistrantų dalis yra įsitikinusi, kad būsto negalės įsigyti be giminių ar kt. pagalbos.
4. Nemažai veiksnių lemia abiturientų apsisprendimo išvykti į užsienį tvirtumą. Gauti rodikliai rodo, kad tai priklauso nuo lyties, t. y. merginos yra labiau apsisprendusios nei vaikinai. Dar apsisprendimą lemia šeimos turtinė padėtis. Įdomu tai, kad tarp ketinančių išvykti abiturientų

nėra gyvenančių vargingai. Išvykti apsisprendę abiturientai yra iš pasiturinčių ir vidutiniškai gyvenančių šeimų. Dar abiturientų galutinį apsisprendimą lemia informacijos apie studijų galimybes Lietuvoje ir situaciją Lietuvos darbo rinkoje trūkumas. Tvirtai apsisprendę išvykti abiturientai perspektyvas Lietuvos darbo rinkoje įvertino vidutiniškai. Tvirtai apsisprendę išvykti bakalaurai iš gaunamų pajamų gali sutaupyti tik tais atvejais, kai lieka. Tvirtai apsisprendusių išvykti magistrantų netenkina arba vidutiniškai tenkina dabartinės gyvenimo sąlygos.

5. Abiturientų išvykimo į užsienį trukmė priklauso nuo jų šeimos turinės padėties, tai pat nuo to, ar jie turi artimųjų užsienyje. Ilgiausiam laikui – 3–5 metams – išvykstantys abiturientai turi giminių užsienyje. Gal būt todėl jie jaučiasi labiau užtikrintai ir nebijo rizikuoti likti užsienyje ilgesniam laikotarpiui. Bakalaurai, nepriklausomai nuo to, kokiam laikotarpiui ketina išvykti, mano, kad negalės čia susirasti gerai apmokamo darbo. 1–2 metams ketinantys išvykti bakalaurai norėtų dalyvauti Lietuvos visuomeniniame gyvenime, nes jiems rūpi Lietuvos ateitis. Magistrantų apsisprendimas, kuriam laikotarpiui išvykti į užsienį, priklauso nuo jų lyties. Vaikinai žada išvykti į užsienį trumpesniam laikotarpiui nei merginos. Dar magistrantų išvykimo trukmė priklauso nuo to, kaip juos tenkina dabartinės gyvenimo sąlygos. Visam laikui išvykti ketinantys magistrantai vidutiniškai vertina gyvenimo sąlygas, tačiau įdomu tai, kad 1–2 metams išvykstantys magistrantai labai gerai įvertino gyvenimo sąlygas. Vadinasi, jų migracines nuostatas lemia ne ekonominė padėtis. Magistrantų išvykimo į užsienį trukmę lemia noras dalyvauti Lietuvos visuomeniniame gyvenime. Magistrantams, išvykstantiems 1–2 metų laikotarpiui, yra svarbi Lietuvos ateitis, o išvykstantys visam laikui neturi nuomonės apie tai.

### **Pasiūlymai**

Remiantis teorinėje dalyje autorių pateiktais socialinio marketingo strateginiais modeliais ir atlikto Lietuvos absolventų ir abiturientų emigracinių nuostatų tyrimo išvadamis, pasiūlytas strateginis modelis, skirtas akademinio jaunimo emigracinių nuostatų problemai spręsti. Modelis sudarytas iš tokių devynių etapų: emigracinių nuostatų problemos analizė; tikslinės auditorijos apibrėžimas; tikslų nustatymas; labiausiai lemiančių emigracines nuostatas veiksnių identifikavimas; veiksmų plano sudarymas; išteklių paieška; testavimas; įgyvendinimas ir kontrolė; stebėsena ir vertinimas.

Modelyje pasiūlyti šie abiturientų emigracinių nuostatų keitimo programos variantai:

1. Šeimos turtinei padėčiai palengvinti siūloma taikyti šeimoms, auginančioms studijuojančius vaikus, įvairių lengvatų, pvz., viešojo transporto lengvatos, komunalinių mokesčių lengvatos, lengvatos kultūriniais renginiais.

2. Informacijos apie studijų ir darbo galimybes Lietuvoje trūkumui panaikinti siūloma įsteigti daugiau jaunimo informacinių centrų mažuose miesteliuose, rajonuose, kaimuose. Skatinti moksleivius aktyviai domėtis studijų ir darbo galimybėmis šalyje. Rengti programas, kurios skatintų moksleivius domėtis ir rinktis labiausiai patinkančias specialybes, skatinti moksleivius norėti tapti gerais specialistais, nepralenkiamais savo srityje. Būtina tokių centrų darbo rezultatų kontrolė.

Absolventų emigracinių nuostatų keitimo programos variantai:

1. Negalėjimo iš gaunamų pajamų sutaupyti nuostatą galima pakeisti teikiant nemokamas konsultavimo paslaugas studentams, kaip efektyviai disponuoti turimomis lėšomis. Šios veiklos vykdymu būtų suinteresuoti bankai, kadangi tai puiki bankų žinomumo didinimo priemonė.
2. Nedarbo studijų metu nuostatą galima būtų pakeisti įvedus mažesnę apmokestinimą dirbantiems studentams ar ką tik baigusiems studijas asmenims. Darbdaviai būtų suinteresuoti įdarbinti tokius žmones, nes už juos reikėtų mokėti mažesnius mokesčius nei už kitus darbuotojus.
3. Siekiant pakeisti nepasitenkinimo esamomis gyvenimo sąlygomis nuostatą reikia nuolat vykdyti tyrimus ir stebėti, kaip keičiasi nepasitenkinimo lygis, ar jis mažėja, ar didėja. Nuolatinė stebėseną leis priimti tam tikras išvadas ir imtis atitinkamų veiksmų.
4. Perspektyvų įsigyti nuosavą būstą nematymo nuostatą galima pakeisti taikant lengvatines būsto paskolas paskutiniųjų kursų studentams ir ką tik baigusiems studijas asmenims.

Pasiūlyto socialinio marketingo strategijos modelio išskirtinis bruožas yra jo universalumas. Modelį galima pritaikyti sprendžiant ne tik akademinio jaunimo, bet ir kitų socialinių grupių emigracinių nuostatų problemą. Analizuojant bet kokią kitą socialinę gyventojų grupę, strategijos principas iš esmės nesikeičia, kinta tik pats veiksmų planas priklausomai nuo to, kokia pasirenkama tikslinė auditorija. Atitinkamai identifikuojami tiriamosios socialinės grupės emigracines nuostatas labiausiai lemiantys veiksniai, tuomet parenkamas reikalingas veiksmų planas.

Šiame darbe buvo atliktas vienos gyventojų grupės – akademinio jaunimo – emigracinių nuostatų tyrimas, tačiau tolesniame etape rekomenduojame atlikti visų gyventojų grupių emigracinių nuostatų tyrimą šalies mastu ir įvertinti, kokios priežastys lemia skirtingų gyventojų grupių apsisprendimą išvykti iš šalies. Išsiaiškinus šias priežastis, bus galima parinkti tinkamas priemones, užtikrinančias efektyvų gyventojų emigracinių nuostatų valdymą šalyje.

## LITERATŪROS SĄRAŠAS

1. Assael H. Marketing Principles and Strategies. Moscow, 1999, 12 p.
2. Andreasen A.R. Ethics in Social Marketing. Georgetown University Press, 2001, 72 p.
3. Barcevičius E. Mokslinis tyrimas: Ekonominių migrantų skatinimo grįžti į tėvynę priemonės. Viešosios politikos ir vadybos institutas. *Ekonomika ir vadyba: aktualijos ir perspektyvos*. Vilnius: ŠU, 2005, p. 7–14.
4. Baker M. J. The Marketing Book. Oxford: Butterworth-Heinemann, 2002, 694 p.
5. Brooks R., Deshpande S., Rothschild M. New Product Development in Social Marketing. *Social Marketing Quarterly*, 2004, Vol. 10, No. 3–4, 34 p.
6. Bryson J.M. Strategic Planning for Public and Non Profit Organizations. A Guide to Strengthening and Sustaining Organizational Achievement. London: Jossey-Bass Publishers, San Francisco, 1995, p. 49–67.
7. Cole G.A. Personnel management. London: DP Publications, 1998, 424 p.
8. Demografijos metraštis 2005. Vilnius: Statistikos departamentas, 2006, 172 p.
9. Donovan R., Henley N. Social Marketing: Principles and Practice. *Journal Social Marketing Quarterly*, 2003, Vol. 10, p. 31–34.
10. Diamantides N.D. International Migration as a Dynamic Process. *Journal Kybernetes*, 1994, Vol. 23, Issue 5. 303 p.
11. Ekonominės migracijos reguliavimo strategija. Lietuvos Respublikos Vyriausybė. Vilnius, 2007, p. 21–24.
12. Emigracija iš Lietuvos: padėtis, problemos, galimi sprendimo būdai. Konferencijos, įvykusios 2006 m. kovo 17 d., medžiaga. Vilnius: VĮ Seimo leidykla „Valstybės žinios“, 2006, 103 p.
13. Emigracija iš Lietuvos: ką žinome, ko nežinome ir ką turėtume žinoti? 2007. [Žiūrėta 2008-10-15] Prieiga per internetą <<http://www.leidykla.eu/fileadmin/Politologija/47/str112-134.pdf>>.
14. Ellerman D. The Dynamics of Migration of the Highly Skilled: a Survey of the Literature. London, 2006, 27 p.
15. French J. Realising the Potential of Effective Social Marketing. Developing the National Social Marketing Strategy for Health. London, 2006. [Žiūrėta 2008-10-15] Prieiga per internetą <[http://www.ncc.org.uk/nccpdf/poldocs/NCC089lt\\_effective\\_social\\_marketing.pdf](http://www.ncc.org.uk/nccpdf/poldocs/NCC089lt_effective_social_marketing.pdf)>.

16. Gliosaitė K. Ekonominių emigracijos motyvų ir pasekmių vertinimas. 2006. [Žiūrėta 2008-10-21] Prieiga per internetą: <[http://www.civitas.lt/files/Emigracija\\_pranesimai.pdf](http://www.civitas.lt/files/Emigracija_pranesimai.pdf)>.
17. Goldberg M.E., Fishbein M., Middlestadt S.E. Social Marketing; Theoretical and Practical Perspectives. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, Publishers. 1997, 5 p.
18. Groizard José Luis & Llull Joan. Brain drain and Human Capital Formation in Developing Countries. Are there Really Winners? *Journal of Economic Literature*. 2007. [Žiūrėta 2008-10-21] Prieiga per internetą <<http://www.uib.es/depart/deaweb/deawp/pdf/w20.pdf>>.
19. Husted St. W., Varble D.L., Lowry J.R. Principles of Modern Marketing. USA: Allyn and Bacon. 1989, 606 p.
20. International Migration. Department of Economic and Social Affairs. *World Economic and Social Survey*. USA. 2004, 143 p.
21. Jakševičienė R. Visuomenės dalijimosi į socialines grupes dėsningumų atspindys šiandienėje Lietuvos įstatymų leidyboje. *Teisė*. Vilnius, 2004, Nr. 52, 43 p.
22. Kripaitis R. Tarptautinė darbo jėgos migracija: jos esmė, formos ir ją sąlygojantys veiksniai. Kaunas: VDU leidykla. 2006, 171 p.
23. Kasnauskienė G. Demografijos pagrindai. Vilnius: Vilniaus universiteto leidykla, 2006, 303 p.
24. Key Figures 2005 on Science, Technology and Innovation. Towards a European Knowledge Area. European Commission, 2005. [Žiūrėta 2008-11-06] Prieiga per internetą <<http://cordis.europa.eu/>>
25. Kotler Ph., Zaltman G. Social Marketing: An Approach to Planned Social Change. *Journal of Marketing*. July 1971, Vol. 35. 5 p.
26. Kotler Ph., Roberto N., Lee N. Social Marketing: Improving the Quality of Life. USA: SAGE, 2002, 5 p.
27. Lietuvių emigracija: problema ir galimi sprendimo būdai. Kaunas: Pilietinės visuomenės institutas, 2005, 18 p.
28. Lietuvos valstybės ilgalaikė strategija lietuvių emigracijos ir išeivijos atžvilgiu. Vilnius: Strateginių studijų centras, 2006, 30 p.
29. Motieka E. Lietuvos valstybės ilgalaikė strategija lietuvių emigracijos ir išeivijos atžvilgiu. Vilnius: Strateginių studijų centras. 2006, 137 p.
30. Massey D. S. Theories of international migration: review and appraisal. *Population and Development Review*, New York, 1993, vol. 19, No 3.
31. Mokslinis tyrimas Ekonominių migrantų skatinimo grįžti į tėvynę priemonės. Vilnius: Viešosios politikos ir vadybos institutas, 2005. 46 p.

32. Migracija: pagrindinės priežastys ir gairės pokyčiams, Vilnius: Lietuvos laisvosios rinkos institutas. 2006. p. 8–10.
33. Moretto Michele & Vergalli Sergio. Migration Dynamics. *Journal of Economic Literature*. USA: American Economic Association Publications. 2007, Vol. 34(1), p. 79–95.
34. McKenzie-Mohr D., Smith W. Fostering Sustainable Behavior. An Introduction to Community-Based Social Marketing. New Society Publishers. 1999. [Žiūrėta 2008-11-12] Prieiga per internetą < <http://books.google.com> >.
35. Overview of the Migration Systems in the CIS Countries. International Centre of Migration Policy Development. Vienna: ICMPD. 2005. [Žiūrėta 2008-11-10] Prieiga per internetą <<http://books.google.com>>.
36. Pocius A., Okunevičiūtė-Neveauskienė O. Ilgalaikio nedarbo problema Lietuvoje. *Filosofija: sociologija*. Lietuvos mokslų akademijos leidykla, Nr. 1. 2003. p. 10–14.
37. Pruskus V. Socialinių grupių imlumo gaudams tendencijos. *Filosofija: sociologija*. Lietuvos mokslų akademijos leidykla, 2007, T. 18, Nr. 2, 6 p.
38. Poot J. Demographic Change and Regional Competitiveness: The Effects of Immigration and Ageing. *Journal of Economic Literature*. USA: American Economic Association Publications 2007, Vol. 36. p. 14–21.
39. Sipavičienė A. Tarptautinė gyventojų migracija Lietuvoje: modelio kaita ir situacijos analizė. Vilnius: Socialinių tyrimų institutas. 2006, 28 p.
40. Sipavičienė A. Prekyba moterimis: problemos, sprendimai, žvilgsnis iš vidaus. Vilnius. 2004, 18 p.
41. Sipavičienė A., Kanopinė V. Foreign labour in Lithuania: Immigration, employment and illegal work. International Migration Papers. Informal Network on Foreign Labour in Central and Eastern Europe. Vilnius. 2006. 146 p.
42. Serafinavičiūtė B. Jaunosios mokslininkų kartos migracija: grėsmės ir galimybės. IX LMS suvažiavimo konferencinė medžiaga. Vilnius. 2006. p. 80–89.
43. Statistikos departamentas. Lietuvos gyventojų tarptautinė migracija 2005. Vilnius: Statistikos Departamentas prie LR Vyriausybės, 2006.
44. Stepanauskas R. Protu nutekėjimas ar protų apsikeitimas? [Žiūrėta 2008-10-08] Prieiga per internetą: <[www.balticlabs.com/forumas/MKS03\\_stepanauskas\\_pranesimas.doc](http://www.balticlabs.com/forumas/MKS03_stepanauskas_pranesimas.doc)>
45. Salt J., Klarke J., Wanner Ph. International Labour Migration. *Population Studies Council of Europe Publishing*, 2004, No. 44. p. 30–34.

46. Stanton W.J., Etzel M.J., Walker B. J. Fundamentals of Marketing. 9th ed. New York: McGraw-Hill Inc. 1991. 79 p.
47. Studijų Europos Sąjungos šalyse galimybės. [Žiūrėta 2008-11-12] Prieiga per internetą: <[http://iz.euro.lt/popup2.php?item\\_id=93](http://iz.euro.lt/popup2.php?item_id=93)>.
48. Šiuolaikinė lietuvių emigracija: praradimai ir laimėjimai. Kaunas: VDU seminaras. 2004. p. 17–25.
49. Tureikytė D., Sipavičienė A. Nelegali Migracija Lietuvoje: retrospektyva ir šių dienų problemos, Vilnius. 2000. 16 p.
50. 2006 metų migracijos metraštis. Migracijos departamentas prie Lietuvos Respublikos Vidaus reikalų ministerijos. Vilnius. 2007. 89 p.
51. Weinreich N. K. Hands-on Social Marketing– A Step-by-step Guide. USA: SAGE, 1999, 7 p.
52. Wikipedia. [Žiūrėta 2008-11] Prieiga per internetą <[www.wikipedia.org](http://www.wikipedia.org)>.

## **PRIEDAI**

## A priedas

### Joniškio M. Slančiausko gimnazijos abiturientų apklausos anketa (pavyzdys)

#### ANKETA (PAVYZDYS)

##### *Joniškio M. Slančiausko gimnazijos abiturientams*

VGTU Verslo vadybos fakulteto magistrantė rengia baigiamąjį magistro darbą tema “Lietuvos absolventų ir abiturientų emigracinių nuostatų tyrimas”. Darbe numatyta atlikti absolventų ir abiturientų apklausą, siekiant išsiaiškinti jų nuostatas emigracijos iš Lietuvos požiūriu.

Prašytume Jūsų atsakyti į žemiau pateiktus klausimus. Jūsų atsakymai labai padėtų rengiant baigiamąjį darbą bei įvertinant emigracinių nuostatų situaciją Lietuvoje. Anketa yra anoniminė – tyrime bus naudojama ir analizuojama tik apibendrinta informacija.

*Dėkojame už Jūsų pagalbą!*

#### *Jums tinkantį atsakymą apibraukite*

##### **1. Jūsų lytis.**

1. Moteris → *toliau atsakinėti nuo 4 klausimo*
2. Vyras

##### **2. Koks jūsų požiūris į privalomąją karinę prievolę (PKP)?**

1. Manau, kad PKP būtina atlikti visiems jaunuoliams ir aš ją atliksiu → *toliau atsakinėti nuo 4 klausimo*
2. Neturiu nuomonės. Jei reikės, atliksiu → *toliau atsakinėti nuo 4 klausimo*
3. Manau, kad tai nėra gerai, todėl ieškosiu būdų jos išvengti

##### **3. Kokių alternatyvų ieškosite, kad nereiktų atlikti PKP?**

1. Iškart stosis toliau studijuoti
2. Atliksiu alternatyviąją karinę tarnybą
3. Išvažiuosiu į užsienį
4. Kita. Įrašykite \_\_\_\_\_

##### **4. Jūsų amžius.** Parašykite \_\_\_\_\_ metų

##### **5. Kaip vertintumėte savo šeimos/tėvų turtinę padėtį?**

1. Pasiturinčiai
2. Vidutiniškai
3. Varganai

##### **6. Ar kada nors buvote išvykę į užsienį?**

1. Taip
2. Ne

## A priedo tęsinys

7. Ar turite artimų draugų/šeimos narių, kurie šiuo metu gyvena/dirba/studijuoja užsienyje?

1. Taip
2. Ne

8. Koks jūsų pažymių vidurkis?

1. Iki 6 balų
2. Nuo 6 iki 8 balų
3. Nuo 8 iki 10 balų

### JŪSŲ ATEITIES PLANAI

9. Ar mokydamasis mokykloje gavote pakankamai informacijos, kad galėtumėte planuoti savo ateitį?

|                                                                                                                                                       | Taip                     | Iš dalies                | Ne                       | Sunku pasakyti           |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| Turiu pakankamai informacijos apie studijų galimybes Lietuvoje (žinau kokie universitetai, kolegijos, profesinės mokyklos kokius specialistus rengia) | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Turiu pakankamai informacijos apie situaciją Lietuvos darbo rinkoje (žinau, kurios profesijos yra perspektyvios Lietuvoje, kurios – ne)               | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Žinau, kokioje veikloje geriausiai galėčiau pritaikyti savo gebėjimus, kokiam darbui/veiklai esu tinkamiausias                                        | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

10. Ką ketinate veikti baigus mokyklą?

1. Studijuosiu Lietuvoje
2. Dirbsiu Lietuvoje → *toliau atsakinėti nuo 14 klausimo*
3. Išvyksiu į užsienį → *toliau atsakinėti nuo 15 klausimo*

11. Kur ketinate studijuoti?

1. Universitete
2. Kolegijoje/aukštesniojoje mokykloje
3. Profesinėje mokykloje

12. Ar esate numatę, kokią profesiją norėtumėte studijuoti?

1. Taip. Įrašykite

---

2. Ne – kur įstosiu ten ir mokysiuos → *toliau atsakinėti nuo 14 klausimo*

13. Kas jums padėjo apsispręsti pasirinkti studijų kryptį?

1. Aš pats/pati apsisprendžiau
2. Padėjo tėvai, giminės, draugai

## A priedo tęsinys

3. Padėjo socialiniai pedagogai
4. Padėjo mokytojai
5. Kita. Įrašykite \_\_\_\_\_

---

### 14. Kaip vertinate savo perspektyvas Lietuvos darbo rinkoje?

1. Manau, kad nebus problemų rasti gerą/gerai apmokamą darbą
2. Manau, kad darbą susirasiu, tačiau nesitikiu gauti didelio atlyginimo
3. Nematau jokių perspektyvų Lietuvoje
4. Kita. Parašykite \_\_\_\_\_

**Toliau prašytume atsakinėti TIK tuos, kurie nurodė, jog ketina išvykti į užsienį (dirbti arba studijuoti)**

### 15. Koks Jūsų išvykimo į užsienį tikslas?

1. Vyksiu mokytis
2. Vyksiu padirbėti/užsidirbti pinigų
3. Dar tiksliai nežinau.
4. Kita. Parašykite \_\_\_\_\_

---

### 16. Ar esate galutinai apsisprendęs /(-usi) išvykti į užsienį?

1. Taip, jau viskas suplanuota
2. Taip, bet dar nežinau kur vyksiu
3. Dar galvoju
4. Kita. Parašykite \_\_\_\_\_

### 17. Ar ilgam planuojate išvykti?

1. Trumpiau nei 1 metams
2. 1-2 metams
3. 3-5 metams
4. Visam laikui
5. Dar nežinau
6. Kita. Parašykite \_\_\_\_\_

### 18. Kodėl norite išvykti?

1. Niekada nesiejau savo ateitis su Lietuva
2. Nesitikiu čia rasti gero/gerai apmokamo darbo

## **A priedo pabaiga**

3. Nesitikiu Lietuvoje įgyti gerą išsilavinimą
4. Užsienyje turiu daug draugų/giminių. Noriu būti su jais.
5. Tiesiog noriu pakeliauti, pamatyti pasaulį
6. Kita. Parašykite\_\_\_\_\_

### **19. Kokiomis užsienio kalbomis kalbate?**

1. Anglų
2. Vokiečių
3. Prancūzų
4. Rusų
5. Kita

### **20. Jeigu išvažiuotumėte ilgesniam laikui į kitą šalį, ar norėtumėte toliau dalyvauti Lietuvos visuomeniniame gyvenime, pvz., dalyvauti rinkimuose?**

1. Norėčiau, man labai svarbi Lietuvos ateitis
2. Dalyvaučiau jei būtų sudarytos tam galimybės
3. Nenorėčiau, man neįdomu kas vyks Lietuvoje
4. Nežinau/neturiu nuomonės

*Ačiū už Jūsų atsakymus ir sugaištą laiką!*

## **B priedas**

### **VGТУ Verslo vadybos absolventų apklausos anketa (pavyzdys)**

#### **ANKETA (PAVYZDYS)**

##### ***Vilniaus Gedimino technikos universiteto Verslo vadybos fakulteto studentams***

VGТУ Verslo vadybos fakulteto studentė rengia baigiamąjį magistro darbą tema “Lietuvos absolventų ir abiturientų emigracinių nuostatų tyrimas”. Darbe numatyta atlikti absolventų ir abiturientų apklausą siekiant išsiaiškinti jų nuostatas emigracijos iš Lietuvos požiūriu.

Prašytume Jūsų atsakyti į žemiau pateiktus klausimus. Jūsų atsakymai labai padėtų rengiant baigiamąjį darbą bei įvertinant emigracinių nuostatų situaciją Lietuvoje. Anketa yra anoniminė – tyrime bus naudojama ir analizuojama tik apibendrinta informacija.

***Dėkojame už Jūsų pagalbą!***

#### **Jums tinkanti atsakymą paryškinkite**

##### **1. Jūsų lytis?**

1. Moteris.
2. Vyras.

##### **2. Jūsų amžius.**

1. Iki 25 metų.
2. Nuo 25 iki 35 metų.
3. Nuo 35 metų ir vyresni.

##### **3. Kokiame mieste gyvenote prieš pradėdant studijuoti universitete?**

1. Vilniuje.
2. Kituose didžiuosiuose miestuose (Kaunas, Šiauliai, Klaipėda, Panevėžys).
3. Kituose miestuose.
4. Kaime.

##### **4. Ar jūsų tėvai dirba?**

1. Taip.
2. Ne.
3. Dirba tik vienas iš tėvų.

##### **5. Kokias pareigas užima jūsų tėvai?**

###### **Tėvas:**

1. Dirba valstybiniame sektoriuje, užima vadovaujančias pareigas.
2. Dirba valstybiniame sektoriuje specialistu, darbininku.
3. Dirba privačiame sektoriuje, užima vadovaujančias pareigas.

## B priedo tęsinys

4. Dirba privačiame sektoriuje specialistu, darbininku.

Mama:

1. Dirba valstybiniame sektoriuje, užima vadovaujančias pareigas.
2. Dirba valstybiniame sektoriuje specialistu, darbininku.
3. Dirba privačiame sektoriuje, užima vadovaujančias pareigas.
4. Dirba privačiame sektoriuje specialistu, darbininku.

### 6. Koks apytiksliai jūsų tėvų vidutinis mėnesinis darbo užmokestis?

- |                 |                         |                  |                         |
|-----------------|-------------------------|------------------|-------------------------|
| <u>Tėvo:</u> 1. | Iki 1000 Lt.            | <u>Mamos:</u> 1. | Iki 1000 Lt.            |
| 2.              | Nuo 1000 iki 2000 Lt.   | 2.               | Nuo 1000 iki 2000 Lt.   |
| 3.              | Nuo 2000 iki 3000 Lt.   | 3.               | Nuo 2000 iki 3000 Lt.   |
| 4.              | Nuo 3000 iki 5000 Lt.   | 4.               | Nuo 3000 iki 5000 Lt.   |
| 5.              | Nuo 5000 Lt ir daugiau. | 5.               | Nuo 5000 Lt ir daugiau. |

### 7. Ar Jūs studijų metu buvote išvykę į užsienį dirbti/studijuoti?

1. Taip.
2. Ne.

### 8. Ar turite artimų draugų/šeimos narių, kurie šiuo metu gyvena/dirba/studijuoja užsienyje?

1. Taip.
2. Ne.

### 9. Kur šiuo metu gyvenate?

1. Nuomoju būstą.
2. Turiu nuosavą būstą.
3. Gyvenu pas tėvus.
4. Gyvenu bendrabutyje.

### 10. Ar turite paėmę paskolą?

1. Taip.
2. Nežinau/dar nesu apsisprendęs/-usi.
3. Ne → *toliau atsakinėti nuo 12 klausimo.*

### 11. Kokią paskolą turite paėmę?

1. Vartotojišką kreditą.
2. Būsto paskolą.
3. Paskolą mokslui.
4. Kitą. Įrašykite \_\_\_\_\_.

## **B priedo tęsinys**

### **12. Ar ketinate artimiausiu metu imti paskolą?**

1. Taip.
2. Ne → *toliau atsakinėti nuo 14 klausimo.*

### **13. Kokią paskolą ketinate paimti?**

1. Vartotojišką kreditą.
2. Būsto paskolą.
3. Paskolą mokslui.
4. Kitą. Įrašykite \_\_\_\_\_.

**Toliau norėtume jūsų paklausti apie darbą**

### **14. Ar šiuo metu dirbate?**

1. Taip.
2. Ne → *toliau atsakinėti nuo 21 klausimo.*

### **15. Ar esate patenkinti savo darbu?**

1. Taip.
2. Ne.
3. Iš dalies.

### **16. Kaip vertinate savo santykius su darbdaviu?**

1. Darbdavys atsižvelgia į mano poreikius, sudaro sąlygas studijuoti.
2. Santykiai normalūs, dalykiški.
3. Jaučiuosi nepakankamai vertinamas darbe.
4. Santykiai įtempti, nuolat konfliktuojame.

### **17. Kaip vertinate savo darbo aplinką?**

1. Gerai (aplinka saugi, santykiai kolektyve geri, draugiški).
2. Vidutiniškai (darbe jaučiuosi nepakankamai saugi/-us, santykiai su bendradarbiais nėra visiškai geri, draugiški).
3. Blogai (dirbu nesaugiomis darbo sąlygomis, santykiai kolektyve įtempti, nedraugiški).

### **18. Ar tenkina darbo užmokestis?**

1. Tenkina.
2. Netenkina.
3. Iš dalies tenkina.

## B priedo tęsinys

### 19. Ar dirbate pagal studijuojamą specialybę?

1. Taip.
2. Ne.

### 20. Ar siejate savo ateities perspektyvas su darbovieta, kurioje šiuo metu dirbate?

1. Norėčiau pakeisti darbą artimiausiu metu.
2. Planuoju dirbti dar kurį laiką, bet nesieju savo ateities su šia įmone.
3. Su šia įmone sieju ateities planus.

### 21. Ar iš gaunamų pajamų galite sutaupyti?

1. Kas mėnesį atidedu po tam tikrą sumos dalį.
2. Atidedu tik tais atvejais, kai lieka.
3. Netaupau, nors pajamos ir leidžia.
4. Netaupau, nes nelieta.

### Toliau norėtume išsiaiškinti jūsų nuomonę apie gyvenimo kokybę Lietuvoje

### 22. Ar jus tenkina dabartinės jūsų gyvenimo sąlygos? (Įvertinkite pasirinkdami skaičių nuo 1 iki 5, kur 1 reiškia labai blogai, o 5 – labai gerai)

1            2            3            4            5

### 23. Kaip vertinat perspektyvas ateityje įsigyti nuosavą būstą?

1. Šis klausimas man neaktualus, aš jau turiu būstą.
2. Manau, kad įsigyti būstą nebus problemų.
3. Manau, kad bus sunku įsigyti būstą be giminių ar kt. pagalbos.

### 24. Kaip vertinate savo perspektyvas Lietuvos darbo rinkoje baigus studijas?

1. Manau, kad baigus studijas nebus problemų rasti gerą darbą.
2. Manau, kad darbą susirasiu, tačiau nesitikiu gauti didelio atlyginimo.
3. Nematau jokių perspektyvų Lietuvoje.
4. Kita. Parašykite\_\_\_\_\_.

### 25. Ar baigę studijas Jūs planuojate:

1. Toliau studijuoti Lietuvoje.
2. Toliau studijuoti užsienyje.
3. Ketinu susirasti darbą pagal specialybę Lietuvoje.
4. Ketinu susirasti bet koki darbą Lietuvoje.
5. Ketinu išvykti dirbti į užsienį.
6. Kita. Parašykite\_\_\_\_\_.

## B priedo tęsinys

### 26. Ar turite vaikų?

1. Taip.
2. Ne → *toliau atsakinėti nuo 28 klausimo.*

### 27. Ar matote perspektyvas savo vaikams mokytis ir studijuoti Lietuvoje?

1. Taip
2. Ne

### 28. Ar norėtumėte, kad jūsų vaikai gyventų ir dirbtų Lietuvoje?

1. Taip
2. Ne

**Toliau prašytume atsakinėti TIK tuos, kurie nurodė, jog ketina išvykti į užsienį (dirbti arba studijuoti)**

### 29. Ar esate galutinai apsisprendęs /-usi išvykti į užsienį?

1. Taip, jau viskas suplanuota.
2. Taip, bet dar nežinau kur vyksiu.
3. Dar galvoju.
4. Kita. Parašykite\_\_\_\_\_.

### 30. Ar ilgam planuojate išvykti?

1. Trumpiau nei 1 metams.
2. 1-2 metams.
3. 3-5 metams.
4. Visam laikui.
5. Dar nežinau.
6. Kita. Parašykite\_\_\_\_\_.

### 31. Kodėl norite išvykti?

1. Niekada nesiejau savo ateities su Lietuva.
2. Nesitikiu čia rasti gero/gerai apmokamo darbo.
3. Užsienyje turiu daug draugų/giminių. Noriu būti su jais.
4. Tiesiog noriu pakeliauti, pamatyti pasaulį.
5. Kita. Parašykite\_\_\_\_\_.

### 32. Kokiomis užsienio kalbomis kalbate?

1. Anglų.
2. Vokiečių.
3. Prancūzų.
4. Rusų.
5. Kita.

## **B priedo pabaiga**

**33. Jeigu išvažiuotumėte ilgesniam laikui į kitą šalį, ar norėtumėte toliau dalyvauti Lietuvos visuomeniniame gyvenime, pvz., dalyvauti rinkimuose?**

1. Norėčiau, man labai svarbi Lietuvos ateitis.
2. Dalyvaučiau jei būtų sudarytos tam galimybės.
3. Nenorėčiau, man neįdomu kas vyks Lietuvoje.
4. Nežinau/neturiu nuomonės.

*Ačiū už Jūsų atsakymus ir sugaištą laiką!*

## C priedas

### Apklausos anketų rezultatų suvestinė

C1 lentelė. Absolventų apklausos rezultatai

| Klausimai ir atsakymai                                                  | Rezultatai, % |
|-------------------------------------------------------------------------|---------------|
| <i>Jūsų lytis</i>                                                       |               |
| Moteris                                                                 | 77%           |
| Vyras                                                                   | 23%           |
| <b>Iš viso</b>                                                          | <b>100%</b>   |
| <i>Jūsų amžius</i>                                                      |               |
| Iki 25 metų.                                                            | 67%           |
| Nuo 25 iki 35 metų                                                      | 30%           |
| Nuo 35 metų ir vyresni                                                  | 3%            |
| <b>Iš viso</b>                                                          | <b>100%</b>   |
| <i>Kokiame mieste gyvenote prieš pradėdami studijuoti universitete?</i> |               |
| Kaime                                                                   | 2%            |
| Kituose didžiuosiuose miestuose (Kaunas, Šiauliai, Klaipėda, Panevėžys) | 20%           |
| Kituose miestuose                                                       | 35%           |
| Vilniuje                                                                | 43%           |
| <b>Iš viso</b>                                                          | <b>100%</b>   |
| <i>Ar jūsų tėvai dirba?</i>                                             |               |
| Dirba tik vienas iš tėvų                                                | 23%           |
| Ne                                                                      | 8%            |
| Taip                                                                    | 68%           |
| <b>Iš viso</b>                                                          | <b>100%</b>   |
| <i>Kur dirba tėvas?</i>                                                 |               |
| n/a                                                                     | 7%            |
| Dirba privačiame sektoriuje specialistu, darbininku                     | 25%           |
| Dirba privačiame sektoriuje, užima vadovaujančias pareigas              | 35%           |
| Dirba valstybiniame sektoriuje specialistu, darbininku                  | 10%           |
| Dirba valstybiniame sektoriuje, užima vadovaujančias pareigas           | 13%           |
| Nedirba                                                                 | 10%           |
| <b>Iš viso</b>                                                          | <b>100%</b>   |
| <i>Kur dirba motina?</i>                                                |               |
| n/a                                                                     | 7%            |
| Dirba privačiame sektoriuje specialistu, darbininku                     | 22%           |
| Dirba privačiame sektoriuje, užima vadovaujančias pareigas              | 15%           |
| Dirba valstybiniame sektoriuje specialistu, darbininku                  | 35%           |
| Dirba valstybiniame sektoriuje, užima vadovaujančias pareigas           | 12%           |
| Nedirba                                                                 | 10%           |
| <b>Iš viso</b>                                                          | <b>100%</b>   |

## C priedo tęsinys

C1 lentelės tęsinys

| Klausimai ir atsakymai                                                                          | Rezultatai,<br>% |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------|
| <i>Koks tėvo atlyginimas?</i>                                                                   |                  |
| n/a                                                                                             | 25%              |
| Iki 1000 Lt.                                                                                    | 2%               |
| Nuo 1000 iki 2000 Lt.                                                                           | 15%              |
| Nuo 2000 iki 3000 Lt.                                                                           | 35%              |
| Nuo 3000 iki 5000 Lt.                                                                           | 18%              |
| Nuo 5000 Lt ir daugiau.                                                                         | 5%               |
| <b>Iš viso</b>                                                                                  | <b>100%</b>      |
| <i>Koks motinos atlyginimas?</i>                                                                |                  |
| n/a                                                                                             | 23%              |
| Iki 1000 Lt.                                                                                    | 8%               |
| Nuo 1000 iki 2000 Lt.                                                                           | 30%              |
| Nuo 2000 iki 3000 Lt.                                                                           | 30%              |
| Nuo 3000 iki 5000 Lt.                                                                           | 5%               |
| Nuo 5000 Lt ir daugiau.                                                                         | 3%               |
| <b>Iš viso</b>                                                                                  | <b>100%</b>      |
| <i>Ar Jūs studijų metu buvote išvykę į užsienį dirbti/studijuoti?</i>                           |                  |
| Ne                                                                                              | 63%              |
| Taip                                                                                            | 37%              |
| <b>Iš viso</b>                                                                                  | <b>100%</b>      |
| <i>Ar turite artimų draugų/šeimos narių, kurie šiuo metu gyvena/dirba/studijuoja užsienyje?</i> |                  |
| Ne                                                                                              | 13%              |
| Taip                                                                                            | 87%              |
| <b>Iš viso</b>                                                                                  | <b>100%</b>      |
| <i>Kur šiuo metu gyvenate?</i>                                                                  |                  |
| Gyvenu bendrabutyje                                                                             | 2%               |
| Gyvenu pas tėvus                                                                                | 33%              |
| Nuomoju būstą                                                                                   | 30%              |
| Turiu nuosavą būstą                                                                             | 35%              |
| <b>Iš viso</b>                                                                                  | <b>100%</b>      |
| <i>Ar turite paėmę paskolą?</i>                                                                 |                  |
| Ne @ toliau atsakinėti nuo 12 klausimo                                                          | 68%              |
| Taip                                                                                            | 32%              |
| <b>Iš viso</b>                                                                                  | <b>100%</b>      |
| <i>Kokią paskolą turite paėmę?</i>                                                              |                  |
| n/a                                                                                             | 67%              |
| Būsto paskolą                                                                                   | 25%              |
| Paskolą mokslui                                                                                 | 3%               |
| Vartotojišką kreditą                                                                            | 5%               |
| <b>Iš viso</b>                                                                                  | <b>100%</b>      |

## C priedo tęsinys

C1 lentelės tęsinys

| Klausimai ir atsakymai                                                                                           | Rezultatai,<br>% |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------|
| <i>Ar ketinate artimiausiu metu imti paskolą?</i>                                                                |                  |
| n/a                                                                                                              | 3%               |
| Ne @ toliau atsakinėti nuo 14 klausimo.                                                                          | 75%              |
| Taip                                                                                                             | 22%              |
| <b>Iš viso</b>                                                                                                   | <b>100%</b>      |
| <i>Kokią paskolą ketinate paimti?</i>                                                                            |                  |
| n/a                                                                                                              | 77%              |
| Būsto paskolą.                                                                                                   | 17%              |
| Vartotojišką kreditą.                                                                                            | 7%               |
| <b>Iš viso</b>                                                                                                   | <b>100%</b>      |
| <i>Ar šiuo metu dirbate?</i>                                                                                     |                  |
| Ne @ toliau atsakinėti nuo 21 klausimo.                                                                          | 25%              |
| Taip.                                                                                                            | 75%              |
| <b>Iš viso</b>                                                                                                   | <b>100%</b>      |
| <i>Ar apamai esate patenkinti savo darbu?</i>                                                                    |                  |
| n/a                                                                                                              | 25%              |
| Iš dalies                                                                                                        | 47%              |
| Ne                                                                                                               | 2%               |
| Taip                                                                                                             | 27%              |
| <b>Iš viso</b>                                                                                                   | <b>100%</b>      |
| <i>Kaip vertinate savo santykius su darbdaviu?</i>                                                               |                  |
| n/a                                                                                                              | 25%              |
| Darbdavys atsižvelgia į mano poreikius, sudaro sąlygas studijuoti.                                               | 27%              |
| Jaučiuosi nepakankamai vertinamas darbe.                                                                         | 12%              |
| Santykiai normalūs, dalykiški.                                                                                   | 37%              |
| <b>Iš viso</b>                                                                                                   | <b>100%</b>      |
| <i>Kaip vertinate savo darbo aplinką?</i>                                                                        |                  |
| n/a                                                                                                              | 25%              |
| Blogai (dirbu nesaugiomis darbo sąlygomis, santykiai kolektyve įtempti, nedraugiški)                             | 2%               |
| Gerai (aplinka saugi, santykiai kolektyve geri, draugiški)                                                       | 52%              |
| Vidutiniškai (darbe jaučiuosi nepakankamai saugi/-us, santykiai su bendradarbiais nėra visiškai geri, draugiški) | 22%              |
| <b>Iš viso</b>                                                                                                   | <b>100%</b>      |
| <i>Ar tenkina darbo užmokestis?</i>                                                                              |                  |
| n/a                                                                                                              | 25%              |
| Iš dalies tenkina                                                                                                | 47%              |
| Netenkina.                                                                                                       | 22%              |
| Tenkina.                                                                                                         | 7%               |
| <b>Iš viso</b>                                                                                                   | <b>100%</b>      |

## C priedo tęsinys

C1 lentelės tęsinys

| Klausimai ir atsakymai                                                                                                                                | Rezultatai,<br>% |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------|
| <i>Ar dirbate pagal studijuojamą specialybę?</i>                                                                                                      |                  |
| n/a                                                                                                                                                   | 25%              |
| Ne                                                                                                                                                    | 42%              |
| Taip                                                                                                                                                  | 33%              |
| <b>Iš viso</b>                                                                                                                                        | <b>100%</b>      |
| <i>Ar siejate savo ateities perspektyvas su darbovieta, kurioje šiuo metu dirbate?</i>                                                                |                  |
| n/a                                                                                                                                                   | 25%              |
| Norėčiau pakeisti darbą artimiausiu metu                                                                                                              | 8%               |
| Planuoju dirbti dar kurį laiką, bet nesieju savo ateities su šia įmone                                                                                | 55%              |
| Su šia įmone sieju ateities planus                                                                                                                    | 12%              |
| <b>Iš viso</b>                                                                                                                                        | <b>100%</b>      |
| <i>Ar iš gaunamų pajamų galite sutaupyti?</i>                                                                                                         |                  |
| Atidedu tik tais atvejais, kai lieka                                                                                                                  | 42%              |
| Kas mėnesį atidedu po tam tikrą sumos dalį                                                                                                            | 30%              |
| Netaupau, nes nelieta                                                                                                                                 | 25%              |
| Netaupau, nors pajamos ir leidžia                                                                                                                     | 3%               |
| <b>Iš viso</b>                                                                                                                                        | <b>100%</b>      |
| <i>Ar jus tenkina dabartinės jūsų gyvenimo sąlygos? (Įvertinkite pasirinkdami skaičių nuo 1 iki 5, kur 1 reiškia labai blogai, o 5 – labai gerai)</i> |                  |
| Blogai                                                                                                                                                | 8%               |
| Gera                                                                                                                                                  | 22%              |
| Labai blogai                                                                                                                                          | 2%               |
| Labai gerai                                                                                                                                           | 8%               |
| Vidutiniškai                                                                                                                                          | 60%              |
| <b>Iš viso</b>                                                                                                                                        | <b>100%</b>      |
| <i>Kaip vertinat perspektyvas ateityje įsigyti nuosavą būstą?</i>                                                                                     |                  |
| Manau, kad bus sunku įsigyti būstą be giminių ar kt. pagalbos                                                                                         | 48%              |
| Manau, kad įsigyti būstą nebus problemų                                                                                                               | 15%              |
| Šis klausimas man neaktualus, aš jau turiu būstą                                                                                                      | 37%              |
| <b>Iš viso</b>                                                                                                                                        | <b>100%</b>      |
| <i>Kaip vertinate savo perspektyvas Lietuvos darbo rinkoje baigus studijas?</i>                                                                       |                  |
| Kita. Parašykite_____.                                                                                                                                | 15%              |
| Manau, kad baigus studijas nebus problemų rasti gerą darbą                                                                                            | 18%              |
| Manau, kad darbą susirasiu, tačiau nesitikiu gauti didelio atlyginimo.                                                                                | 62%              |
| Nematau jokių perspektyvų Lietuvoje                                                                                                                   | 5%               |
| <b>Iš viso</b>                                                                                                                                        | <b>100%</b>      |

## C priedo tęsinys

C1 lentelės tęsinys

| Klausimai ir atsakymai                                                      | Rezultatai,<br>% |
|-----------------------------------------------------------------------------|------------------|
| <i>Ar baigę studijas Jūs planuojate:</i>                                    |                  |
| Ketinu išvykti dirbti į užsienį                                             | 8%               |
| Ketinu susirasti bet kokį darbą Lietuvoje                                   | 13%              |
| Ketinu susirasti darbą pagal specialybę Lietuvoje                           | 62%              |
| Kita. Parašykite_____.                                                      | 7%               |
| Toliau studijuoti Lietuvoje                                                 | 5%               |
| Toliau studijuoti užsienyje                                                 | 5%               |
| <b>Iš viso</b>                                                              | <b>100%</b>      |
| <i>Ar turite vaikų?</i>                                                     |                  |
| n/a                                                                         | 3%               |
| Ne ® toliau atsakinėti nuo 28 klausimo                                      | 77%              |
| Taip                                                                        | 20%              |
| <b>Iš viso</b>                                                              | <b>100%</b>      |
| <i>Ar matote perspektyvas savo vaikams mokytis ir studijuoti Lietuvoje?</i> |                  |
|                                                                             | 62%              |
| Ne                                                                          | 8%               |
| Taip                                                                        | 30%              |
| <b>Iš viso</b>                                                              | <b>100%</b>      |
| <i>Ar norėtumėte, kad jūsų vaikai gyventų ir dirbtų Lietuvoje?</i>          |                  |
| 0                                                                           | 2%               |
| n/a                                                                         | 13%              |
| Ne                                                                          | 22%              |
| Taip                                                                        | 63%              |
| <b>Iš viso</b>                                                              | <b>100%</b>      |
| <i>Ar esate galutinai apsisprendęs /-usi išvykti į užsienį?</i>             |                  |
| n/a                                                                         | 77%              |
| Dar galvoju                                                                 | 18%              |
| Kita. Parašykite_____.                                                      | 3%               |
| Taip, bet dar nežinau kur vyksiu                                            | 2%               |
| <b>Iš viso</b>                                                              | <b>100%</b>      |
| <i>Ar ilgam planuojate išvykti?</i>                                         |                  |
| n/a                                                                         | 77%              |
| 1-2 metams                                                                  | 5%               |
| Dar nežinau                                                                 | 15%              |
| Visam laikui                                                                | 3%               |
| <b>Iš viso</b>                                                              | <b>100%</b>      |

## C priedo tęsinys

C1 lentelės pabaiga

| Klausimai ir atsakymai                                                                                                                                 | Rezultatai,<br>% |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------|
| <i>Kodėl norite išvykti?</i>                                                                                                                           |                  |
| n/a                                                                                                                                                    | 77%              |
| Kita. Parašykite_____.                                                                                                                                 | 3%               |
| Nesitikiu čia rasti gero/gerai apmokamo darbo                                                                                                          | 8%               |
| Tiesiog noriu pakeliauti, pamatyti pasaulį                                                                                                             | 12%              |
| <b>Iš viso</b>                                                                                                                                         | <b>100%</b>      |
| <i>Kokiomis užsienio kalbomis kalbate?</i>                                                                                                             |                  |
|                                                                                                                                                        | 98%              |
| Anglų                                                                                                                                                  | 2%               |
| <b>Iš viso</b>                                                                                                                                         | <b>100%</b>      |
| <i>Jeigu išvažiuotumėte ilgesniam laikui į kitą šalį, ar norėtumėte toliau dalyvauti Lietuvos visuomeniniame gyvenime, pvz., dalyvauti rinkimuose?</i> |                  |
|                                                                                                                                                        | 77%              |
| Dalyvaučiau jei būtų sudarytos tam galimybės                                                                                                           | 10%              |
| Nenorėčiau, man neįdomu kas vyks Lietuvoje                                                                                                             | 2%               |
| Nežinau/neturiu nuomonės                                                                                                                               | 3%               |
| Norėčiau, man labai svarbi Lietuvos ateitis                                                                                                            | 8%               |
| <b>Iš viso</b>                                                                                                                                         | <b>100%</b>      |

C2 lentelė. Abiturientų apklausos rezultatai

| Klausimai ir atsakymai                                                                                 | Rezultatai,<br>% |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------|
| <i>Jūsų lytis</i>                                                                                      |                  |
| Moteris                                                                                                | 43%              |
| Vyras                                                                                                  | 57%              |
| <b>Iš viso</b>                                                                                         | <b>100%</b>      |
| <i>Koks jūsų požiūris į privalomąją karinę prievolę (PKP)?</i>                                         |                  |
| n/a                                                                                                    | 65%              |
| Manau, kad PKP būtina atlikti visiems jaunuoliams ir aš ją atliksiu @ toliau atsakinėti nuo 4 klausimo | 3%               |
| Manau, kad tai nėra gerai, todėl ieškosiu būdų jos išvengti                                            | 22%              |
| Neturiu nuomonės. Jei reikės, atliksiu @ toliau atsakinėti nuo 4 klausimo                              | 11%              |
| <b>Iš viso</b>                                                                                         | <b>100%</b>      |
| <i>Kokių alternatyvų ieškosite, kad nereiktų atlikti PKP?</i>                                          |                  |
| n/a                                                                                                    | 68%              |
| Iškart stosis toliau studijuoti                                                                        | 28%              |
| Išvažiuosiu į užsienį                                                                                  | 3%               |
| Kita. Įrašykite                                                                                        | 2%               |
| <b>Iš viso</b>                                                                                         | <b>100%</b>      |

## C priedo tęsinys

C2 lentelės tęsinys

| Klausimai ir atsakymai                                                                                                                                       | Rezultatai,<br>% |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------|
| <i>Jūsų amžius</i>                                                                                                                                           |                  |
| 18                                                                                                                                                           | 62%              |
| 19                                                                                                                                                           | 37%              |
| 20                                                                                                                                                           | 2%               |
| <b>Iš viso</b>                                                                                                                                               | <b>100%</b>      |
| <i>Kaip vertintumėte savo šeimos/tėvų turtinę padėtį?</i>                                                                                                    |                  |
| Pasiturinčiai                                                                                                                                                | 23%              |
| Varganai                                                                                                                                                     | 8%               |
| Vidutiniškai                                                                                                                                                 | 69%              |
| <b>Iš viso</b>                                                                                                                                               | <b>100%</b>      |
| <i>Ar kada nors buvote išvykę į užsienį?</i>                                                                                                                 |                  |
| Ne                                                                                                                                                           | 12%              |
| Taip                                                                                                                                                         | 88%              |
| <b>Iš viso</b>                                                                                                                                               | <b>100%</b>      |
| <i>Ar turite artimų draugų/šeimos narių, kurie šiuo metu gyvena/dirba/studijuoja užsienyje?</i>                                                              |                  |
| Ne                                                                                                                                                           | 25%              |
| Taip                                                                                                                                                         | 75%              |
| <b>Iš viso</b>                                                                                                                                               | <b>100%</b>      |
| <i>Koks jūsų pažymių vidurkis?</i>                                                                                                                           |                  |
| Iki 6 balų                                                                                                                                                   | 9%               |
| Nuo 6 iki 8 balų                                                                                                                                             | 63%              |
| Nuo 8 iki 10 balų                                                                                                                                            | 28%              |
| <b>Iš viso</b>                                                                                                                                               | <b>100%</b>      |
| <i>Turiu pakankamai informacijos apie studijų galimybes Lietuvoje (žinau kokie universitetai, kolegijos, profesinės mokyklos kokius specialistus rengia)</i> |                  |
| Iš dalies                                                                                                                                                    | 54%              |
| Ne                                                                                                                                                           | 2%               |
| Sunku pasakyti                                                                                                                                               | 5%               |
| Taip                                                                                                                                                         | 40%              |
| <b>Iš viso</b>                                                                                                                                               | <b>100%</b>      |
| <i>Turiu pakankamai informacijos apie situaciją Lietuvos darbo rinkoje (žinau, kurios profesijos yra perspektyvios Lietuvoje, kurios – ne)</i>               |                  |
| n/a                                                                                                                                                          | 3%               |
| Iš dalies                                                                                                                                                    | 49%              |
| Ne                                                                                                                                                           | 17%              |
| Sunku pasakyti                                                                                                                                               | 8%               |
| Taip                                                                                                                                                         | 23%              |
| <b>Iš viso</b>                                                                                                                                               | <b>100%</b>      |

## C priedo tęsinys

C2 lentelės tęsinys

| Klausimai ir atsakymai                                                                                                | Rezultatai,<br>% |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------|
| <i>Žinau, kokioje veikloje geriausiai galėčiau pritaikyti savo gebėjimus, kokiam darbui/veiklai esu tinkamiausias</i> |                  |
| n/a                                                                                                                   | 3%               |
| Iš dalies                                                                                                             | 42%              |
| Ne                                                                                                                    | 11%              |
| Sunku pasakyti                                                                                                        | 12%              |
| Taip                                                                                                                  | 32%              |
| <b>Iš viso</b>                                                                                                        | <b>100%</b>      |
| <i>Ką ketinate veikti baigus mokyklą?</i>                                                                             |                  |
| n/a                                                                                                                   | 2%               |
| Išvyksiu į užsienį @ toliau atsakinėti nuo 15 klausimo                                                                | 11%              |
| Studijuosiu Lietuvoje                                                                                                 | 88%              |
| <b>Iš viso</b>                                                                                                        | <b>100%</b>      |
| <i>Kur ketinate studijuoti?</i>                                                                                       |                  |
| n/a                                                                                                                   | 8%               |
| Kolegijoje/aukštesniojoje mokykloje                                                                                   | 45%              |
| Profesinėje mokykloje                                                                                                 | 2%               |
| Universitete                                                                                                          | 46%              |
| <b>Iš viso</b>                                                                                                        | <b>100%</b>      |
| <i>Ar esate numatę, kokią profesiją norėtumėte studijuoti?</i>                                                        |                  |
| Architektūra                                                                                                          | 2%               |
| Ekonomika                                                                                                             | 3%               |
| Interjero dizainas                                                                                                    | 2%               |
| Istorija                                                                                                              | 2%               |
| Kasmetologija                                                                                                         | 3%               |
| Kineziterapija                                                                                                        | 2%               |
| Kirpėja                                                                                                               | 2%               |
| Kosmetologija                                                                                                         | 2%               |
| Medicina                                                                                                              | 5%               |
| Meteorologija                                                                                                         | 2%               |
| Ne – kur įstosiu ten ir mokysiuos @ toliau atsakinėti nuo 14 klausimo                                                 | 38%              |
| Odontologija                                                                                                          | 2%               |
| Policija                                                                                                              | 2%               |
| Politika                                                                                                              | 2%               |
| Socialinė pedagogika                                                                                                  | 2%               |
| Socialinis darbas                                                                                                     | 6%               |
| Sportas                                                                                                               | 2%               |
| Statybos inžinerija                                                                                                   | 2%               |
| Teisė                                                                                                                 | 5%               |
| Vadyba                                                                                                                | 8%               |
| Visuomenės sveikata                                                                                                   | 2%               |
| Žurnalistika                                                                                                          | 3%               |
| n/a                                                                                                                   | 8%               |
| <b>Iš viso</b>                                                                                                        | <b>100%</b>      |

## C priedo tęsinys

C2 lentelės tęsinys

| Klausimai ir atsakymai                                                | Rezultatai,<br>% |
|-----------------------------------------------------------------------|------------------|
| <i>Kas jums padėjo apsispręsti pasirinkti studijų kryptį?</i>         |                  |
| n/a                                                                   | 32%              |
| Aš pats/pati apsisprendžiau                                           | 51%              |
| Bendra mano ir mamos idėja                                            | 2%               |
| Padėjo socialiniai pedagogai                                          | 3%               |
| Padėjo tėvai, giminės, draugai                                        | 12%              |
| <b>Iš viso</b>                                                        | <b>100%</b>      |
| <i>Kaip vertinate savo perspektyvas Lietuvos darbo rinkoje?</i>       |                  |
| n/a                                                                   | 9%               |
| Kita. Parašykite_____                                                 | 8%               |
| Manau, kad darbą susirasiu, tačiau nesitikiu gauti didelio atlyginimo | 58%              |
| Manau, kad nebus problemų rasti gerą/gerai apmokamą darbą             | 18%              |
| Nematau jokių perspektyvų Lietuvoje                                   | 6%               |
| <b>Iš viso</b>                                                        | <b>100%</b>      |
| <i>Koks Jūsų išvykimo į užsienį tikslas?</i>                          |                  |
| n/a                                                                   | 83%              |
| Vyksiu mokytis                                                        | 6%               |
| Vyksiu padirbėti/užsidirbti pinigų                                    | 11%              |
| <b>Iš viso</b>                                                        | <b>100%</b>      |
| <i>Ar esate galutinai apsisprendęs /(-usi) išvykti į užsienį?</i>     |                  |
| n/a                                                                   | 83%              |
| Dar galvoju                                                           | 3%               |
| Kita. Parašykite_____                                                 | 3%               |
| Taip, bet dar nežinau kur vyksiu                                      | 3%               |
| Taip, jau viskas suplanuota                                           | 8%               |
| <b>Iš viso</b>                                                        | <b>100%</b>      |
| <i>Ar ilgam planuojate išvykti?</i>                                   |                  |
| n/a                                                                   | 83%              |
| 1-2 metams                                                            | 2%               |
| 3-5 metams                                                            | 5%               |
| Dar nežinau                                                           | 9%               |
| Trumpiau nei 1 metams                                                 | 2%               |
| <b>Iš viso</b>                                                        | <b>100%</b>      |

## C priedo pabaiga

C2 lentelės pabaiga

| Klausimai ir atsakymai                                                                                                                                 | Rezultatai,<br>% |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------|
| <i>Kokiomis užsienio kalbomis kalbate?</i>                                                                                                             |                  |
| n/a                                                                                                                                                    | 91%              |
| Anglų                                                                                                                                                  | 6%               |
| Kita                                                                                                                                                   | 2%               |
| Rusų                                                                                                                                                   | 2%               |
| <b>Iš viso</b>                                                                                                                                         | <b>100%</b>      |
| <i>Jeigu išvažiuotumėte ilgesniam laikui į kitą šalį, ar norėtumėte toliau dalyvauti Lietuvos visuomeniniame gyvenime, pvz., dalyvauti rinkimuose?</i> |                  |
| n/a                                                                                                                                                    | 83%              |
| Dalyvaučiau jei būtų sudarytos tam galimybės                                                                                                           | 5%               |
| Nenorėčiau, man neįdomu kas vyks Lietuvoje                                                                                                             | 2%               |
| Norėčiau, man labai svarbi Lietuvos ateitis                                                                                                            | 11%              |
| <b>Iš viso</b>                                                                                                                                         | <b>100%</b>      |