




Kuriame
Lietuvos ateitį
2014–2020 metų
Europos Sąjungos
fondų investicijų
veiksmų programa

Lietuvos žinomumo ir reputacijos tikslinėse užsienio
šalyse ir šalies gyventojų Lietuvos vertinimo tyrimas

Izraelio gyventojų kiekybinio tyrimo rezultatų ataskaita



2019 m. liepos mėn.

 Lietuvos Respublikos Vyriausybės kanceliarija

K O
G E
EKONOMIKOS IR
KOMUNIKACIJOS
MOKSLŲ INSTITUTAS

 socialinių
inovacijų
institutas

 norstat

Lietuvos žinomumo ir reputacijos tikslinėse užsienio šalyse ir šalies gyventojų Lietuvos vertinimo tyrimo informacija

Perkančioji organizacija: Lietuvos Respublikos Vyriausybės kanceliarija

Tyrimo atlikėjai: UAB „KOG institutas“ (KOG), VšĮ „Socialinių inovacijų institutas“ (SII), UAB „Norstat LT“

Dedikuota ekspertų grupė: Rūta Matulaitienė (KOG), Agnė Ambrazevičienė (KOG), Ingrida Gečienė (SII), Sandra Kanopkaitė (SII), dr. Laima Nevinskaitė (SII), Jovita Urbonavičiūtė (Norstat LT)

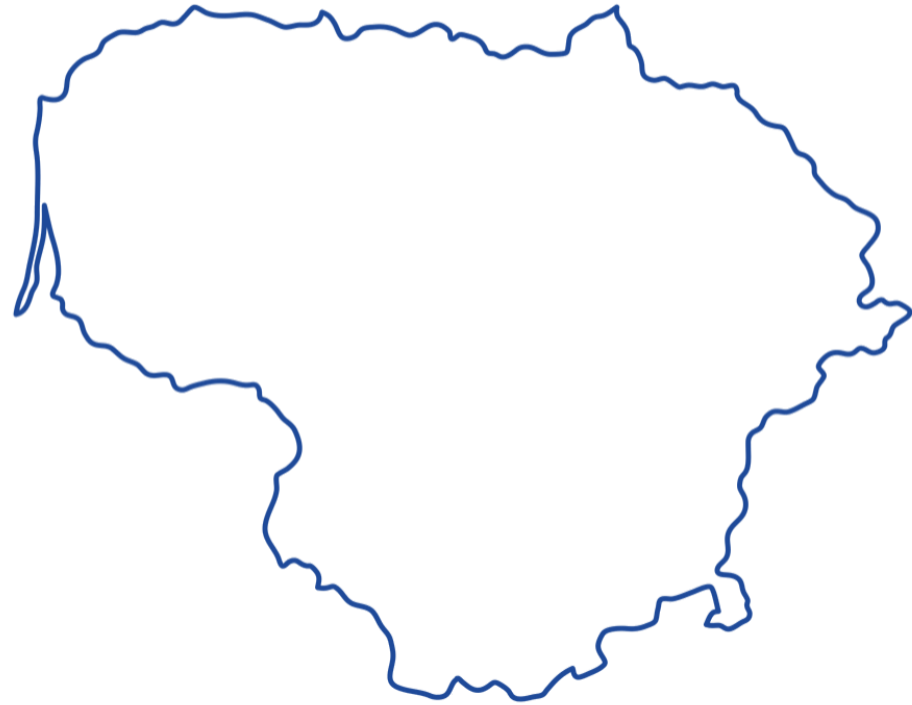
Tyrimo koordinatorė: Rūta Matulaitienė (KOG)

Kontaktai: UAB „KOG institutas“, Šaltinių g. 12, Vilnius, info@koginstitutas.lt

Turinys

Tyrimo tikslai, metodologija ir techninė informacija	4
Rezultatų santrauka	11
Lietuvos žinomumas	15
Palyginimas su Latvija ir Estija, susipažinimo gylis, Lietuvos priskyrimas konkrečiam regionui, priklausymo tarptautinėms organizacijoms vertinimas	
Lankymasis Lietuvoje	23
Šalies vertinimas, apsilankymo barjerai, galimi turistiniai traukos aspektai	
Lietuvos įvaizdžio dimensijų vertinimas	30
Kitų Lietuvos įvaizdinių aspektų vertinimas	35
Neigiamų temų, susijusių su Lietuva, vertinimas, įvaizdinių žinučių žinomumas ir vertinimas, Lietuvos gyventojų charakterio vertinimas	

Tyrimo tikslai,
metodologija ir
techninė
informacija



Užsienio gyventojų tyrimų 7 šalyse tikslas ir metodologija (kaip numatyta Paslaugų pirkimo techninėje specifikacijoje)

Tyrimų tikslas: išsiaiškinti Lietuvos žinomumą bei vertinimus pagal iš anksto su Perkančiąja organizacija suderintus kriterijus;

Tyrimų tikslinė grupė: 18-74 m. nuolatiniai užsienio šalių gyventojai;

Tikslinės grupės atrankos principai: reprezentatyvi atranka. Respondentų pasiskirstymas pagal lytį, amžių ir gyvenamąją vietovę atrankinėje imtyje atitinka populiacijos pasiskirstymą pagal šiuos kriterijus;

Tikslinės grupės imtis: po 1000 respondentų kiekvienoje šalyje;

Tyrimo metodas: apklausa internetu (CAWI);

Tyrimo instrumentas: su Perkančiąja organizacija suderintas standartizuotas kiekybinių tyrimų klausimynas.

Apklausų atlikimo laikotarpis: 2019 m. birželio – liepos mėn.



Užsienio gyventojų tyrimų klausimynų struktūra

Lietuvos žinomumas:

- Lietuvos ir Lietuvos sostinės žinomumas, noras apsilankyti šalyje, susipažinimo su Lietuva lygis, priskyrimas Europos regionams;
- Žinomumo palyginimas su Latvija ir Estija;
- Lietuvos narystės tarptautinėse organizacijose vertinimas;
- Apsilankiusių Lietuvoje šalies vertinimas: pasirinkimo keliauti į Lietuvą motyvai, patikę ir nepatikę aspektai;

Lietuvos įvaidžio dimensijų vertinimas. Vertinti aspektai:

- Eksportas; Valdymas (užsienio ir vidaus politika); Kultūra; Gyventojai; Turizmas; Imigracija ir investicijos; Bendras emocinis Lietuvos patrauklumas.

Lietuvos įvaidinių žinučių vertinimas:

- Ankstesnis susipažinimas ir tikėjimas žinutėmis, formuojančiomis Lietuvos įvaidį (greičiausias internetas, inovatyvumas IT srityje, ekologiškumas ir kt.).

Neigiamų temų, susijusių su Lietuva, vertinimas

- Jautrių Lietuvai aspektų vertinimas (Lietuvos kaip posovietinės šalies išsivystymas, korupcijos lygis, pagarba žmogaus teisėms, saugumas ir kt.).

Lietuvos gyventojų charakterio vertinimas:

- Teigiamų ir neigiamų charakterio savybių priskyrimas Lietuvos gyventojams.

Kitos temos:

- Lietuvos turizmo prekės ženklo „Lithuania. Real is beautiful“ žinomumas;
- Lietuvos turistinių atrakcijų patrauklumas;
- Bendri keliavimo Europos šalyse motyvai (klausiama nesilankiusių Lietuvoje).

Socio-demografiniai klausimai.

Tyrimo prezentacijoje (ppt formatu) kai kurie atsakymų variantai gali būti pateikiami sutrumpinti. Klausimynas su pilnomis klausimų ir atsakymų formuluotėmis pateikiamas atskiru failu.



Šalies įvaizdžio dimensijos

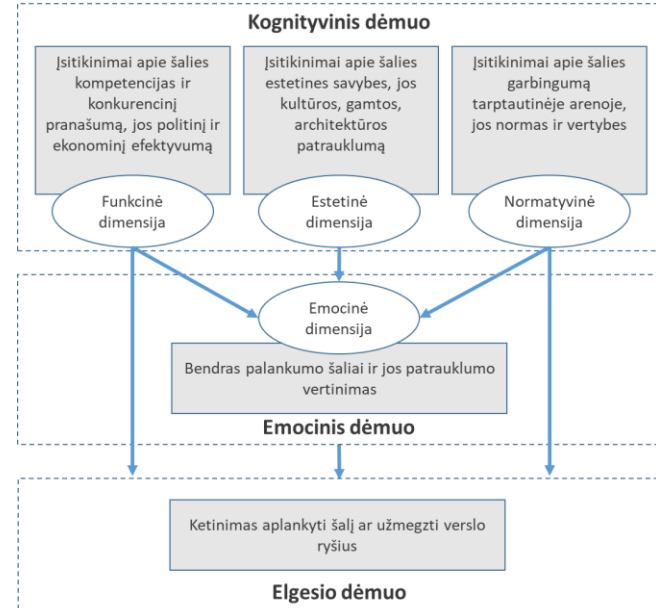
Lietuvos įvaizdis užsienio gyventojų tyrime analizuojamas pagal **Simono Anholto šešias šalies įvaizdžio dimensijas**, išskirtas tyrimo techninėje specifikacijoje. Šis požiūris papildomas **Alexanderio Buhmanno modeliu**, pagal kurį analizuojama, kiek šalies įvaizdžio dimensijos susijusios su emociniu palankumu šaliai ir bendru šalies patrauklumu (emocinis dėmuo) bei ketinimu joje apsilankyti (elgesio dėmuo). **Analizės pagal Buhmanną rezultatai pateikiami apibendrinamojoje kiekybinių tyrimų užsienio šalyse ataskaitoje.**

Užsienio gyventojų apklausos anketa sudaryta remiantis minėtų autorių nurodytomis įvaizdžio dimensijomis bei kitų šalių panašių įvaizdžio tyrimų pavyzdžiais¹. Kiekviena šalies įvaizdžio dimensija buvo analizuojama per 4-5 aspektus, respondentų prašant nurodyti, kiek jie sutinka su pateiktu teiginiu (7 pozicijų skalė nuo „Visiškai nesutinku“ iki „Visiškai sutinku“). Aspektai buvo suformuluoti atsižvelgiant į Lietuvos šalies įvaizdžio specifiką.

Simono Anholto pasiūlytas šalies įvaizdžio dimensijų modelis²



4D šalies įvaizdžio modelis pagal A. Buhmann³



¹ Šaltiniai:

Anholt-GfK Roper Nation Brands IndexSM: 2016 report for Scotland. Prieiga internete: <https://www.gov.scot/publications/anholt-gfk-roper-nation-brands-index-sm-2016-report-scotland/>

The Anholt-GfK Roper Nation Brands IndexSM 2009 Report. Prieiga internete: https://www.eda.admin.ch/dam/eda/de/documents/das-eda/landeskommunikation/Switzerland_2009_NBI_Report_08-31-2009.pdf

Australia's image in Denmark – How to measure a nation-brand image? Prieiga internete: https://studenttheses.cbs.dk/xmlui/bitstream/handle/10417/1457/heidi_therese_hansen.pdf?sequence=1

Alexander Buhmann. Measuring Country Image, 2016.

² Pagal https://www.branding-institute.com/wp-content/uploads/2014/01/anholt_gfk_roper_nation_brands_index1.jpg

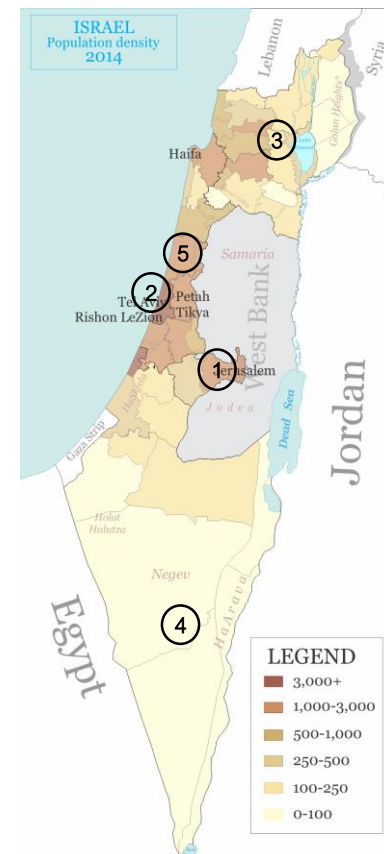
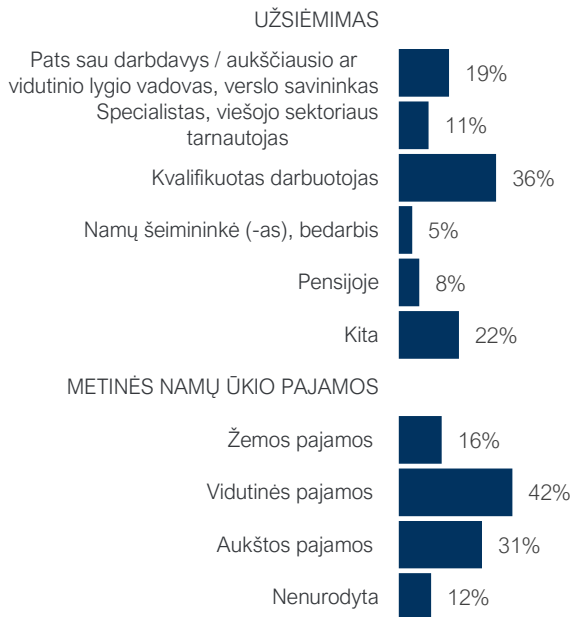
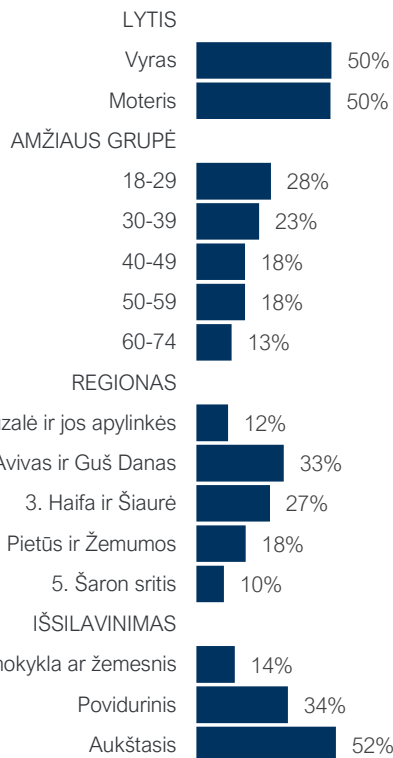
³ Pagal Alexander Buhmann. Measuring Country Image, 2016 (p. 44, 90).



Techninė Izraelio gyventojų apklausos vykdymo ataskaita

Parametras	Rodiklis
Išsiųstų kvietimų skaičius	7881
Pradėjo pildyti apklausą	1464
Neatitiko apklausos kriterijų	8
Neatitiko kvotos (amžiaus, lyties, gyv. vietovės)	99
Nebaigė pildyti	355
Atmesti po kokybės tikrinimo	2
Atsakomumo lygmuo (response rate)	19%
Faktinis apklaustųjų skaičius	1000
Vidutinė interviu trukmė	00:11:03
Apklausos laikotarpis	2019 m. birželio 28 – liepos 4 d.

Respondentų socio-demografinės charakteristikos



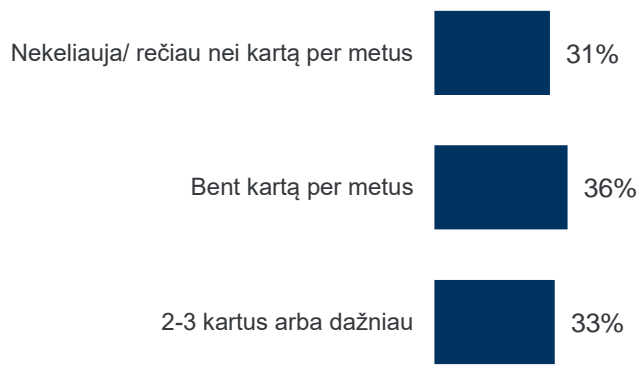
Imtis: visi respondentai, n=1000

Respondentų socio-demografinės charakteristikos

Keliavimo į užsienio šalis dažnis ir kelionių kompanionai

Keliavimo dažnis

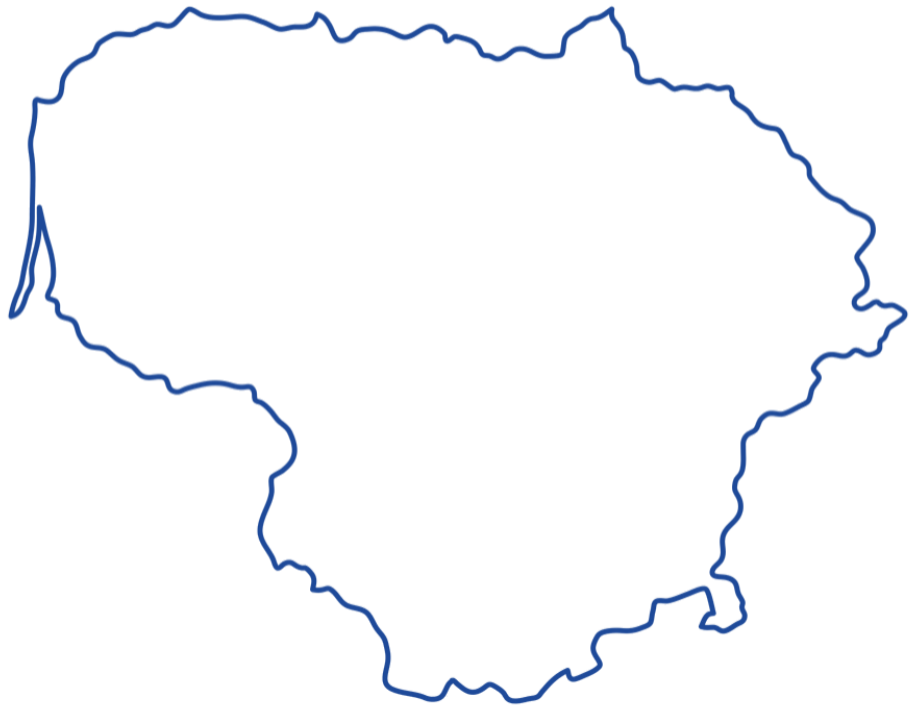
Imtis: visi respondentai, n=1000



Kelionių kompanionai

Imtis: respondentai, keliaujantys nors kartą per metus, n=687





Rezultatų santrauka

Pagrindiniai Lietuvos įvaizdžio rodikliai

Norėtų apsilankyti

60%

Yra apsilankę

4%

Lietuvos žinomumas

96%

Žino daugiau nei tik šalies vardą ir lokaciją

26%

Žino sostinę

40%

Regionas, kuriam priskiria (nuo žinančių Lietuvą)

Rytų Europa 37%

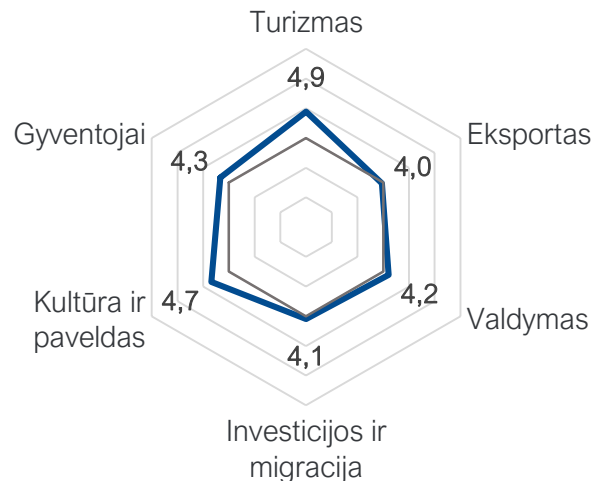
Baltijos šalys 23%

Europa apskritai 13%

Pagrindinė (-ės) priežastis (-ys), kodėl nenori apsilankyti

- Yra daugybė šalių, kurias labiau verta aplankyti (40%)
- Per mažai žino apie šalį (34%)

Įvaizdžio dimensijų stiprumas (pagal S. Anholta)



— Lietuvos įvaizdžio dimensijų vidurkis Jungtinėje Karalystėje
— Neutralus vertinimas

Pagrindiniai Lietuvos įvaizdžio rodikliai

Jautrios spręstinios temos



Lietuva turėtų atviriau diskutuoti Holokausto tema



Nėra gerai, kad Lietuva taip konfrontuoja su Rusija kaip dabar



Kaip posovietinė valstybė, Lietuva yra mažiau išsivysčiusi

Potencialios įvaizdinės žinutės (pagal geriausią santykį tarp tikinčių tokia žinute ir ją girdėjusių anksčiau)



Lietuvoje gali tikrai patirti visus 4 metų laikus: snieguotą žiemą, žydintį pavasarį, žalią vasarą ir spalvingą rudenį



Lietuva yra išties aplinką tausojanti šalis, skatinanti ekologiją visose srityse: perdirbimo, vartojimo, maisto ir gamtos

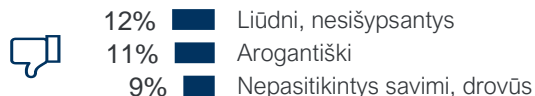
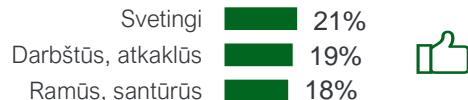


Lietuvoje aukšta gyvenimo kokybė: darbo ir laisvalaikio pusiausvyra, saugi ir sveika aplinka

5 stipriausi įvaizdžio aspektai (pagal vidurkį)

- 1 Lietuvoje graži gamta
- 2 Lietuvoje yra įdomių istorinių pastatų ir paminklų
- 3 Lietuva turi labai įdomią istoriją
- 4 Lietuva turi turtingą kultūros paveldą (tradicijas, architektūrą, paminklus)
- 5 Nekalbant apie pinigus, norėčiau per atostogas apsilankyti Lietuvoje

Labiausiai priskiriami lietuvių charakterio bruožai*



Labiausiai sudomintų



Žygiai miškuose (79%)



Dvarų lankymas (72%)



Kuršių nerija (69%)



Plaukimas baidarėmis upe (67%)



Tradicinis duonos ar pyragų kepimas (64%)

Apibendrinimas: pagrindiniai pastebėjimai

Didžioji dalis (96 proc.) Izraelio gyventojų yra girdėję Lietuvos pavadinimą. Ir nors Baltijos šalių bendras žinomumas bei jų sostinių identifikavimas yra panašus, tačiau kalbant apie gilesnes žinias Lietuva lenkia Latviją bei Estiją. Pastarąsias valstybes izraeliečiai pažįsta prasčiau nei Lietuvą – mažesnis procentas apklaustųjų žino kažką daugiau nei tik Latvijos ar Estijos pavadinimą bei lokaciją.

Vis tik didesnės dalies Izraelio gyventojų žinios apie Lietuvą yra paviršutiniškos: 70 proc. gyventojų žino tik mūsų šalies pavadinimą arba šalies pavadinimą ir geografinę vietą.

Lietuvos sostinę žino 42 proc. žinančių šalį izraeliečių. Vilnius nėra stipriai painiojamas su kitais miestais.

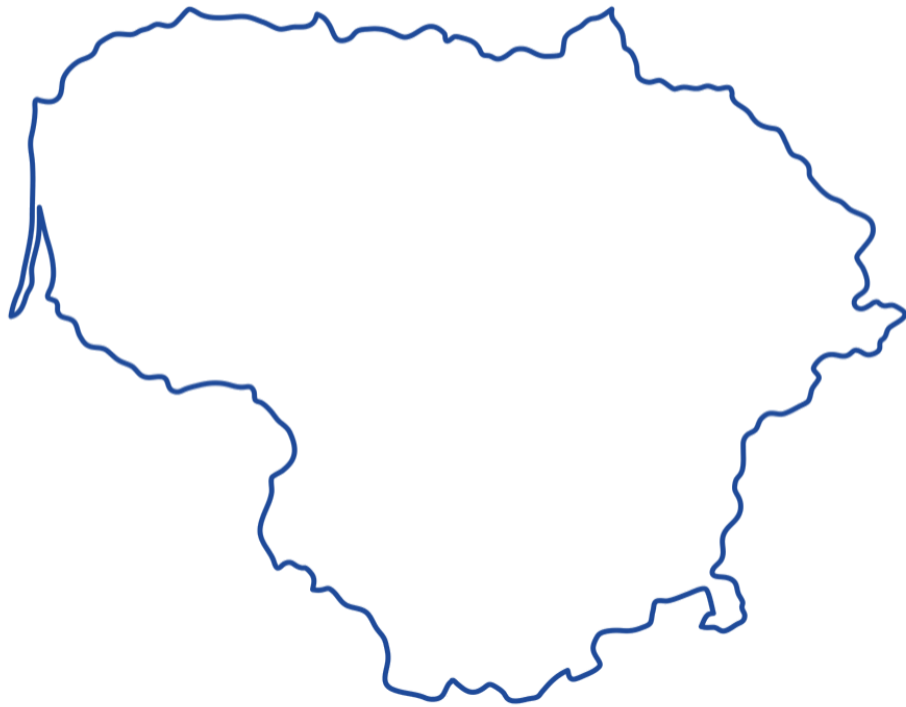
Kadangi Izraelio gyventojai palankiausiai vertina narystę EBPO, Lietuvos narystės joje akcentavimas gali padėti formuojant Lietuvos įvaizdį.

Lietuva Izraelyje stipriausiai siejama su Rytų Europa (37 proc.). Šios sąsajos kokybinių tyrimų etapo informantai siūlė vengti, atsisakyti dėl galimų neigiamų stereotipų (skurdas, alkoholizmas, korupcija ir pan.), todėl matyti, kad norint tai padaryti Izraelyje, bus reikalinga įdėti nemažai pastangų.

Lietuvos įvaizdis Izraelyje – gana neutralus, linkstantis labiau į teigiamą pusę. Stipriausia Lietuvos įvaizdžio dimensija šioje šalyje – turizmas (Lietuvos kaip turistinės krypties vertinimas).

Vis tik matyti, kad esama ir jautrių spęstinių temų kaip atviresnė diskusija Holokausto tema, švelnesnio tono pasirinkimas bendraujant su Rusija ar ekonominis išsivystymas. Su nenoru apsilankyti Lietuvoje glaudžiau susijęs prastas ekonominio išsivystymo vertinimas (įskaitant tai, kaip šaliai sekasi lyginant su kaimynėmis) ir abejonės dėl šalies saugumo.

Izraelio gyventojai lengviau priimtų žinutę apie tai, kad Lietuvoje galima patirti visus 4 metų laikus; kad Lietuva yra išties ekologiška, aplinką tausojanti šalis; kad mūsų šalis pasižymi aukšta gyvenimo kokybe. Šios žinutės turi šiojį tokį pagreitį: jomis jau dabar labiau tikima ir kiek didesnė dalis teigia apie tai girdėję anksčiau. Žinutės apie greičiausią viešojo interneto tinklą, pažangą IT srityje, buvimą finansinių technologijų industrijos centru, lazerių technologijas ar didžiausią procentą aukštąjį išsilavinimą turinčių žmonių kelią komunikacijoje skintųsi sunkiau – joms reikėtų daugiau pagrindimo.



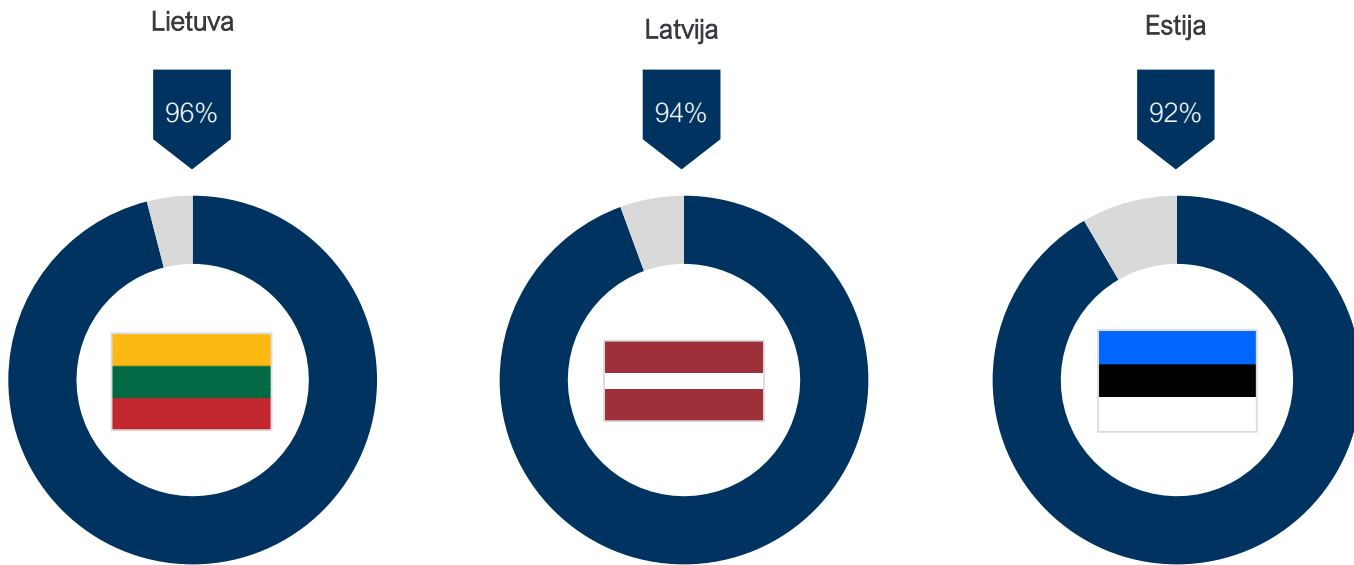
Lietuvos žinomumas

Palyginimas su Latvija ir Estija,
susipažinimo gylis, Lietuvos
priskyrimas konkrečiam
regionui, priklausymo
tarptautinėms organizacijoms
vertinimas

Lietuvos ir kitų Baltijos šalių žinomumas

Ar esate girdėję apie šias šalis?

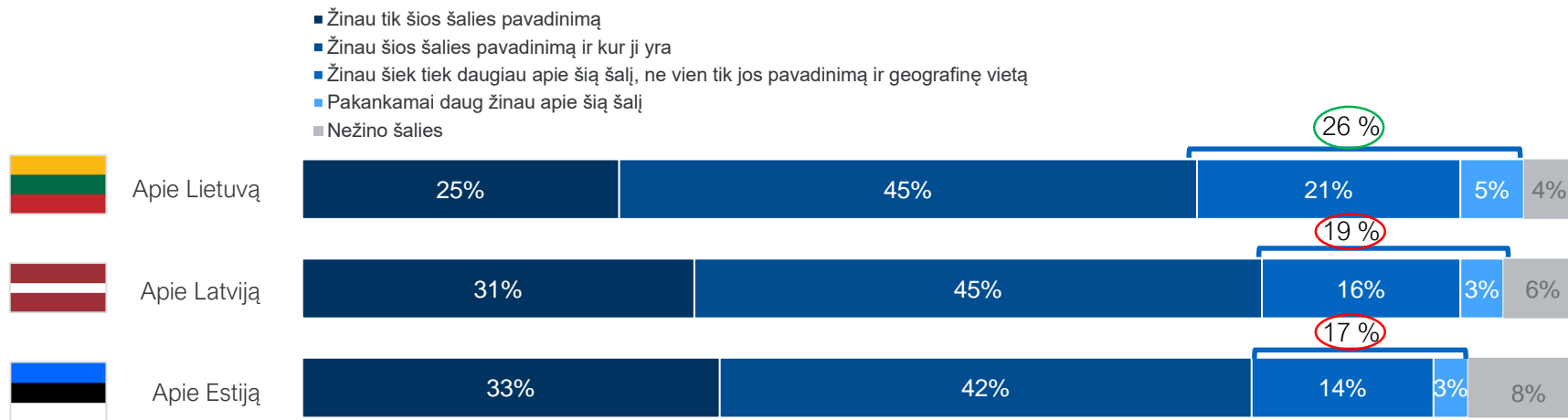
Beveik visi Izraelio gyventojai žino Baltijos šalis. Visas tris Baltijos šalis geriau žino aukštas pajamas gaunantys asmenys.



Susipažinimo su Lietuva ir kitomis Baltijos šalimis gylis

Kiek žinote apie šias šalis?

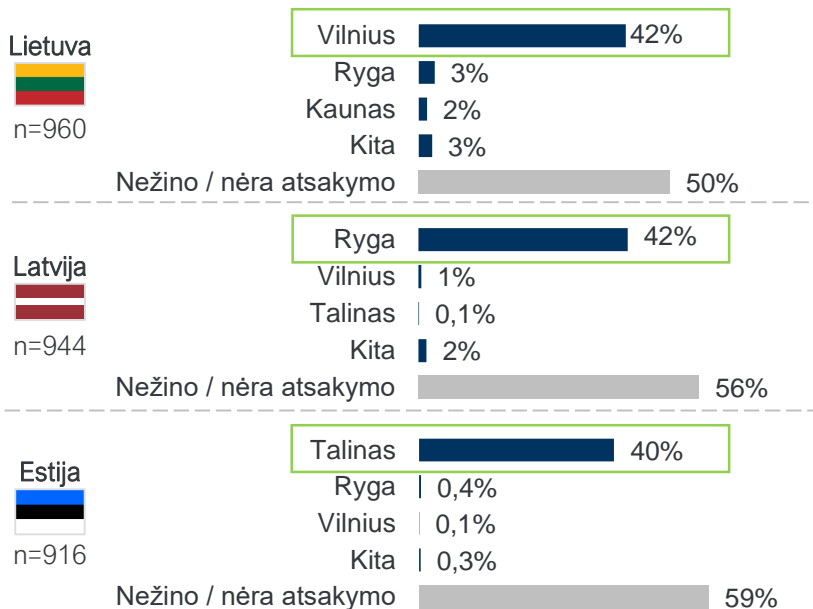
Tiek Lietuvos, tiek kitų Baltijos šalių žinomumo gylis nėra didelis: apie ketvirtadalį (26 proc.) izraeliečių žino daugiau nei vien tik šalies pavadinimą ar geografinę vietą. Latviją bei Estiją Izraelio gyventojai žino dar prasčiau: gilesnėmis žiniomis apie šias šalis pasižymi atitinkamai 19 proc. ir 17 proc.



Baltijos šalių sostinių žinomumas

Jeigu žinote, užrašykite šių šalių sostines:

42 proc. Izraelio gyventojų, žinančių Lietuvą, teisingai įvardijo šalies sostinę Vilnių. Žinantys Latviją ir Estiją šių šalių sostines žino taip pat gerai. Nei vienos šalies sostinė nėra stipriai painiojama su kokiu kitu miestu. Tik nedidelė dalis Izraelio gyventojų Lietuvos sostinę nurodo Rygą (3 proc.) ar Kauną (2 proc.).



Imtis: respondentai, žinantys šalį

Lietuvos žinomumo šaltiniai

Kiek jūs pažįstate Lietuvą?

Respondentai, žinantys Lietuvą, dažniausiai sakosi šią šalį pažinę iš kitų šaltinių (29 proc.; tikėtina, mokykloje). Dar apie 2 iš 10 Izraelio gyventojų apie Lietuvą sužino iš knygų, filmų, laikraščių, interneto ir / arba kitos žiniasklaidos (dažniau vyrai).

Lietuvoje yra lankęsi 4 proc. izraeliečių ir tai dažniau yra 40-49 m. amžiaus asmenys ir dažniau keliaujantys (bent 2-3 kartus per metus) izraeliečiai.



Pažįstu šią šalį iš kitų šaltinių 29%



Žinau apie Lietuvą iš knygų, filmų, laikraščių,
internetu ir / arba kitos žiniasklaidos 21%



Kalbėjau su lietuviu (-e) / pažįstu lietuvi (-ę) 11%



Buvau Lietuvoje 4%



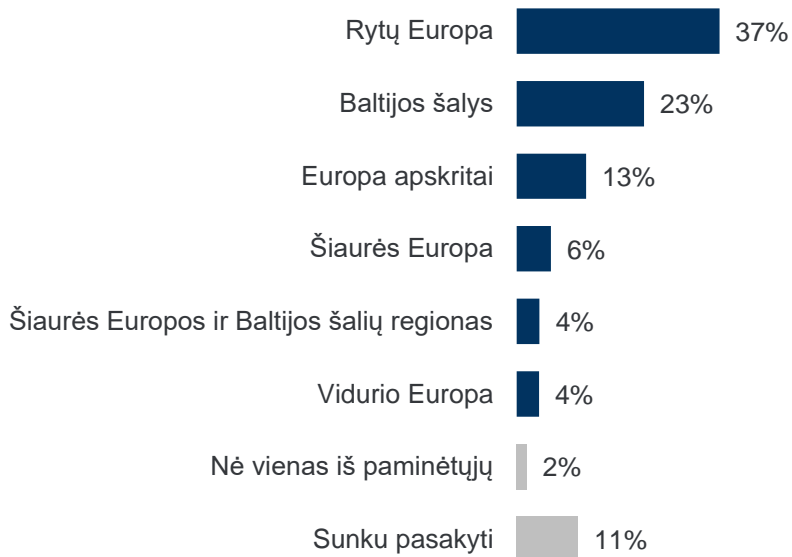
Pirkau lietuviškus produktus 3%

Nė vienas iš paminėtųjų 45%

Lietuvos siejimas su konkrečiu regionu

Su kuriuo regionu labiausiai sietumėte Lietuvą?

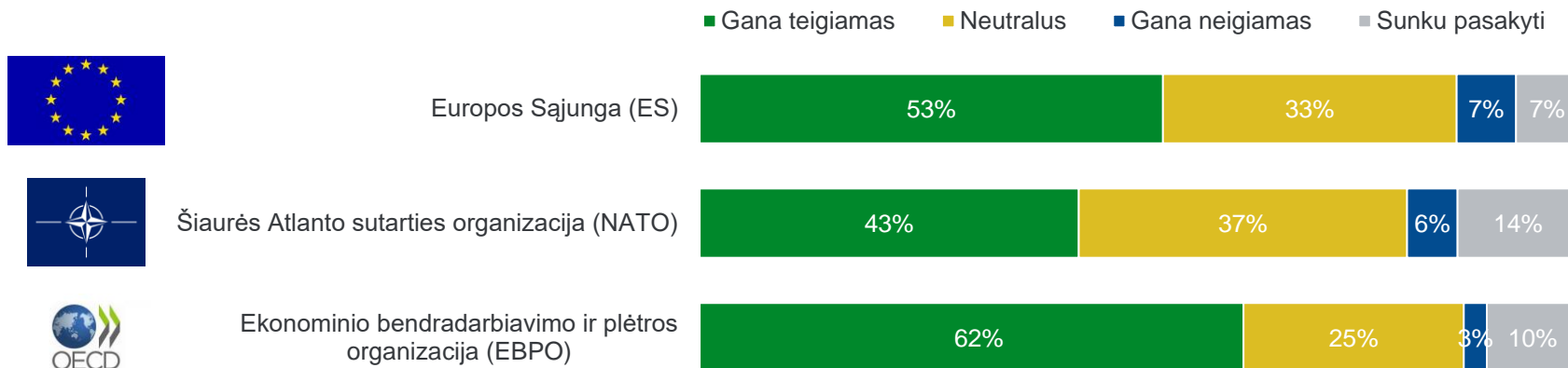
Lietuva Izraelyje labiausiai siejama su Rytų Europa (37 proc. nuo žinančių Lietuvą). Maždaug kas penktas (23 proc.) apklausos dalyvis Lietuvą sieja su Baltijos šalimis. Dar 13 proc. – su Europa. Su Rytų Europa Lietuvą dažniau sieja vyriausi (60-74 m.) apklausos dalyviai; su Baltijos šalimis – dažniau vyrai bei dažniau keliaujantys asmenys; su Europa – dažniau moterys ir jaunimas (18-29 m.).



Lietuvos narystė tarptautinėse organizacijose vertinimas

Lietuva yra visų šių organizacijų narė. Ar pasakytumėte, kad narystė kiekvienoje iš šių organizacijų yra gana teigiamas, neutralus ar gana neigiamas dalykas?

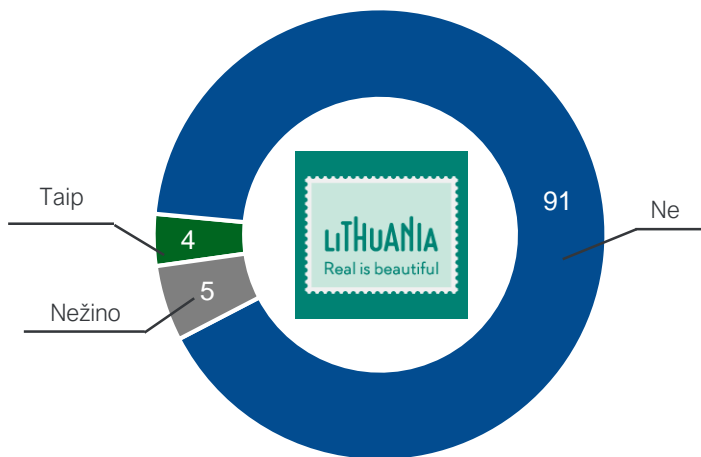
Tyrimo metu norėta išsiaiškinti, ar priklausymo kuriai nors tarptautinei organizacijai akcentavimas atskirose šalyse gali būti naudingas Lietuvos įvaizdžio formavimui. Izraelyje Lietuvos narystė tarptautinėse organizacijose yra vertinama palankiai arba neutraliai, neigiamų nuostatų yra mažai. Labiausiai palankiai izraeliečiai vertina Lietuvos narystę EBPO.



Lietuvos turizmo prekės ženklo „Lithuania. Real is beautiful“ pastebėjimas

Ar esate matę Lietuvos turizmo prekės ženklą „Lithuania. Real is beautiful“ (lankėtės svetainėje www.lithuania.travel, „Facebook“ paskyroje, arba pastebėjote informaciją apie jį kitur)?

Lietuvos turizmo prekės ženklo „Lithuania. Real is beautiful“ žinomumas siekia 4 proc. Tiek Izraelio gyventojų teigia matę šį prekės ženklą. Šio prekės ženklo pastebėjimas pagal demografines charakteristikas neišsiskiria.

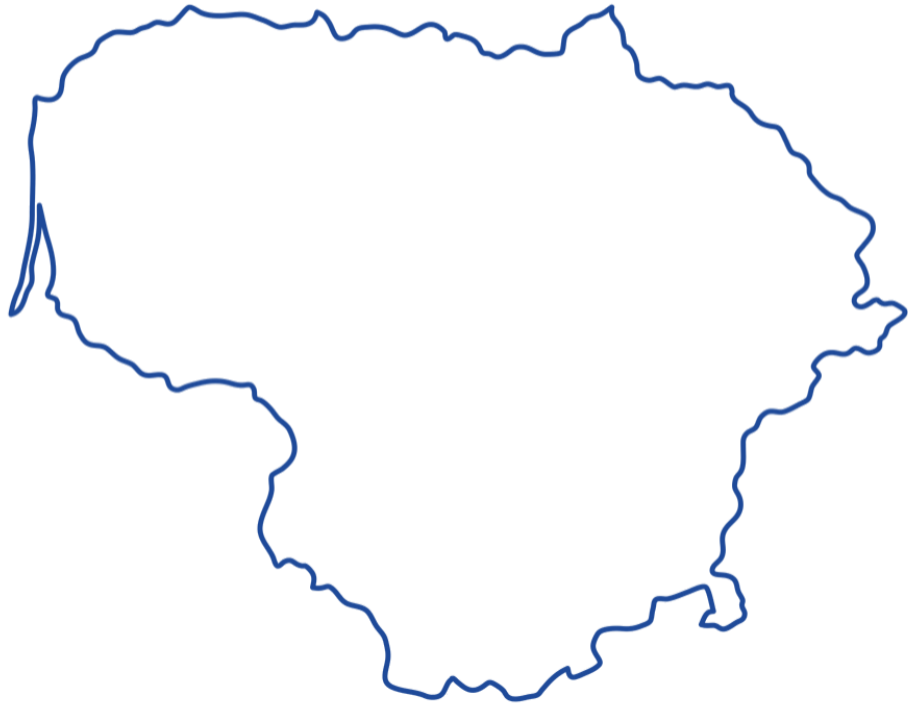


Imtis: visi respondentai, n=1000

○ Reikšmingai daugiau palyginus su visais respondентаis
○ Reikšmingai mažiau palyginus su visais respondентаis

Matę „Lithuania. Real is beautiful“

Demografinė charakteristika	Procentas
Visi respondentai	4%
Lytis	
Vyras	4%
Moteris	3%
Amžiaus grupė	
18-29	3%
30-39	4%
40-49	4%
50-59	4%
60-74	3%
Gyvenamoji vietovė	
Jeruzalė ir jos apylinkės	3%
Tel Avivas ir Guš Danas	5%
Haifa ir Šiaurė	4%
Pietūs ir Žemumos	2%
Šaron sritis	2%
Išsilavinimas	
Vidurinė mokykla ar žemesnis	3%
Povidurinis	5%
Aukštasis	3%
Pagrindinis užsiėmimas	
Pats sau darbdavys / aukščiausio ar vidutinio lygio vadovas	4%
Specialistas, viešojo sektoriaus tarnautojas	2%
Kvalifikuotas darbuotojas	4%
Namų šeimininkė (-as), bedarbis	8%
Pensijoje	3%
Kita	4%
Metinės namų ūkio pajamos	
Žemos pajamos	2%
Vidutinės pajamos	5%
Aukštos pajamos	3%
Keliauja į užsienį	
Nekeliauja / rečiau nei kartą per metus	3%
Bent kartą per metus	4%
2-3 kartus arba dažniau	4%



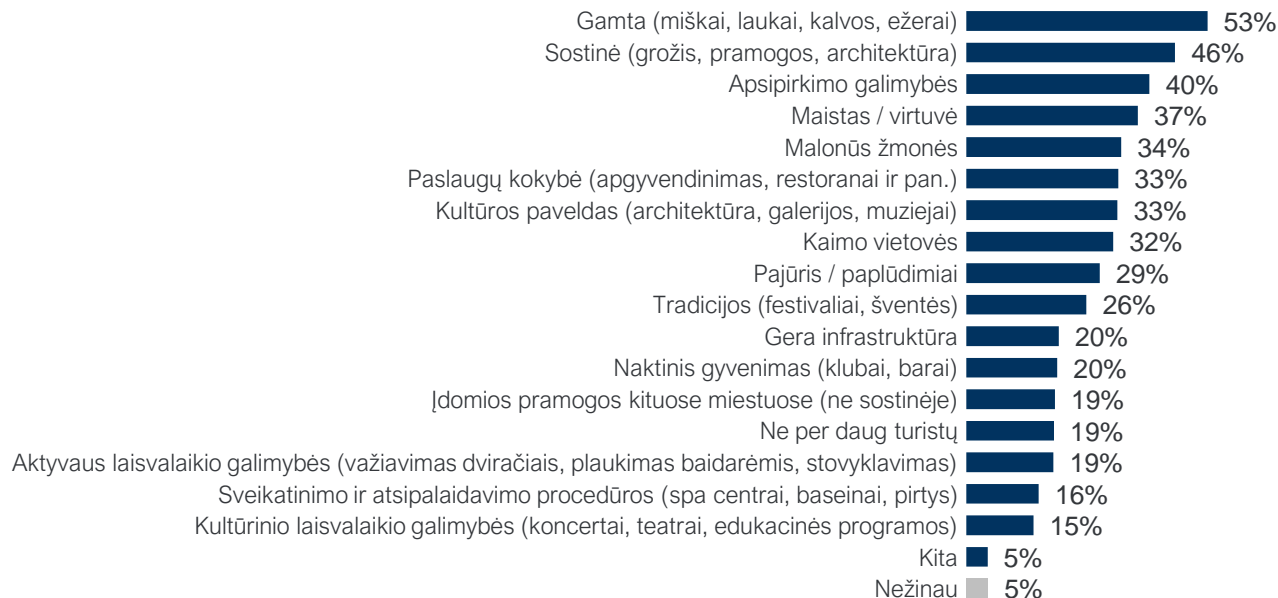
Lankymasis Lietuvoje

Šalies vertinimas, apsilankymo
barjerai, galimi turistiniai traukos
aspektai

Bendri keliavimo Europoje motyvai

Įsivaizduokite, kad planuojate aplankyti Europos šalį. Kuris iš šių aspektų turėtų didžiausią įtaką jūsų sprendimui?

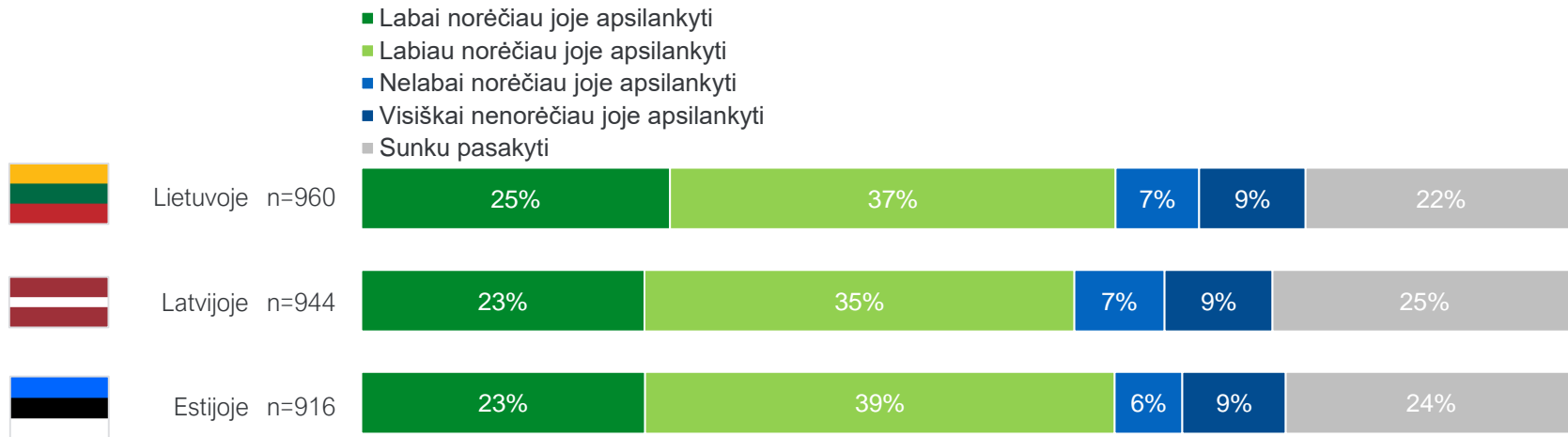
Gamta (svarbiau 60-74 m. amžiaus asmenims, Šaron srities gyventojams), sostinė (svarbiau 40-49 m. amžiaus ir dažniau keliaujantiems izraeliečiams), apsipirkimo galimybės (svarbiau moterims), maistas / virtuvė ir malonūs žmonės yra TOP5 pagrindiniai dalykai, motyvuojantys Izraelio gyventojus keliauti Europoje. Dar apie trečdalį izraeliečių keliauti po Europą skatina teikiamų paslaugų kokybė (33 proc.), kultūros paveldas (33 proc.) bei kaimo vietovės (32 proc.).



Noras apsilankyti Lietuvoje, Latvijoje ir Estijoje

Ar norėtumėte apsilankyti [Lietuvoje / Latvijoje / Estijoje]?

Noras apsilankyti Baltijos šalyse beveik nesiskiria: Lietuvoje labai norėtų apsilankyti 25 proc. Izraelio gyventojų, panašiai ir kaimyninėse šalyse (LV – 23 proc., EE – 23 proc.).

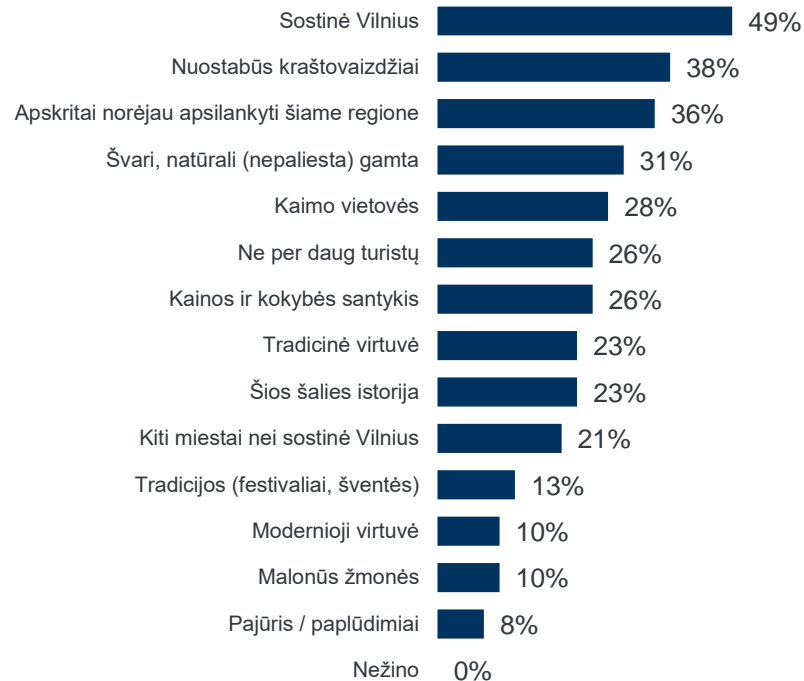
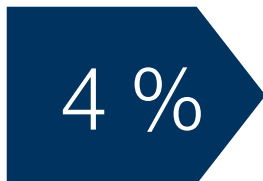


Apsilankyti Lietuvoje paskatinę veiksniai

Kas jus paskatino apsilankyti Lietuvoje?

Skaiciuojant nuo visų šalies gyventojų, Lietuvoje yra apsilankę 4 proc. izraeliečių. Juos atvykti labiausiai paskatino sostinė Vilnius, nuostabūs kraštovaizdžiai, noras apsilankyti šiame regione bei natūrali gamta.

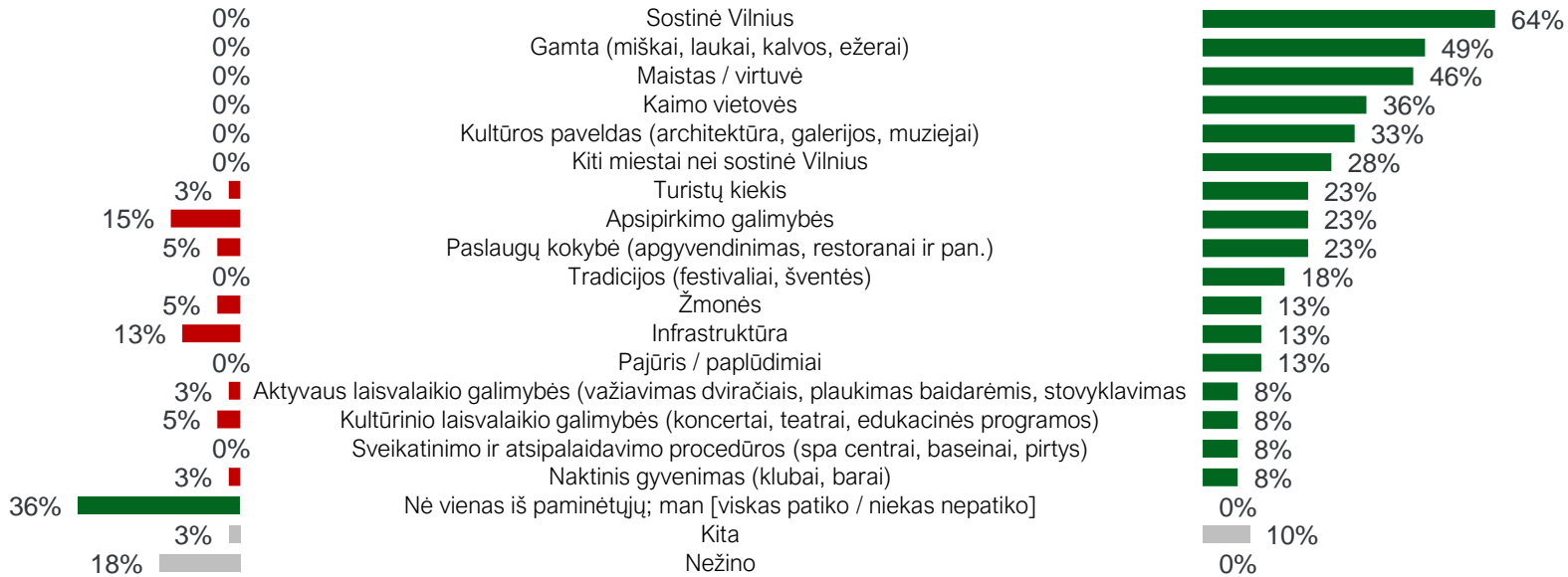
Lietuvoje apsilankiusiųjų dalis
(nuo visų šalies gyventojų)



Apsilankymo Lietuvoje vertinimas: patikę ir nepatikę aspektai

Kas jums nepatiko / patiko Lietuvoje?*

Keliautojai iš Izraelio, kurie lankėsi Lietuvoje, iš patikusių aspektų dažniausiai nurodė sostinę Vilnių (64 proc.), Lietuvos gamtą (49 proc.), maistą / virtuvę (46 proc.) kaimo vietas (36 proc.) ir kultūros paveldą (33 proc.). Iš netenkinusių aspektų dažniau minėta, jog Lietuvoje netenkino apsipirkimo galimybės (15 proc.), prasta infrastruktūra (13 proc.). Kiti netenkinę aspektai buvo paminėti retai – 5 proc. ar mažiau keliausiųjų Lietuvoje. Visiškai jokių priekaištų kelionei Lietuvoje neturėjo 36 proc. turistų.

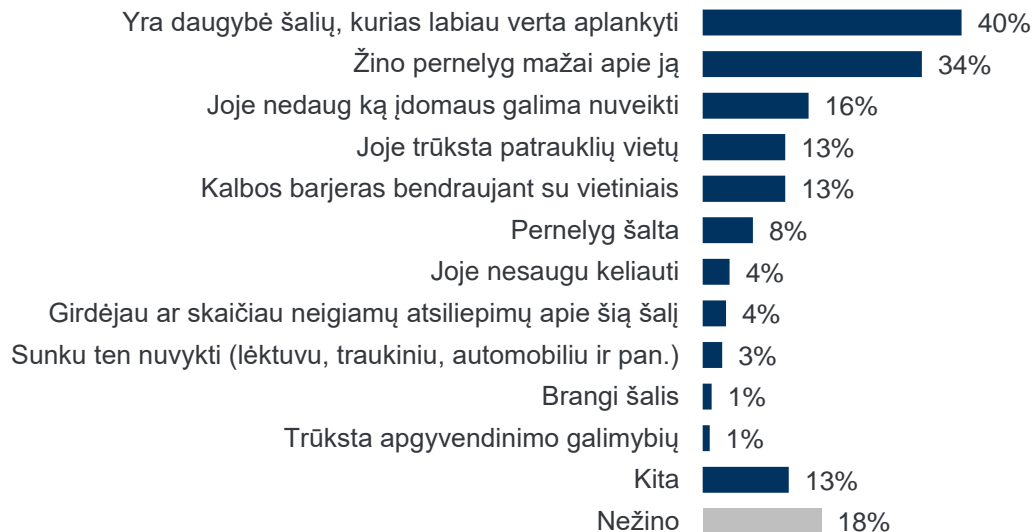


Imtis: respondentai, apsilankę Lietuvoje, n=39
*Rezultatus vertinkite atsargiai dėl mažos imties

Noro apsilankyti Lietuvoje barjerai

Minėjote, kad nesate tikri, ar norėtumėte apsilankyti Lietuvoje. Kodėl manote, kad Lietuvos neverta aplankyti ar abejojate dėl lankymosi joje?

Pagrindinis apsilankymo Lietuvoje barjeras – tai didžiulis pasirinkimas šalių, kurias labiau verta aplankyti nei mūsų šalį (40 proc.). Dar 34 proc. respondentų abejoja dėl tokios kelionės krypties, nes pernelyg mažai žino apie Lietuvą.



Galimi Lietuvos traukos objektai ir veiklos

Kurios iš šių turistinių pramogų ar veiklų lankantis užsienio šalyje jums būtų įdomios?

Susidomėjimas turistinėmis veiklomis, kurias gali pasiūlyti Lietuva, yra gan didelis. Labiausiai turistus iš Izraelio sudomintų žygiai miškuose (79 proc.) bei dvarų lankymas (72 proc.). Taip pat juos domintų ir Kuršių nerijos paplūdimiai (69 proc.), plaukimas baidarėmis upe (67 proc.) ir tradicinis duonos ar pyragų kepimas (64 proc.). Daugiau nei pusė izraeliečių susidomėtų SPA ir medicininio turizmu, alaus degustacijomis, muzikos festivaliais bei skrydžiais oro balionu (nurodė 56-60 proc.).



Įdomiau 18-29 m. gyventojams:

Plaukimas baidarėmis upe
Skrydžiai oro balionu

Įdomiau 30-39 m. gyventojams:

Alaus degustacija alaus daryklose

Įdomiau 50-59 m. gyventojams:

Dvarų lankymas, įskaitant kultūros
renginius

Įdomiau 60-74 m. gyventojams:

Dvarų lankymas, įskaitant kultūros
renginius

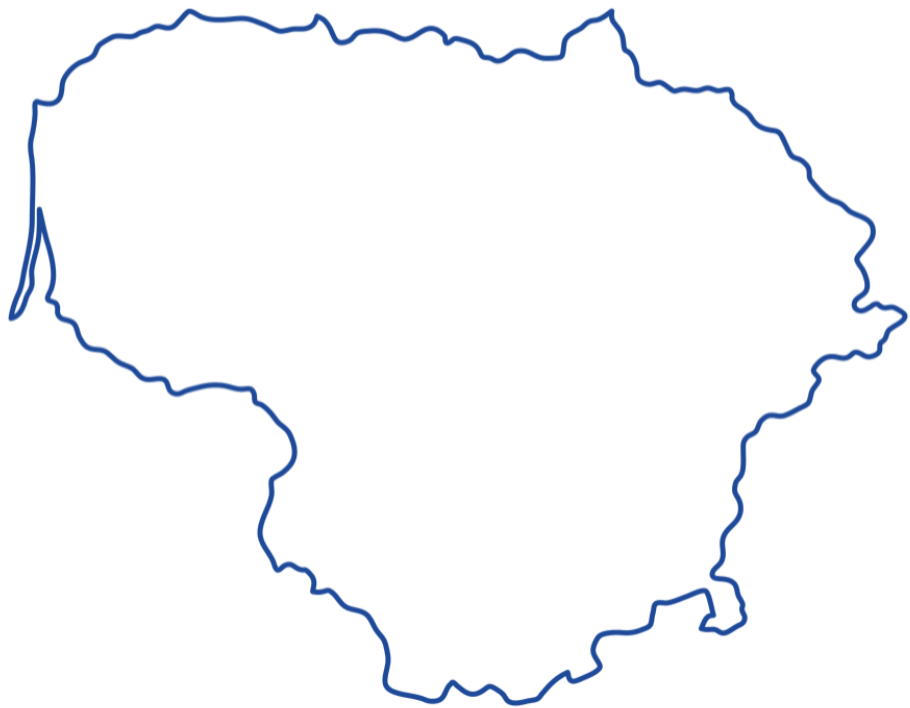
Tradicinis duonos ar pyragų kepimas

Įdomiau moterims:

Kuršių nerijos paplūdimiai
Tradicinis duonos ar pyragų kepimas

Įdomiau vyrams:

Alaus degustacija alaus daryklose
Žvejyba Baltijos jūroje ar ežeruose
Žygiai po pelkes



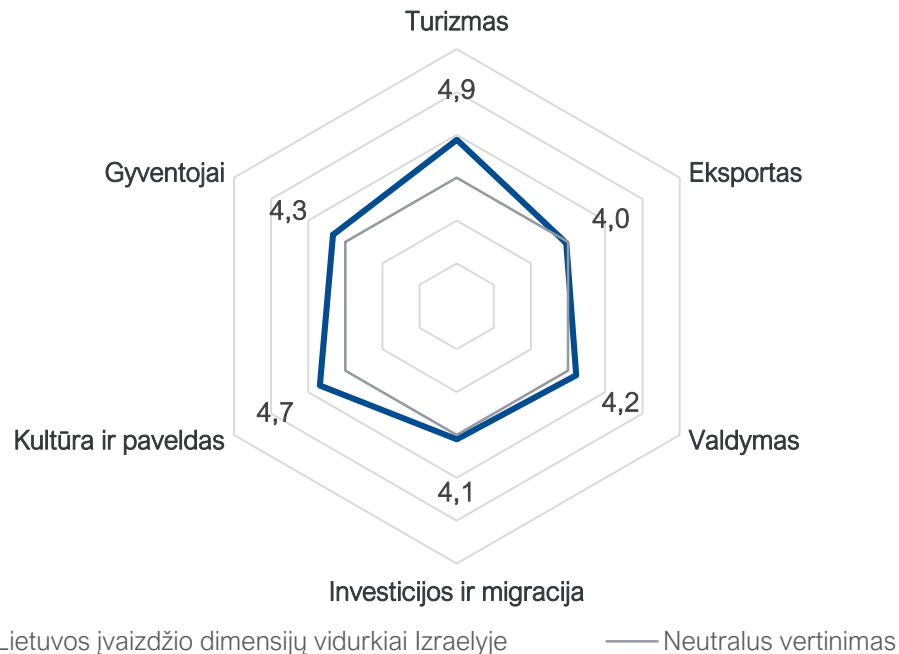
Lietuvos įvaizdžio dimensijų vertinimas

Lietuvos įvaizdis pagal S. Anholto išskirtas šalies įvaizdžio dimensijas

Pateiktas išvestinis kiekvienos dimensijos teiginių vidurkis. Teiginiai buvo vertinami skalėje nuo 1 iki 7, kur 1 reiškia „visiškai nesutinku“, o 7 – „visiškai sutinku“. Teiginių svoris kiekvienoje dimensijoje vienodas.

Didesnė dalis šalies įvaizdžio dimensijų Izraelyje vertinamos labiau teigiamai arba arti neutralios pozicijos. **Stipriausia Lietuvos įvaizdžio dimensija Izraelyje – turizmas.** Taip pat palankiai vertinama kultūros ir paveldo dimensija. Gyventojų, valdymo, investicijos ir migracijos bei eksporto dimensijos yra vertinamos neutraliau.

Tolimesnėse skaidrėse pateikiamas detalus kiekvienos dimensijos teiginių vertinimas.



Šalies įvaizdis: eksporto, valdymo ir kultūros dimensijos

Toliau pamatysite keletą teiginių apie Lietuvą. Prie kiekvieno iš jų pažymėkite, kiek su juo sutinkate ar nesutinkate.

Visi **eksporto** dimensijos aspektai vertinami beveik identišškai ir neutraliai. Izraelio gyventojai kiek labiau sutinka, kad Lietuva teikia aukštos kokybės prekes bei paslaugas. **Valdymo** dimensijoje daugiausiai teigiamų nuostatų ties tuo, jog Lietuva yra aktyvi tarptautinėse organizacijose, gerbia tiek piliečių, tiek ir mažumų teises. **Kultūros** dimensijoje labiausiai teigiamai vertinama Lietuvos istorija, tuo tarpu mažiausiai matomi Lietuvos sportininkų pasiekimai.

Eksportas

Lietuva teikia aukštos kokybės prekes ir paslaugas

Lietuva yra ypač pažangi technologijų srityje

Lietuva yra novatoriška mokslo ir tyrimų srityje

Lietuva yra kūrybiška vieta, žengianti naujų idėjų ir naujų mąstymo būdų priešakyje

Valdymas

Lietuva yra gerbiama ir aktyvi tarptautinių organizacijų narė

Lietuva gerbia piliečių teises ir sąžiningai elgiasi su šalies gyventojais

Lietuva gerbia mažumų teises ir vertybes

Lietuvą valdo kompetentingi ir sąžiningi politikai

Lietuva imasi atsakomybės teikdama pagalbą iškilus tarptautinėms krizėms

Kultūra ir paveldas

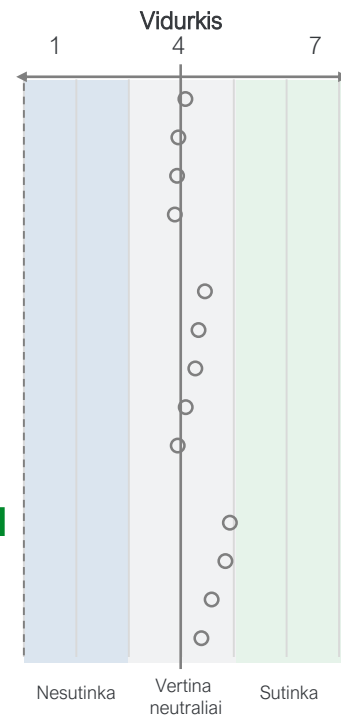
Lietuvos turi labai įdomią istoriją

Lietuva turi turtingą kultūros paveldą (tradicijas, architektūrą, paminklus)

Lietuva yra įdomi šiuolaikinės kultūros – muzikos, teatro, meno ir spektaklių – vieta

Lietuvos atletai ir sportininkų komandos žinomi pasaulyje dėl savo pasiekimų

Nesutinka (1+2) ■ Sutinka (6+7)
Greičiau nesutinka (3) ■ Greičiau sutinka (5)



Šalies įvaizdis: gyventojų, turizmo, investicijų ir migracijos dimensijos

Toliau pamatysite keletą teiginių apie Lietuvą. Prie kiekvieno iš jų pažymėkite, kiek su juo sutinkate ar nesutinkate.

Gyventojų dimensijoje labiausiai pritariama teiginiams, jog Lietuva yra svetinga šalis ir jos darbuotojai yra atsidavę darbui. **Turizmo** srityje tokie aspektai kaip Lietuvos gamtos grožis ar istoriniai pastatai / paminkai yra vertinami labai palankiai. **Investicijų ir migracijos** dimensija, kaip ir eksporto ar valdymo, vertinama neutraliai. Šioje dimensijoje izraeliečiai labiausiai pritaria teiginiams, jog Lietuva labai skatina visuomenės lygybę – ties šiuo aspektu mažiausiai neigiamų vertinimų. Tuo tarpu daugiau neigiamų vertinimų pasitaikė ties Lietuvos pragyvenimo lygio vertinimu.



Gyventojai

Lietuva yra svetinga šalis

Lietuva darbuotojai yra sunkiai dirbantys ir patikimi

Norėčiau turėti artimą draugą iš šios šalies

Lietuvoje daug charizmatiškų žmonių (pvz., politikos, sporto, meno srityse ir pan.)



Turizmas

Lietuvoje graži gamta

Lietuvoje yra įdomių istorinių pastatų ir paminklų

Nekalbant apie pinigus, norėčiau per atostogas apsilankyti Lietuvoje

Lietuvoje vyksta gyvas miesto gyvenimas ir yra daug pramogų



Investicijos ir migracija

Lietuva yra puiki vieta įgyti išsilavinimą

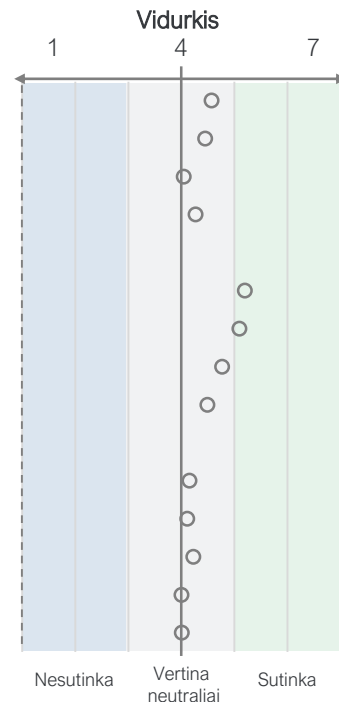
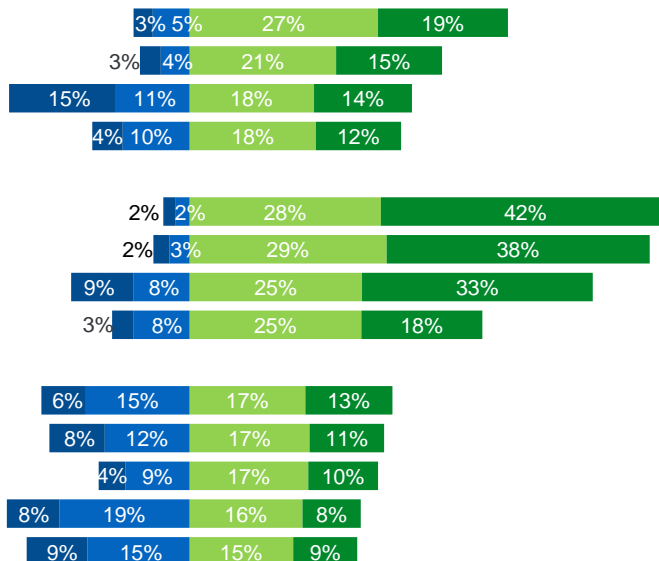
Lietuva yra puiki šalis investuoti

Lietuva labai skatina visuomenės lygybę

Lietuvoje aukštas pragyvenimo lygis

Lietuva yra puiki vieta gyventi ir dirbti

Nesutinka (1+2) ■ Sutinka (6+7)
Greičiau nesutinka (3) ■ Greičiau sutinka (5)

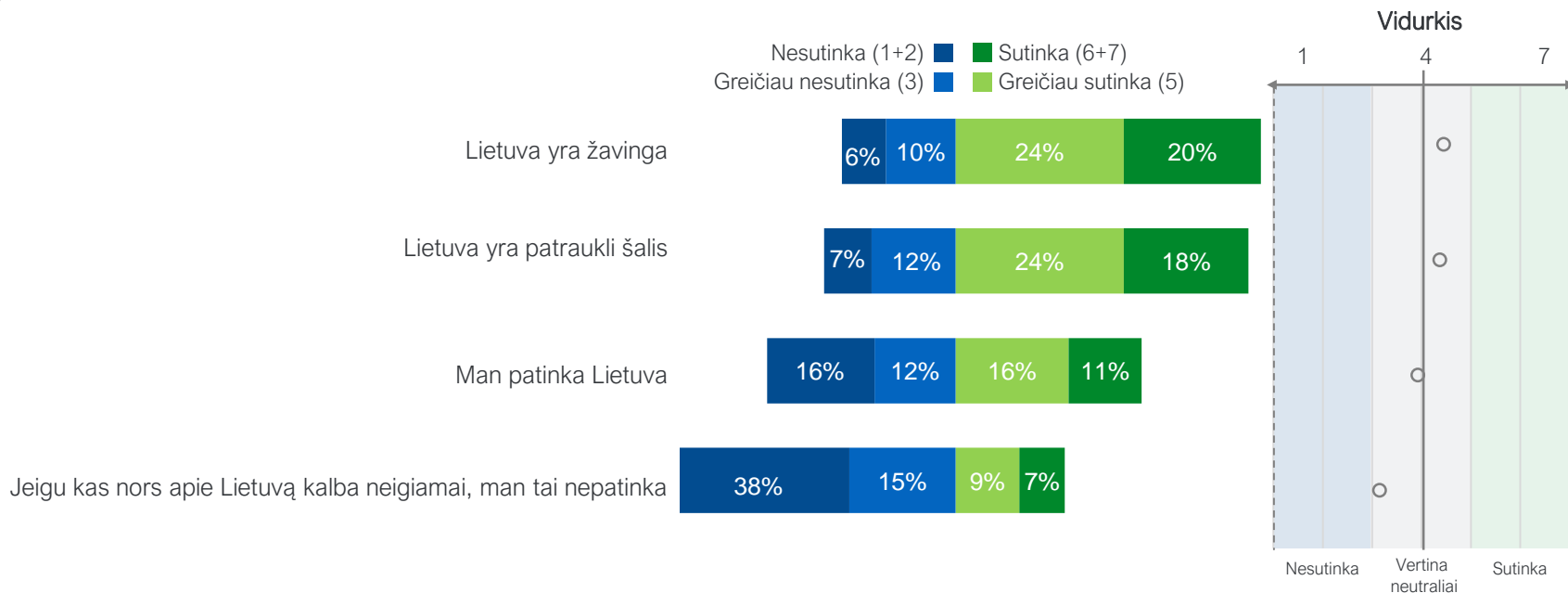


Skalė nuo 1 iki 7, kur 1 reiškia „visiškai nesutinku“, o 7 – „visiškai sutinku“

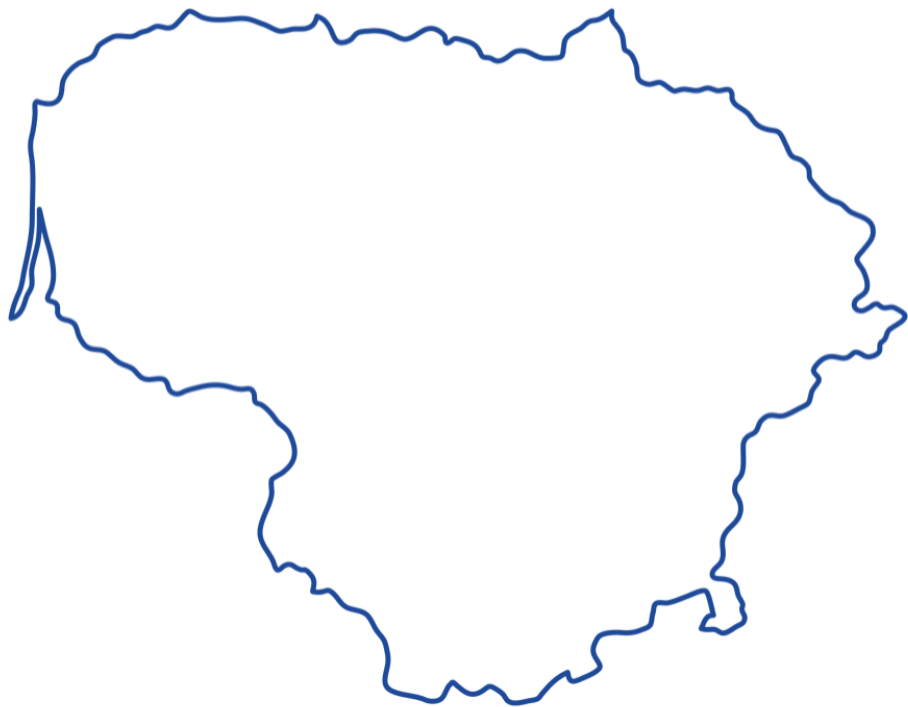
Šalies įvaizdis: bendras emocinis vertinimas

Toliau pamatysite keletą teiginių apie Lietuvą. Prie kiekvieno iš jų pažymėkite, kiek su juo sutinkate ar nesutinkate.

Panašiai kaip ir kitų dimensijų vertinimai, emocinis izraeliečių palankumas Lietuvai yra gana neutralus. Izraelio gyventojai kiek labiau sutinka su teiginiais, jog Lietuva – žavinga ir patraukli šalis. Tuo tarpu labiau linkę nesutikti su teiginiu, jog jiems nemalonu girdėti apie Lietuvą kalbant neigiamai.



Skalė nuo 1 iki 7, kur 1 reiškia „visiškai nesutinku“, o 7 – „visiškai sutinku“



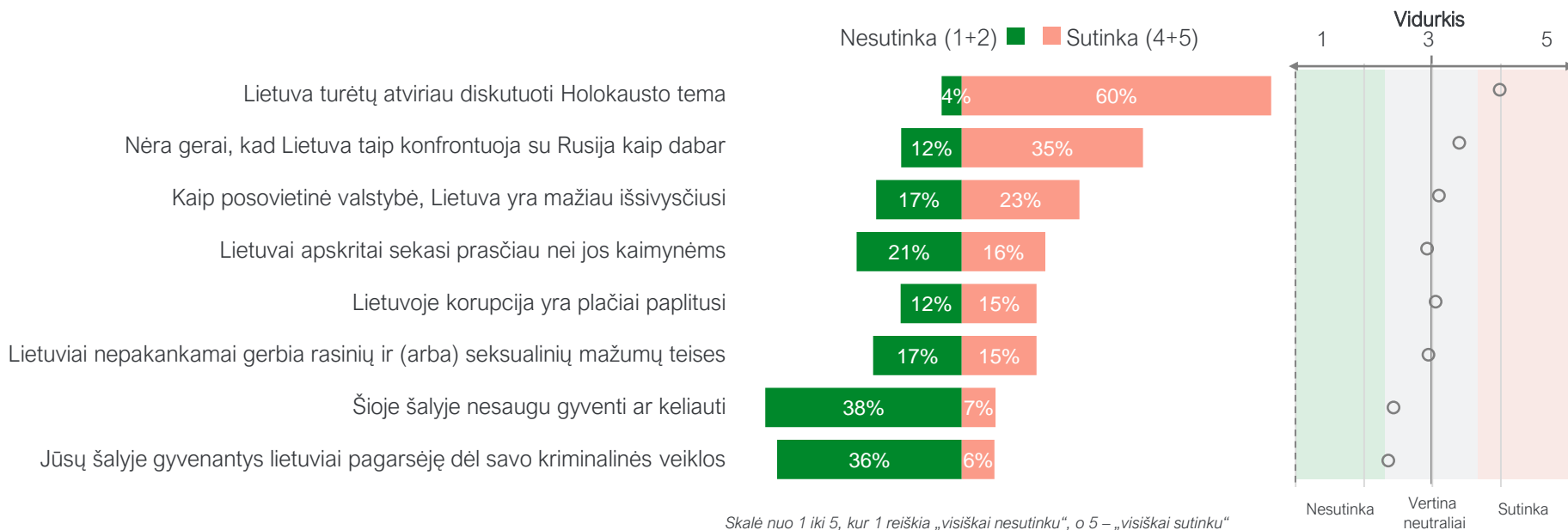
Kitų Lietuvos įvaizdinių aspektų vertinimas

Neigiamų temų, susijusių su
Lietuva, vertinimas, įvaizdinių
žinučių žinomumas ir
vertinimas, Lietuvos gyventojų
charakterio vertinimas

Neigiamų temų, susijusių su Lietuva, vertinimas

Toliau pateikiame keletą Lietuvai, kaip šaliai, jautrių temų. Ar sutinkate su šiais teiginiais?

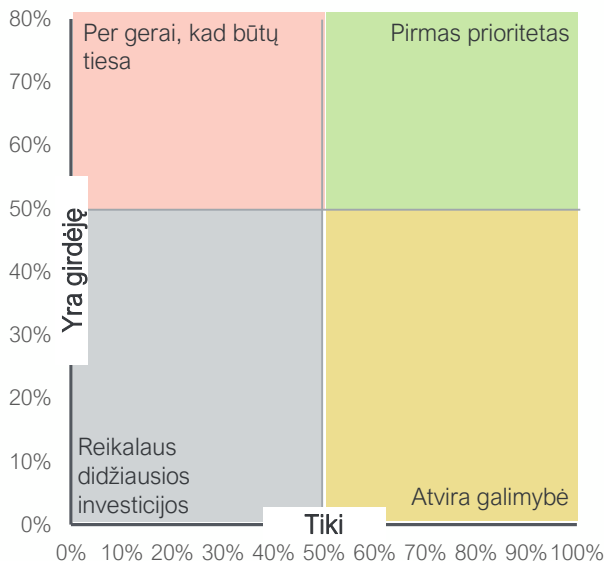
Kalbant apie jautrias Lietuvai temas, Izraelio gyventojai labiausiai sutinka su teiginiu, jog Lietuva turėtų atviriau diskutuoti Holokausto tema (60 proc.). Taip pat santykinai didesnei daliai izraeliečių atrodo, jog nėra gerai, kad Lietuva konfrontuoja su Rusija (35 proc.). Mažiausiai sutinkama su teiginiais, kad Lietuvoje nesaugu gyventi / keliauti bei kad Izraelyje gyvenantys lietuviai pagarsėję dėl savo kriminalinės veiklos.



Lietuvos įvaizdinių žinučių žinomumas ir vertinimas

Tai žinutės, kurias daug kas yra girdėjęs, tačiau jomis mažai tikima. Šios žinutės tikslinei auditorijai gali priminti „melagienas“, todėl šalies įvaizdžiui jos kenksmingos. Šių žinučių reikia atsisakyti: net jei tai tiesa, prireiks pernelyg daug resursų tuo įtikinti tikslinę auditoriją.

Tai žinutės, kuriomis mažai tikima ir jas tikslinė auditorija yra mažai girdėjusi. Šios žinutės turi mažiau potencialo šalies įvaizdžio komunikacijoje: jų sklaidai trukdys žemas ankstesnės komunikacijos (jei tokios būta) pasiekimas ir žemesnis įtikinamumas.



Šiomis įvaizdinėmis žinutėmis tiki ir jas yra girdėję daugiausiai tikslinės auditorijos atstovų. Tai žinutės, kurias reikia ir toliau plačiai komunikuoti, nes jos stiprina šalies įvaizdį.

Šios įvaizdinės žinutės įtikimos daugeliui žmonių, tačiau jos arba nebuvo plačiai komunikuojamos, arba nepasiekė savo adresato. Dėl pakankamo įtikimumo šios žinutės turi didesnį potencialą stiprinti šalies įvaizdį – jas bus lengviau įtvirtinti.

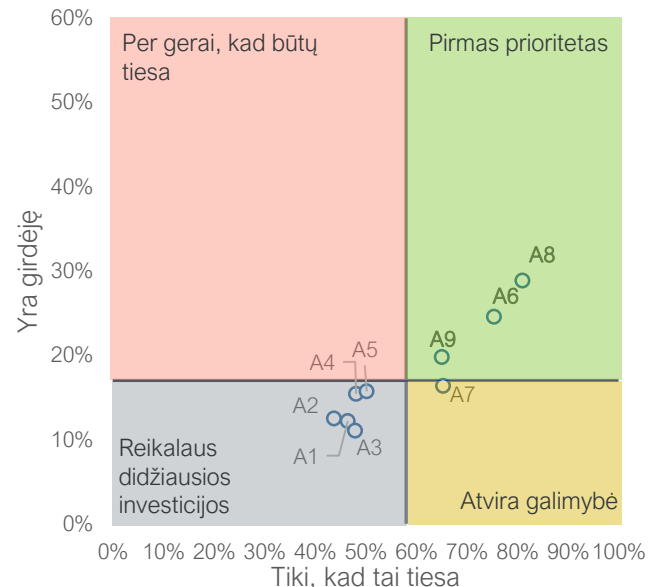
Lietuvos įvaizdinių žinučių žinomumas ir vertinimas

Pateikiame keletą teiginių apie Lietuvą. Prie kiekvieno iš jų atsakykite, ar esate apie tai girdėję ir ar tikite, kad tai tiesa, ar ne.

Iš Lietuvos įvaizdinių žinučių Izraelio gyventojams lengviau būtų patikėti žinutėmis apie tai, kad Lietuvoje galima patirti visus 4 metų laikus, taip pat apie Lietuvą kaip tausojančią aplinką ir skatinančią ekologiją šalį ir aukštą gyvenimo kokybę joje. Tuo metu žinutes apie greičiausią viešojo interneto tinklą, pažangą IT srityje, buvimą finansinių technologijų industrijos centru, lazerių technologijas ar didžiausią procentą aukštąjį išsilavinimą turinčių žmonių komunikuoti būtų sunkiau. Tikėtina, jog joms reikėtų daugiau pagrindimo, nes jomis patikinčių būtų mažiau.

Lietuvos įvaizdinės žinutės

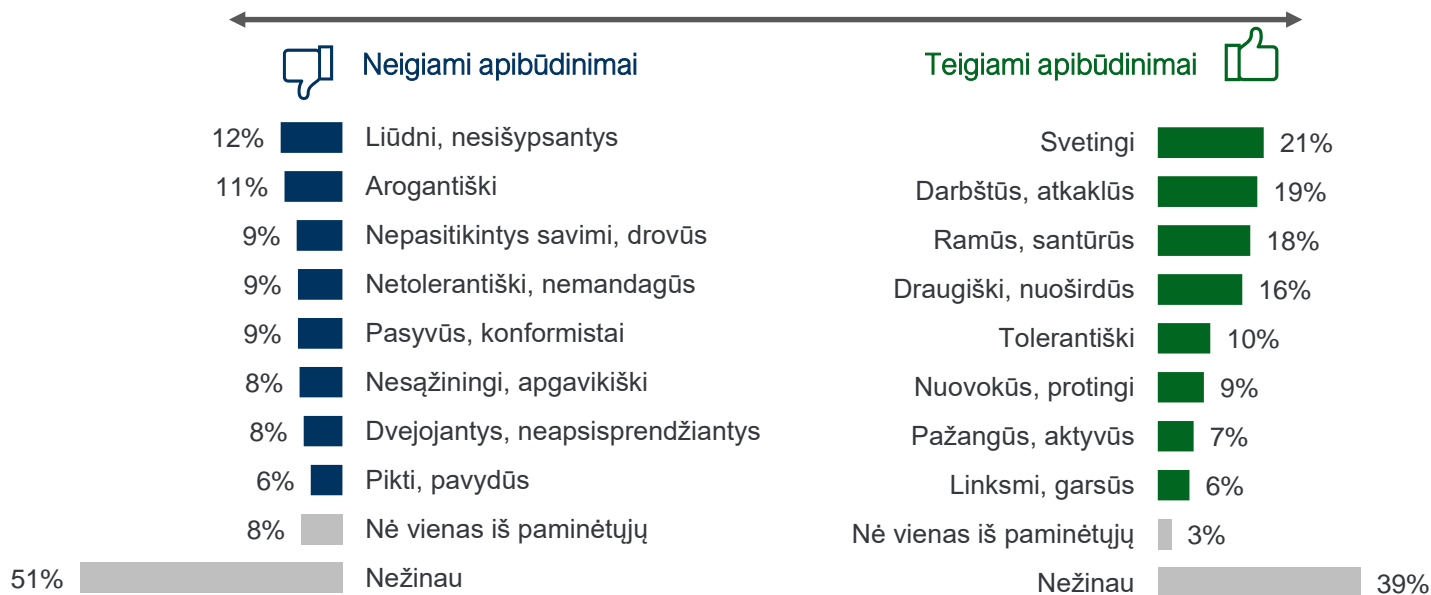
A1	Lietuva turi vieną greičiausių viešojo interneto tinklų pasaulyje
A2	Lietuva yra augantis <i>FinTech</i> (finansinių technologijų) industrijos centras Europoje
A3	Lietuvos gamintojai pirmąją mokslinių lazerio technologijų sektoriuje pasaulyje
A4	Lietuva yra novatoriška ir pažangi informacinių technologijų (IT) šalis
A5	Lietuvoje yra didžiausias žmonių su aukštuoju išsilavinimu procentas
A6	Lietuva yra ištis aplinką tausojanti šalis, skatinanti ekologiją visose srityse: perdirbimo, vartojimo, maisto ir gamtos
A7	Lietuvoje puiki pusiausvyra tarp inovacijų ir natūralumo
A8	Lietuvoje gali tikrai patirti visus 4 metų laikus: snieguotą žiemą, žydintį pavasarį, žalią vasarą ir spalvingą rudenį
A9	Lietuvoje aukšta gyvenimo kokybė: darbo ir laisvalaikio pusiausvyra, saugi ir sveika aplinka



Lietuvos gyventojų charakterio vertinimas

Kaip manote, kurie iš šių teigiamų / neigiamų aprašymų geriausiai apibūdintų lietuvius?

Vertindami lietuvių charakterio savybes, Izraelio gyventojai, nors ir retai minėjo neigiamas savybes, ryškiau priskyrė liūdnumą (12 proc.) bei arogancią (11 proc.). Apie pusė respondentų (51 proc.) teigė neturintys nuomonės. Iš teigiamų apibūdinimų penktadalis (21 proc.) respondentų, žinančių Lietuvą, paminėjo svetingumą. Dar panaši dalis apklausos dalyvių lietuvius apibūdino kaip darbščius ir atkaklius (19 proc.), ramius ir santūrius (18 proc.) ar draugiškus ir nuoširdžius (16 proc.) žmones.



Imtis: respondentai, žinantys Lietuvą, n=960

Kontaktai

Rūta Matulaitienė
KOG Institutas
Tyrimų ir įžvalgų vadovė

Tel. +370 6 4711639
Šaltinių g. 12, 03124 Vilnius
www.koginstitutas.lt