

Lietuvos patrauklumas investicijoms ir tarptautinei prekybai

Jungtinės Karalystės, Vokietijos, Švedijos, Danijos, Norvegijos
įmonių apklausa
2010 m. liepa - rugsėjis, N = 501

Tyrimas atliktas

Viešosios įstaigos „Investuok Lietuvoje“
užsakymu



Vilnius - 2010

Tyrimo metodika

- ◆ **Tyrimo laikas:** 2010 m. liepos 28 – rugsėjo 22 d.
- ◆ **Respondentų skaičius:** N = 501.
- ◆ **Tikslinė grupė:** asmenys, vadovaujančias pozicijas užimantys dideliuose verslo subjektuose/ įmonėse (turinčiuose ne mažesnę nei 50 mln. litų metinę apyvartą).
- ◆ **Duomenų bazė:** tyrimo metu buvo naudojama Dun & Bradstreet duomenų bazė (<http://www.dnb.com/us/>).
- ◆ **Apklauso būdas:** mišrus: respondentai apklausiami telefonu ir internetu. Respondentams buvo skambinama ir klausimynai internetu buvo siunčiami iš Lietuvos.
- ◆ **Interviu kalba:** anketa buvo išversta į anglų, vokiečių, danų, švedų, norvegų kalbas. Interviu telefonu vyko anglų ir vokiečių kalbomis. Internetu klausimynas respondentams buvo pateikiamas jų gimtąja ir anglų kalba.
- ◆ **Apklausa vyko:** Jungtinėje Karalystėje, Vokietijoje, Danijoje, Švedijoje, Norvegijoje.
- ◆ **Apklausta:** 24% aukštųjų technologijų, 43% paslaugų sektoriaus ir 33% tradicinių pramonės šakų įmonių.

2. Santrauka ir rekomendacijos

- 54% respondentų 5 šalyse mano, kad Lietuva yra patraukli šalis verslo plėtojimui ir dažniau tai nurodo tie respondentai, kuriems jau yra tekę pabuvoti Lietuvoje (67% respondentų).
- Investavimo prioritetai dažniausiai buvo siejami su rinkos dydžiu, todėl dažniausiai respondentai (46%) įvardindavo Lenkiją kaip patraukliausią verslo plėtrai šalį iš penkių Rytų ir Centrinės Europos šalių (Estijos, Latvijos, Lietuvos, Lenkijos, Čekijos). Antroje vietoje dažniausiai buvo minima Čekija (13%), trečioje – Lietuva (7%).
- Nauja, greitai auganti rinka, palankūs verslui kaštai, gera geografinė padėtis (tarp Rytų ir Vakarų) buvo spontaniškai įvardinti kaip pagrindiniai Lietuvos privalumai investicijoms ir tarptautinei prekybai. Šiuos tris privalumus nurodė daugiau negu 20% respondentų 5 šalyse.
- Trys spontaniškai dažniausiai vadinami pagrindiniai Lietuvos trūkumai investicijoms ir tarptautinei prekybai buvo maža ir silpna rinka (19% respondentų), prasta ekonominė padėtis (17%) bei kalbos problemos (11%). Kiek labiau iš kitų šalių išsiskyrė Vokietija, kurioje euro Lietuvoje nebuvimas buvo minimas kaip trūkumas dažniau nei kitose 4 šalyse, ir Jungtinė Karalystė, kurioje respondentai dažniau įvardindavo prastą informuotumą apie Lietuvą ir verslo aplinką joje. 2006 metais tiriant Lietuvos įvaizdį užsienyje¹ reprezentatyvi Jungtinės Karalystės (JK) gyventojų apklausa irgi parodė parodė, kad lyginant su kitomis šalimis, nedaug JK gyventojų galėjo atsakyti į klausimus apie Lietuvos investicinį patrauklumą, apie Lietuvos ekonomikos vystymąsi.
- Respondentai dažniau sutiko su tais teiginiais, kurie buvo mažiau susieti su verslo aplinka. Daugiau negu pusė respondentų visose 5 šalyse mano, kad Lietuvos istorija ir kultūra yra turtinga ir įdomi (65% respondentų), Lietuvoje žmonės yra draugiški,

¹ Tyrimas buvo atliktas 24 Europos Sąjungos šalyse ir 2 kaimyninėse ne Europos Sąjungos šalyse.

jais galima pasitikėti (60%), Lietuvos geografinė padėtis yra palanki tarptautinio verslo plėtrai (52%), Lietuva lengvai pasiekama (51%). Apie teiginius, labiau susietus su verslo aplinka (korupcijos lygis, mokesčių sistema, biurokratija, prekių ir paslaugų kokybė) daugiau nei pusė respondentų neturėjo nuomonės. 59% respondentų negalėjo pasakyti, ar Lietuvoje yra gera gyventi, 52% nežino, ar Lietuvoje sukurtos prekės ir paslaugos yra aukštos kokybės, 51% neturėjo nuomonės, ar biurokratija Lietuvoje nėra kliūtis vystyti verslą, 70% negalėjo atsakyti, ar Lietuvos mokesčių sistema yra palanki verslui, ir pan.

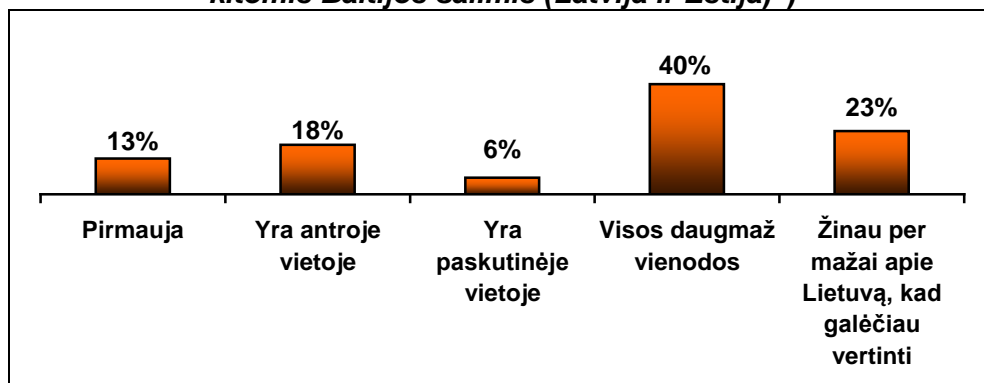
- Koreliacinė teiginių apie Lietuvą ir bendro šalies patrauklumo verslui vystyti vertinimo analizė parodė, kad didžiausią įtaką Lietuvos patrauklumui turi rinkos dydis. Tais atvejais, kai įmonėms Lietuvos rinka atrodo pakankamai didelė verslo plėtojimui, Lietuvos patrauklumas apskritai yra vertinamas geriau, ir priešingai, jei įmonėms Lietuvos rinka atrodo per maža, bendras Lietuvos patrauklumo vertinimas yra mažesnis. Tad siekiant padidinti Lietuvos kaip šalies verslui vystyti patrauklumą užsienyje ir siekiant pritraukti užsienio investicijų turėtų būti akcentuojamas rinkos dydis (didžiausia rinka Baltijos šalyse, nauja auganti rinka).
- Antras pagal svarbą verslo vystymo Lietuvoje patrauklumo veiksnys, remiantis koreliacine analize - ankstesnė konkrečios šalies verslininkų patirtis Lietuvoje. Todėl gerinant Lietuvos įvaizdį užsienio šalyse yra labai svarbu pateikti konkrečių šalių įmonių teigiamą patirtį, sėkmės istorijas.
- Trečias veiksnys - palanki Lietuvos geografinė padėtis (tarp Rytų ir Vakarų), kuri taip pat turėtų būti akcentuojama, kuriant patrauklų Lietuvos ekonominį įvaizdį užsienio šalyse.

Tyrimo rezultatai

Lietuvos palyginimas su kitomis Baltijos šalimis (Latvija ir Estija)

Siekiant iširti Lietuvos patrauklumą užsienio investicijoms ir tarptautinei prekybai, respondentų buvo prašoma palyginti Lietuvą su kitomis Baltijos šalimis: Latvija ir Estija.

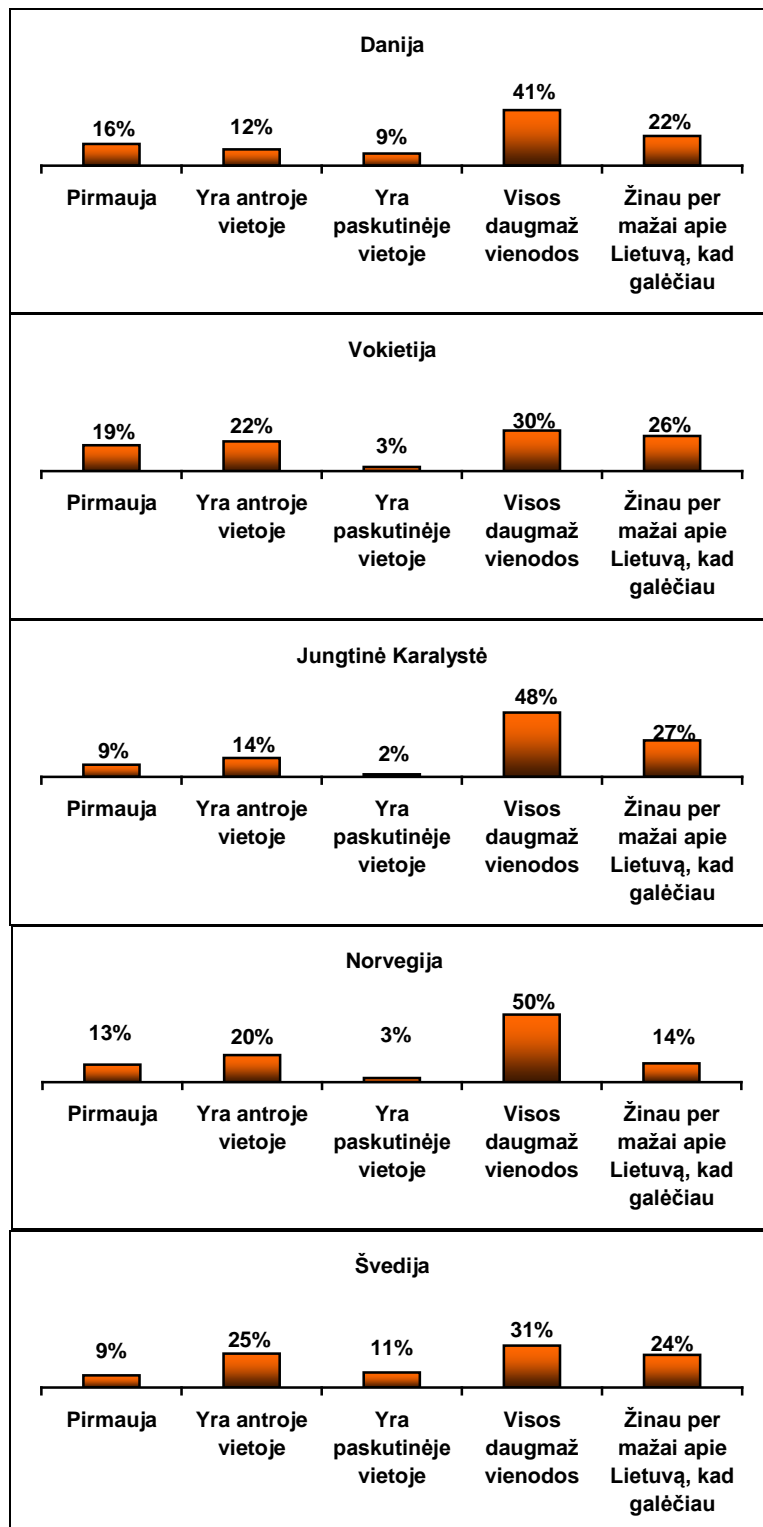
Pav. 1. Lietuvos palyginimas su kitomis Baltijos šalimis („Jūsų nuomone, Lietuva lyginant su kitomis Baltijos šalimis (Latvija ir Estija)“)



Dažniausiai respondentai nurodydavo, kad Baltijos šalys yra daugmaž vienodos – 40% (pav. 1.). Kad Lietuva pirmauja nurodė 13% apklaustųjų, 18% nurodė, kad Lietuva yra antroje vietoje. Tik 6% teigė, kad Lietuva yra paskutinėje vietoje.

Lyginant visų penkių šalių respondentų atsakymus, pastebima, kad atsakymai iš esmės yra ganėtinai panašūs: dažniausiai minima, kad visos Baltijos šalys yra daugmaž vienodos, dažniau pasirenkama, kad Lietuva yra antroje vietoje, negu nurodoma, kad ji pirmauja ar yra paskutinėje vietoje (pav. 2.). Tačiau yra ir tam tikrų skirtumų: nuo 14% iki 27% respondentų 5 šalyse nurodė, kad žino mažai apie Lietuvą. Mažiausiai apie Lietuvą žino, Jungtinės Karalystės (žino mažai apie Lietuvą- 27%) ir Vokietijos (žino mažai apie Lietuvą 26%) verslininkai. Norvegijoje pusė (50%), o Jungtinėje Karalystėje beveik pusė (48%) respondentų mano, kad visos Baltijos šalys yra daugmaž vienodos. Pozicionuojant/vertinant Lietuvą kitų Baltijos šalių atžvilgiu išsiskyrė Danija, kurioje teigiančių, kad Lietuva yra pirmoje vietoje, buvo daugiau nei tų, kurie Lietuvai priskirdavo antrą vietą. Vokietijoje buvo daugiausiai, lyginant su kitomis šalimis, suteikusių Lietuvai pirmą vietą tarp Baltijos šalių – 19%.

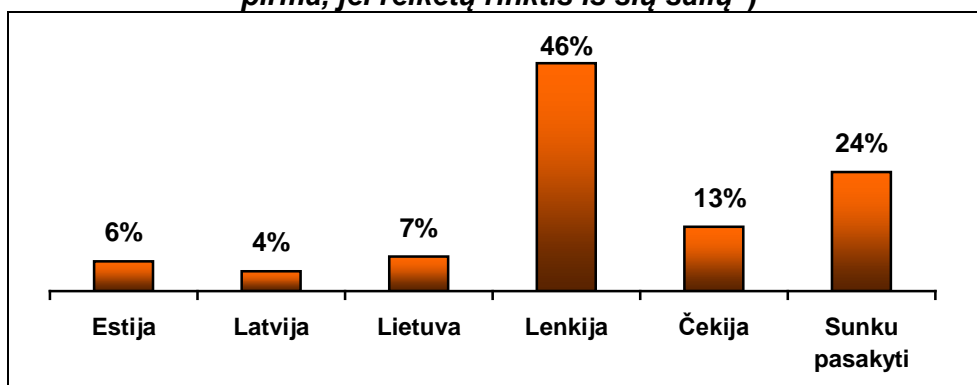
Pav. 2. Lietuvos palyginimas su kitomis Baltijos šalimis: vertinimai pagal šalis („Jūsų nuomone, Lietuva lyginant su kitomis Baltijos šalimis (Latvija ir Estija)“)



Šalies pasirinkimas verslo plėtrai

Anketoje respondentams buvo pateiktas klausimas apie tai, kokias šalis jie rinktųsi savo verslo plėtrai. Buvo vardinamos penkios Rytų ir Centrinės Europos šalys: Čekija, Estija, Latvija, Lenkija ir Lietuva.

Pav. 3. Šalies pasirinkimas verslo plėtrai („Kokią šalį savo verslo plėtrai rinktumėtės visų pirma, jei reikėtų rinktis iš šių šalių“)



Dažniausiai respondentai nurodė Lenkiją – 46% (pav. 3.), pabrėždami jos rinkos dydį:

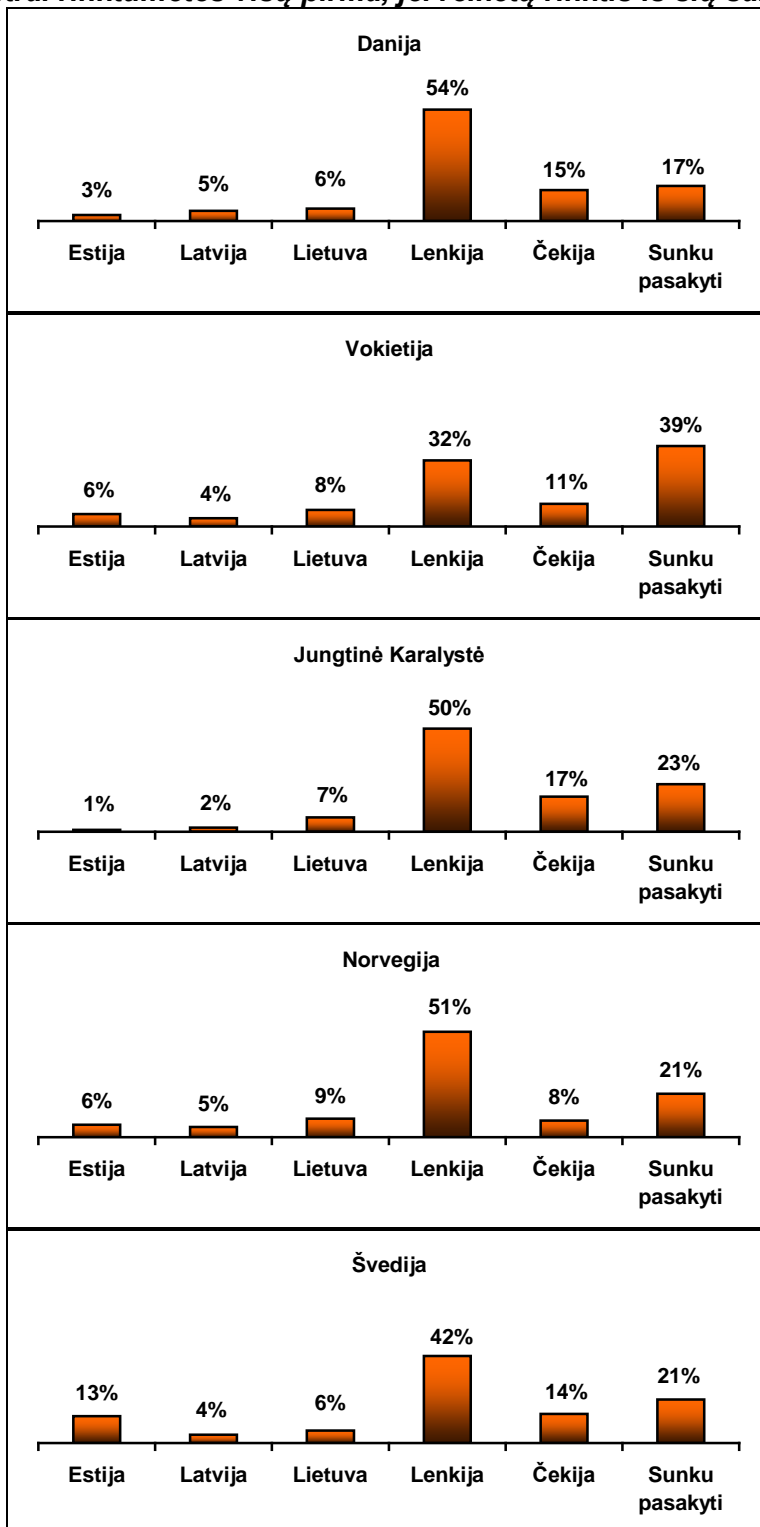
“Lenkijoje yra didelė ekonominė erdvė”.

“ Lenkijos rinka yra didžiausia”.

Antroje vietoje buvo minima antroji pagal rinkos dydį šalis – Čekija – 13%. Lietuva ir Estija buvo minimos panašiu dažnumu, atitinkamai 7% ir 6%, o Latviją įvardino 4%.

Analizuojant duomenis pagal šalis, matoma, kad dažniausiai Vokietijos respondentai negalėjo pasakyti nuomonės apie savo investicijų kryptį – 39% (pav. 4.). Mažiausiai neturinčių nuomonės šiuo klausimu buvo Danijoje – 17%. Tačiau visose šalyse kaip verslo plėtros šalis dominavo Lenkija. Čekiją paminėjo nuo 8% iki 17% respondentų įvairiose šalyse, dažniau ją minėdavo Jungtinės Karalystės (17%) ir Danijos (15%) respondentai, rečiau šią šalį rinkdavosi Norvegijos verslininkai – 8%. Baltijos šalis rinkosi žymiai mažiau respondentų, Lietuva paprastai būdavo pirma, kaip turinti didžiausią rinką, išskyrus Švedijoje, kur Estija buvo minima žymiai dažniau, nei Lietuva ar Latvija. Estija Švedijoje minima beveik tokiu pačiu dažnumu kaip Čekija (Estija – 13%, Čekija – 14%).

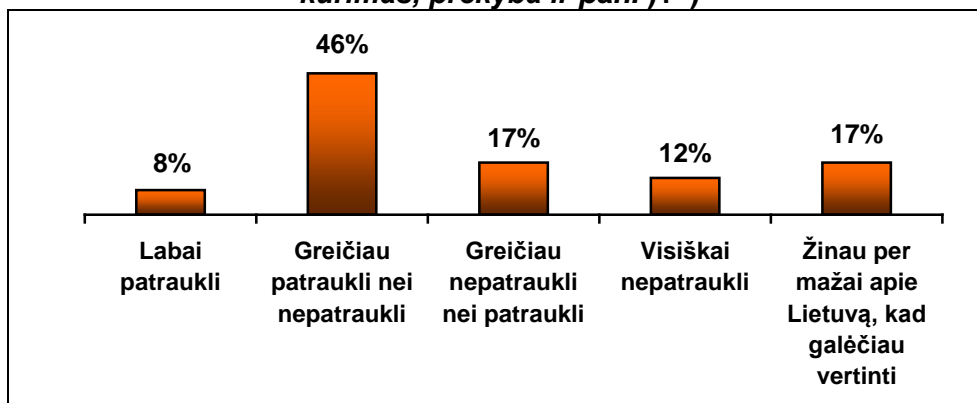
Pav. 4. Šalies pasirinkimas verslo plėtrai: vertinimai pagal šalis („Kokią šalį savo verslo plėtrai rinktumėtės visų pirma, jei reikėtų rinktis iš šių šalių“)



Bendras Lietuvos patrauklumas vystyti verslą

Respondentai gana palankiai vertino Lietuvos patrauklumą vystyti verslą: perkelti gamybą, steigti filialus, mokslinius centrus, logistikos centrus, užsiimti prekyba ir pan. (pav. 5.).

Pav. 5. Lietuvos patrauklumas vystyti verslą („Ar Lietuva yra patraukli šalis vystyti verslą (gamybos perkėlimas, filialų steigimas, mokslinių centrų vystymas, logistikos centrų kūrimas, prekyba ir pan.)?“)



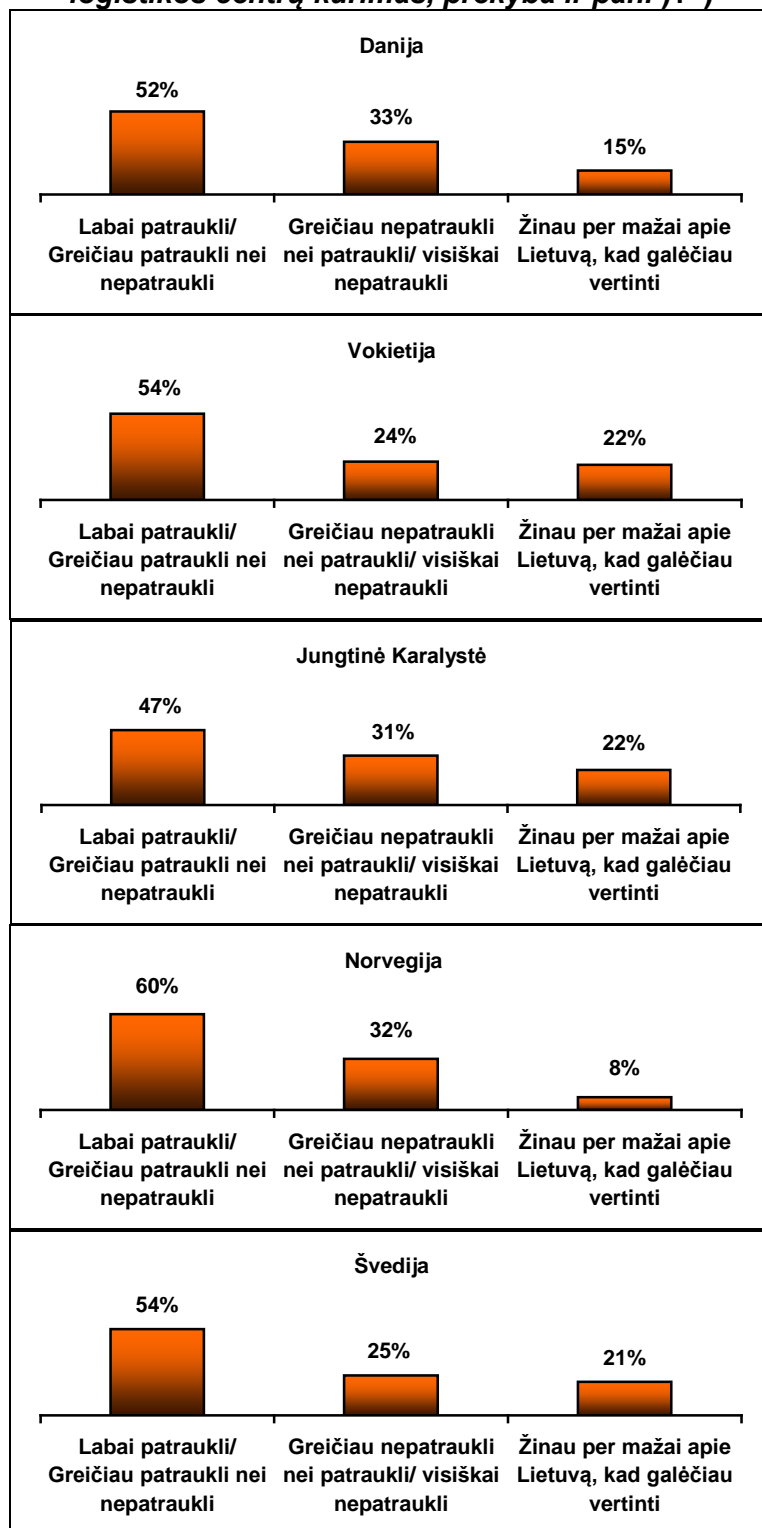
53 % respondentų nurodė, kad Lietuva yra labai patraukli arba greičiau patraukli nei nepatraukli šalis verslo vystymui. Respondentai dažniau rinkosi atsakymą „greičiau patraukli nei nepatraukli“ negu atsakymą „labai patraukli“. 29% apklaustųjų nuomone Lietuva yra „greičiau nepatraukli nei patraukli“ ir „visiškai nepatraukli“ vystyti verslą.

Analizuojant atsakymus pagal šalis, pastebima, kad Vokietijoje net 22% respondentų apibūdino Lietuvą kaip labai patrauklią šalį vystyti verslą.

Kiek mažiau teigiamų vertinimų (pav.6.) pateikė Jungtinės Karalystės verslininkai (47%), daugiau teigiamų vertinimų buvo tarp apklaustųjų Norvegijoje (60%). Palankesnius vertinimus dažniau pateikdavo tie respondentai, kurie yra buvę Lietuvoje (patraukli - 67%, nepatraukli 25%), negu tie, kurie niekada nėra lankęsi Lietuvoje (patraukli - 46%, nepatraukli 32%).

Nepalankių Lietuvai vertinimų dalis telpa į 24% - 33% intervalą.

Pav. 6. Lietuvos patrauklumas verslui vystyti: vertinimai pagal šalis („Ar Lietuva yra patraukli šalis vystyti verslą (gamybos perkėlimas, filialų steigimas, mokslinių centrų vystymas, logistikos centrų kūrimas, prekyba ir pan.)?“)

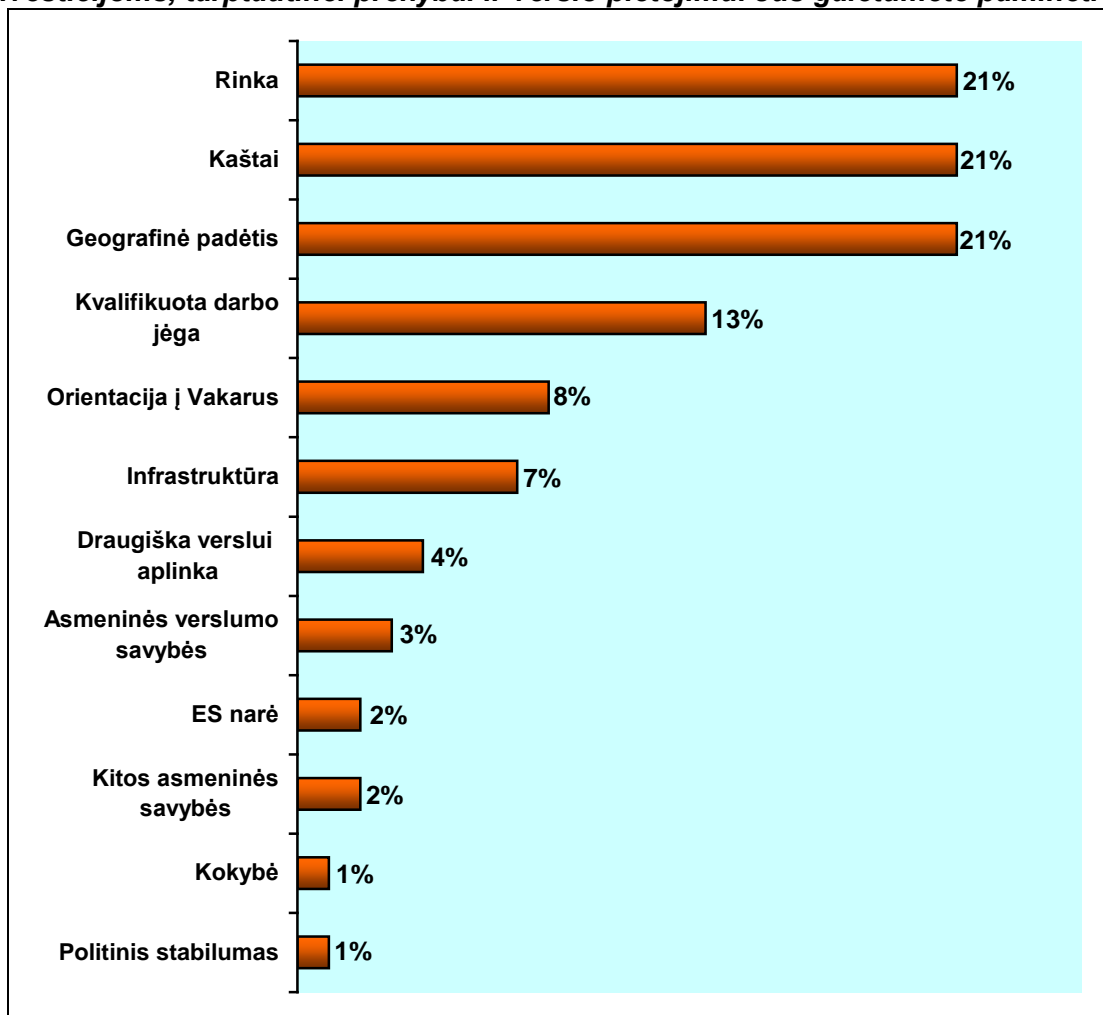


Pagrindiniai Lietuvos privalumai investicijoms, tarptautinei prekybai ir verslo plėtojimui

Vardindami pagrindinius Lietuvos privalumus investicijoms, tarptautinei prekybai ir verslo plėtojimui, dažniausiai respondentai nurodydavo (pav. 7.):

- **rinką** (21%): nauja, dar neužpildyta, greitai auganti ir didžiausia iš Baltijos šalių rinka;
- **kaštus** (21%): konkurencingas darbo užmokestis, nebrangios žaliavos, nedidelės gamybos sąnaudos, pigus pragyvenimas;
- **geografinę padėtį** (21%): tarp Rytų ir Vakarų (*“vartai į Rytus”*), arti respondento rezidavimo šalies.

Pav. 7. Lietuvos privalumai investicijoms, tarptautinei prekybai ir verslo plėtojimui (atviras klausimas, galimi keli atsakymai) („Kokius 3 pagrindinius privalumus Lietuvos kaip šalies investicijoms, tarptautinei prekybai ir verslo plėtojimui Jūs galėtumėte paminėti?“)



Taip pat buvo minima:

- **kvalifikuota darbo jėga** (13%): aukšta lietuvių kvalifikacija, išsilavinimas, geros anglų kalbos žinios;
- **orientacija į Vakarus** (8%): vakarietiška kultūra, istoriniai ryšiai su Vakarais, artimas vakariečiams mentalitetas;
- **infrastruktūra** (7%): geri keliai, ryšiai, transportavimas, logistika.
- **draugiška verslui aplinka** (4%): gera aplinka verslo vystymui, palanki mokesčių sistema, lengvatos investuotojams.

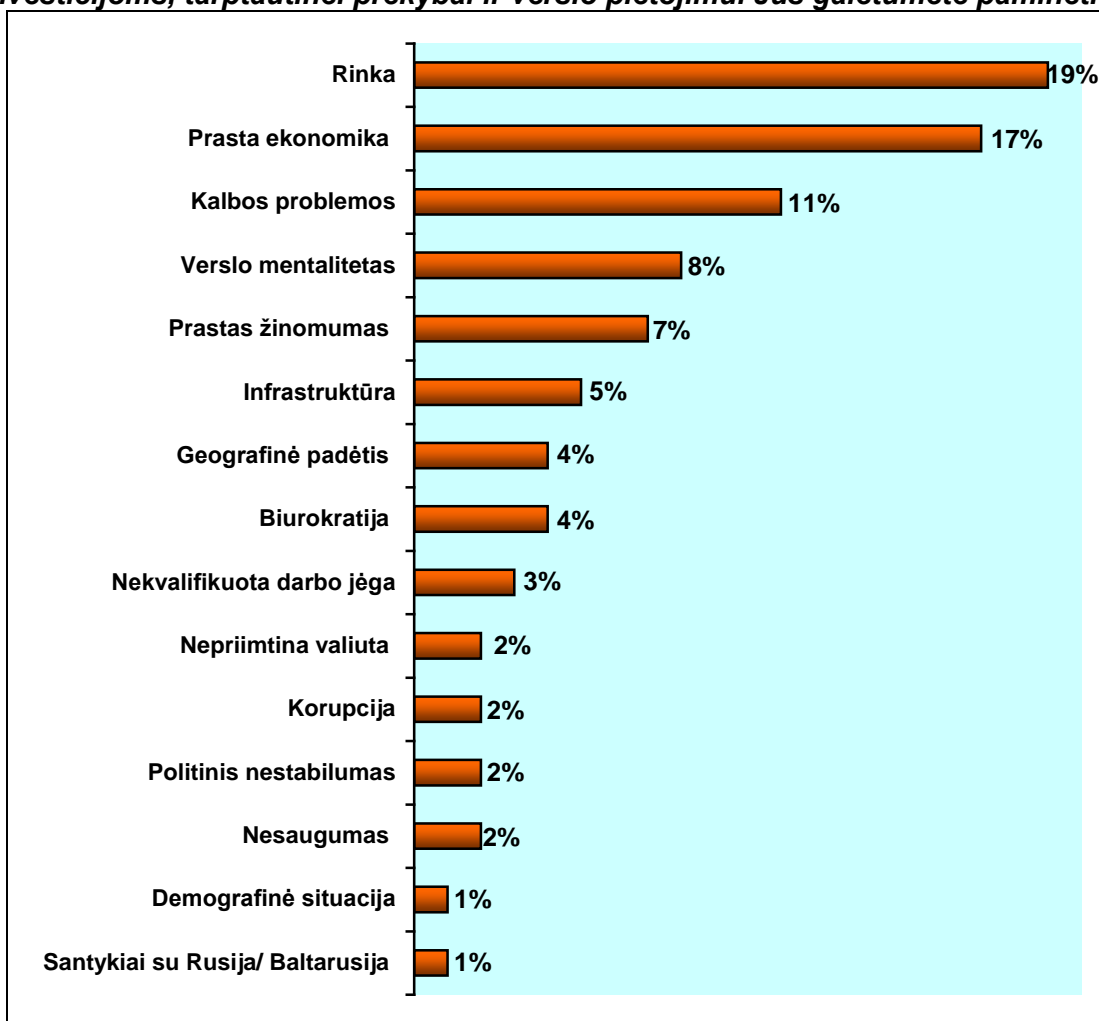
Pavieniai respondentai minėjo, kad lietuviai yra inovatyvūs, verslūs, lankstūs, darbštūs, sąžiningi, atviri, geri, simpatiški žmonės, o Lietuva yra ES narė.

Pagrindiniai Lietuvos trūkumai investicijoms, tarptautinei prekybai ir verslo plėtojimui

Respondentai spontaniškai dažniausiai minėjo du pagrindinius trūkumus, kalbėdami apie Lietuvos patrauklumą investicijoms, tarptautinei prekybai ir verslo plėtojimui (pav. 13.):

- **rinką** (19%): maža rinka, maža perkamoji galia;
- **silpna ekonomika** (17%): prastai išsivysčiusi, lyginant su Vakarų šalimis, ekonomika, kurią dar labiau susilpnino pasaulinė ekonominė krizė ir jos padaryta žala rinkai.

Pav. 13. Lietuvos trūkumai investicijoms, tarptautinei prekybai ir verslo plėtojimui (atviras klausimas, galimi keli atsakymai) („Kokius 3 pagrindinius trūkumus Lietuvos kaip šalies investicijoms, tarptautinei prekybai ir verslo plėtojimui Jūs galėtumėte paminėti?“)



Taip pat tarp Lietuvos kaip verslo rinkos trūkumų buvo minima:

- **kalbos problemos** (11%): sunkumai susišnekėti angliškai;

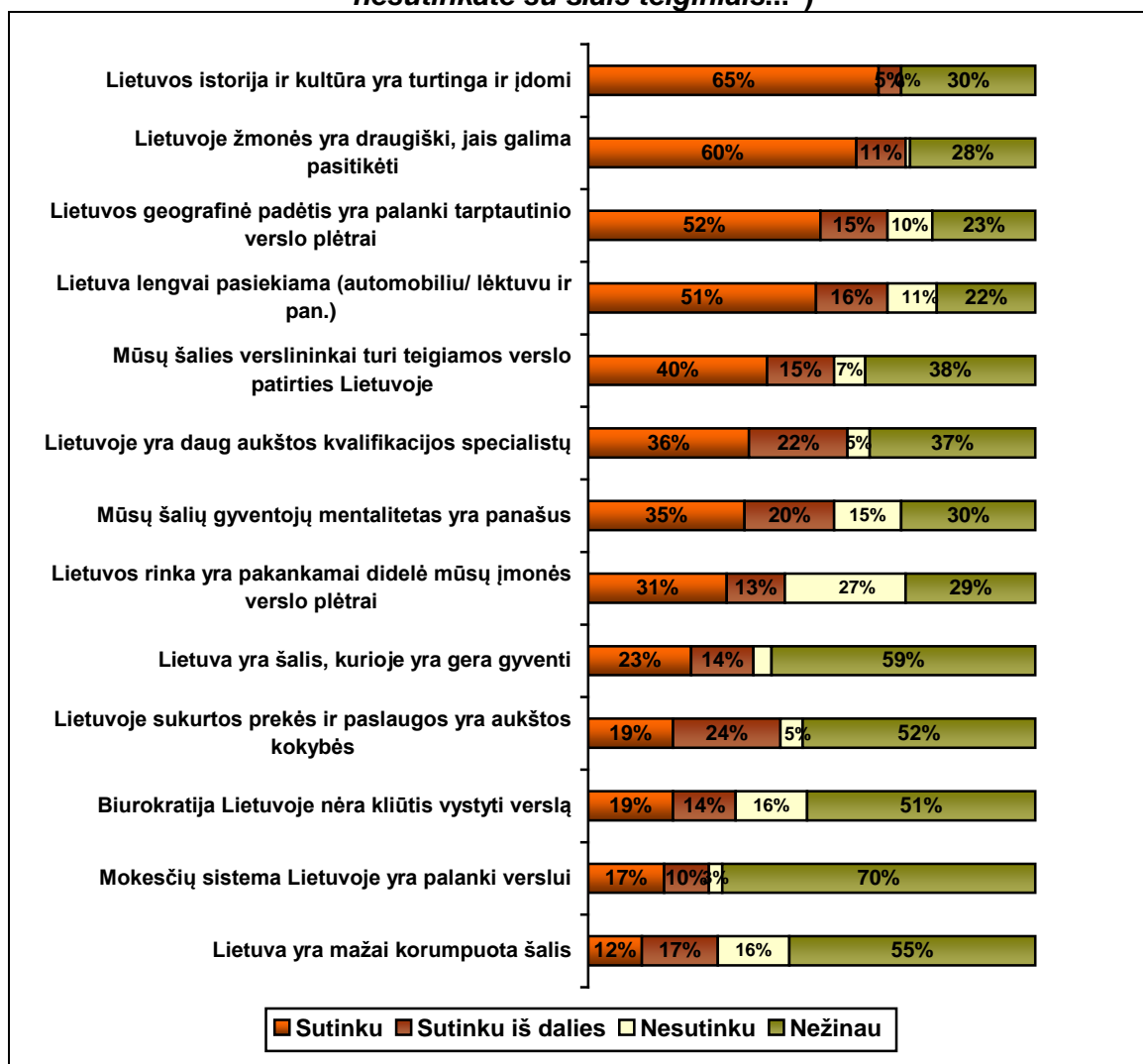
- silpna **verslo kultūra** (8%): prasta verslo etika, nesąžiningumas, socialistiniai darbo įpročiai, per trumpa laisvos šalies patirtis;
- **prastas žinomumas** (7%): per mažai prieinamos informacijos apie Lietuvą, verslo aplinką Lietuvoje, neišplėtoti ryšiai su respondentu rezidavimo šalimi;
- **infrastruktūra** (5%).
- **geografinė padėtis** (4%): toli nuo respondento rezidavimo šalies;
- **biurokratija** (4%): biurokratiniai sunkumai, įstatyminė bazė.

Pavieniai respondentai taip pat minėjo prastą lietuvių darbininkų kvalifikaciją, lėtumą, euro valiutos nebuvimą, korupciją, šalies politinį nestabilumą, nesaugumą, emigraciją, neišplėtotus santykius su Rusija, Baltarusija.

Teiginių apie Lietuvą vertinimas

Respondentams buvo pateikta 13 teiginių, apibūdinančių Lietuvą, ir buvo prašoma su kiekvienu iš jų arba sutikti, arba iš dalies sutikti ar nesutikti.

Pav. 19. Teiginių apie Lietuvą vertinimas („Pažymėkite, ar sutinkate, sutinkate tik iš dalies ar nesutinkate su šiais teiginiais..“)



Su keturiais teiginiais sutiko daugiau negu pusės respondentų visose 5 šalyse (pav. 19.):

- Lietuvos istorija ir kultūra yra turtinga ir įdomi – 65%;
- Lietuvoje žmonės yra draugiški, jais galima pasitikėti – 60%;
- Lietuvos geografinė padėtis yra palanki tarptautinio verslo plėtrai – 52%;
- Lietuva lengvai pasiekama (automobiliu/ lėktuvu ir pan.) – 51%.

Su kitais keturiais teiginiais sutiko tarp 31% ir 40% respondentų:

- Mūsų šalies verslininkai turi teigiamos verslo patirties Lietuvoje – 40%;
- Lietuvoje yra daug aukštos kvalifikacijos specialistų – 36%;
- Mūsų šalių gyventojų mentalitetas yra panašus – 35%;
- Lietuvos rinka yra pakankamai didelė mūsų įmonės verslo plėtrai – 31%.

Apie likusius teiginius išsakyti savo nuomonę respondentams buvo sunkiau, apie juos nieko negalėjo pasakyti daugiau nei pusė respondentų (51% - 70%). Su teiginiais sutiko:

- Lietuva yra šalis, kurioje yra gera gyventi: - 23%;
- Lietuvoje sukurtos prekės ir paslaugos yra aukštos kokybės: - 19%;
- Biurokratija Lietuvoje nėra kliūtis vystyti verslą: - 19%;
- Mokesčių sistema yra palanki verslui: - 17%;
- Lietuva yra mažai korumpuota šalis: - 12%.