



Lietuvos Respublikos Vyriausybės kanceliarija

**K O**  
**G**  
RINKODAROS IR  
KOMUNIKACIJOS  
MOKSLŲ INSTITUTAS



socialinių  
inovacijų  
institutas



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

**N** **norstat**

# **LIETUVOS ŽINOMUMO IR REPUTACIJOS TIKSLINĖSE UŽSIENIO ŠALYSE IR ŠALIES GYVENTOJŲ LIETUVOS VERTINIMO TYRIMAS**

**Pagilintų interviu su Lietuvoje  
gyvenančiais užsieniečiais tyrimo etapo  
rezultatų ataskaita**

**Vilnius, 2019**



Lietuvos Respublikos Vyriausybės kanceliarija



RINKODAROS IR  
KOMUNIKACIJOS  
MOKSLŲ INSTITUTAS



socialinių  
inovacijų  
institutas



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

**Perkančioji organizacija:** Lietuvos Respublikos Vyriausybės kanceliarija

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

**Dedikuota ekspertų grupė:** Ingrida Gečienė-Janulionė (SII), dr. Laima Nevinskaitė (SII), Ona Makauskaitė-Gudaitienė (KOG), dr. Eleonora Šeimienė (KOG), Rūta Matulaitienė (KOG), Sandra Kanopkaitė (SII)

**Tyrimo koordinatore:** Rūta Matulaitienė (KOG)

**Kontaktai:** UAB „KOG institutas“, Šaltinių g. 12, Vilnius. [info@koginstitutas.lt](mailto:info@koginstitutas.lt)



Lietuvos Respublikos Vyriausybės kanceliarija

**K O**  
**G**

RINKODAROS IR  
KOMUNIKACIJOS  
MOKSLŲ INSTITUTAS



socialinių  
inovacijų  
institutas



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

**N** **norstat**

## Turinys

1. TYRIMO APRAŠYMAS .....	4
2. TYRIMO REZULTATŲ APIBENDRINIMAS .....	7
BENDRAS LIETUVOS ŽINOMUMAS IR VERTINIMAS .....	7
LIETUVOS ĮVAIZDŽIO DIMENSIJOS .....	8
PALYGINIMAS SU KITOMIS ŠALIMIS REGIONE .....	11
LIETUVOS POZICIONAVIMO REKOMENDACIJOS .....	12
3. LIETUVOS ĮVAIZDIS LIETUVOJE GYVENANČIŲ UŽSIENIEČIŲ VERTINIMU: INTERVIU ANALIZĖ .....	13
BENDRAS LIETUVOS ŽINOMUMAS IR VERTINIMAS .....	13
DETALUS VERTINIMAS PAGAL PREKĖS ŽENKLO DIMENSIJAS .....	17
PALYGINIMAS SU KITOMIS ŠALIMIS REGIONE .....	33
LIETUVOS POZICIONAVIMO REKOMENDACIJOS .....	35
APIBENDRINANČIOS ASOCIACIJOS .....	38
PRIEDAI .....	41
1 PRIEDAS. INFORMANTŲ SĄRAŠAS .....	41
2 PRIEDAS. INTERVIU SCENARIJUS LIETUVIŲ IR ANGLŲ KALBA .....	43



Lietuvos Respublikos Vyriausybės kanceliarija



RINKODAROS IR  
KOMUNIKACIJOS  
MOKSLŲ INSTITUTAS



socialinių  
inovacijų  
institutas



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

## 1. Tyrimo aprašymas

**Tyrimo tikslai:** suprasti, kaip Lietuvoje gyvenantys užsieniečiai vertina Lietuvos įvaizdį ir komunikaciją pagal išskirtas prekės ženklo dimensijas; palyginti jų nuomonę prieš atvykstant į Lietuvą ir įgijus darbo bei gyvenimo Lietuvoje patirties; užfiksuoti pašnekovų rekomendacijas Lietuvos pozicionavimui.

**Informantai:** užsieniečiai, gyvenantys ir dirbantys Lietuvoje ne trumpiau nei 1 metus; užimamos pareigos – didžiausių įmonių vadovai ar antro lygio vadovai, verslo organizacijų arba asociacijų vadovai, ambasadoriai, išskirtų prekės ženklo dimensijų sričių ekspertai, verslo atstovai, pripažinti rinkodaros ekspertai.

**Imtis:** 15 informantų (sąrašas ir detalesnė informacija pateikiami 1 priede). Pagal pirkimo sąlygas, buvo privaloma atlikti interviu su 14 informantais (po 1 iš kiekvienos tikslinės užsienio šalies).

**Tyrimo metodas ir instrumentai:** pagilinti tiesioginiai (*face-to-face*) interviu, pagal Tiekėjo parengtą ir su Perkančiąja organizacija suderintą pagilintų interviu diskusijų scenarijų (2 priedas).

**Tyrimo laikotarpis:** 2019 m. vasario 25 d. – gegužės 3 d.

**Ataskaitos struktūra.** Ataskaitą, kurioje apibendrinami tikslinių šalių informantų pastebėti Lietuvos įvaizdžio dėsningumai, sudaro penki skyriai:

1. Bendras Lietuvos žinomumas ir vertinimas;
2. Detalus vertinimas pagal prekės ženklo dimensijas;
3. Palyginimas su kitomis šalimis regione;
4. Lietuvos pozicionavimo rekomendacijos (pateiktos tyrime dalyvavusių informantų);
5. Apibendrinančios asociacijos.

**Šalies įvaizdžio dimensijos.** Lietuvos įvaizdis analizuojamas pagal tyrimo techninėje specifikacijoje, remiantis Simonu Anholtu, išskirtas šešias šalies įvaizdžio dimensijas. Jau atliekant tyrimą, šios dimensijos buvo išskaidytos į siauresnes dalis, kad informantams būtų galima užduoti tikslesnius klausimus, pvz., atskiriant kultūrą ir sportą. Analizuojant duomenis, pastebėta, kad Lietuvos įvaizdis gali būti labai nevienodai vertinamas skirtingose tai pačiai dimensijai priklausančiose siauresnėse srityse, pvz., dimensijos „Investicijos ir migracija“ dėmuo „Investicijos“ paprastai vertinamas kaip stiprus, o „Migracija“ – kaip silpnas. Todėl ataskaitoje skirtingos dimensijų sritys yra aptariamoms atskirai, kad būtų galima susidaryti išsamesnį Lietuvos įvaizdžio stipriųjų ir silpnųjų dalių vaizdą. Bendra Lietuvos įvaizdžio dimensijų ir sričių klasifikacija, naudojama tyrime ir ataskaitoje:

1. **Užsienio ir vidaus politika, ekonomika** – žmonių nuomonė apie tos šalies kompetenciją ir sąžiningumą, taip pat jos įsipareigojimą prisidėti sprendžiant pasaulines problemas, pvz., saugumo, aplinkosaugos ir kt. Analizuojant, išskiriamas vertinimas pagal šias sritis:



- Užsienio politika – Lietuvos užsienio politikos žinomumas, tarptautinėje arenoje matomų vertybių vertinimas;
  - Vidaus politika – Lietuvos vidaus politikos žinomumas, nuomonė apie Lietuvos politinį stabilumą;
  - Ekonomika – nuomonė apie Lietuvos ekonomikos efektyvumą ir stabilumą.
2. **Eksportas** – žmonių įsivaizdavimas apie kalbamos šalies produktus ir paslaugas; kiek žmonės yra linkę rinktis ar vengti toje šalyje gaminamų produktų. Atliekant analizę, išskirtos dvi skirtingai vertintos sritys:
- Eksportas verslas klientui (*business to clients*) – Lietuvoje gaminamos prekės ir paslaugos, teikiamos galutiniams vartotojams;
  - Eksportas verslas verslui (*business to business*) – Lietuvoje gaminamos prekės ir paslaugos, teikiamos ne galutiniams vartotojams, o verslo klientams.
3. **Investicijos ir migracija** – suvokiamas šalies gebėjimas pritraukti kitų šalių gyventojus atvykti gyventi, dirbti ar studijuoti į šalį, bei nuomonė apie jos gyvenimo kokybę bei ekonominę aplinką. Išskiriamos skirtingai vertintos sritys:
- Investicijos – Lietuvos gebėjimas pritraukti finansines investicijas iš užsienio šalių, užsienio įmones steigti filialus Lietuvoje;
  - Migracija – Lietuvos gebėjimas pritraukti kitų šalių gyventojus atvykti ir kurti smulkų bei vidutinį verslą, dirbti samdomą darbą, studijuoti Lietuvos aukštosiose mokyklose.
4. **Gyventojai** – kaip vertinama tos šalies žmonių kompetencija, atvirumas, draugiškumas, tolerancija ir kt. savybės. Išskiriamos dvi skirtingai vertintos sritys:
- Gyventojai – Lietuvos gyventojų vertinimas asmeninių savybių ir profesinių kompetencijų aspektais;
  - Asmenybės – užsienio šalyse žinomi lietuviai ar lietuvių kilmės žmonės.
5. **Kultūra ir sportas** – žmonių nuomonė apie tos šalies paveldą bei šiuolaikinę kultūrą (kiną, muziką, meną, sportą, literatūrą). Išskiriamos sritys:
- Kultūra – Lietuvos kultūros tradicijų, įvairių meno sričių žinomumas ir vertinimas;
  - Sportas – Lietuvos sportininkų žinomumas ir vertinimas.
6. **Turizmas** – noro aplankyti tą šalį lygmuo, jos gamtos ir žmogaus sukurtų objektų patrauklumas turistams.

**Pastabos.** Ši ataskaita pristato pirmojo tyrimų „Lietuvos žinomumo ir reputacijos tikslinėse užsienio šalyse ir šalies gyventojų Lietuvos vertinimas“ etapo II dalies – kokybinių interviu su Lietuvoje gyvenančiais užsieniečiais, rezultatus. Daugumoje atvejų buvo apklausiami po vieną informantą, atstovaujantį konkrečią tikslinę šalį. Nagrinėjant tyrimo rezultatus ir ypač norint įvertinti šalių skirtumus, rekomenduojama taip pat remtis interviu su lietuviais, gyvenančiais užsienyje, ataskaita, bei šių dviejų tyrimų apibendrinamąją ataskaita. Šio tyrimo rezultatai bus pildomi ir gilinami tiek kitų pirmojo etapo tyrimo dalių kokybinių tyrimų metu (fokusuotos grupinės diskusijos su Lietuvos gyventojais), tiek antrojo etapo – kiekybinių tyrimų metu.



Lietuvos Respublikos Vyriausybės kanceliarija



RINKODAROS IR  
KOMUNIKACIJOS  
MOKSLŲ INSTITUTAS



socialinių  
inovacijų  
institutas



Dauguma interviu atlikti anglų kalba, citatos pateikiamos išverstos į lietuvių kalbą. Du informantai – vienas iš Vokietijos bei iš Prancūzijos – interviu metu kalbėjo lietuviškai, jų kalba pateikiama nedaug taisyta.



Lietuvos Respublikos Vyriausybės kanceliarija



RINKODAROS IR  
KOMUNIKACIJOS  
MOKSLŲ INSTITUTAS



socialinių  
inovacijų  
institutas



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

## 2. Tyrimo rezultatų apibendrinimas

Šioje dalyje pateikiamas Lietuvoje gyvenančių ir dirbančių užsienio piliečių tyrimo apie Lietuvos įvaizdžio ir komunikacijos vertinimą apibendrinimas. Kitoje dalyje pateikiama išsami tyrimo metu surinktų duomenų analizė.

### BENDRAS LIETUVOS ŽINOMUMAS IR VERTINIMAS

Lietuva yra palyginti mažai žinoma visose į tyrimą įtrauktose šalyse, tačiau **žinomumas nevienodas skirtingose šalių grupėse**:

1. **Kaimyninėse šalyse** (Latvijoje, Lenkijoje, Estijoje) puikiai žinoma geografinė Lietuvos padėtis ir sostinė, šiek tiek istorijos, keletas šalies aspektų;
2. **Kitose Europos šalyse** Lietuva žinoma daug mažiau, paprastai žinomi tik keli baziniai faktai (priklausymas ES, apytikslė geografinė padėtis ir pan.);
3. **Ne Europos šalyse** Lietuva visai nežinoma.

**Didesnį Lietuvos žinomumą skirtingose šalyse lemia** geografinis atstumas (kaimynystė) ir istorinės sąsajos, pavyzdžiui, Japonijoje (Č. Sugihara) ir Izraelyje (Lietuvos žydų istorija). Pastebima, kad Lietuvos žinomumas pagerėjo po šalies įstojimo į Europos Sąjungą (ES). Be to, per pastaruosius kelis metus kai kuriose šalyse ir visuomenės grupėse padidėjo teigiamas Lietuvos žinomumas dėl Lietuvos pasiekimų finansinių technologijų ir IT srityse.

Didelė dalis informantų **prieš atvykdami gyventi į Lietuvą mažai ką žinojo apie ją**, mažesnė dalis jau buvo buvę Lietuvoje ar žinojo apie šalį dėl ankstesnių darbo interesų. Nors daugelio nieko nežinojusių apie Lietuvą išankstiniai vertinimai buvo gana neigiami, Lietuva buvo siejama su posovietinės šalies įvaizdžiu, atvažiavus ir pagyvenus Lietuvoje lūkesčiai buvo gerokai viršyti. Lietuvą užsieniečiai vertina teigiamai dėl aukštos gyvenimo kokybės, ekologiškos aplinkos, gražaus ir patogaus gyventi Vilniaus bei daugelio kitų aspektų. Pastebima, kad Lietuva nuo Nepriklausomybės atgavimo laikų padarė labai didelę pažangą, tapo modernia europietiška šalimi.

Informantai ir jų tautiečiai **Lietuvą sieja su įvairiais regionais**: Baltijos ir Šiaurės šalimis (Prancūzija, Danija), Šiaurės ir Rytų Europa (Vokietija), Šiaurės Europa (Estija, Švedija), Baltijos šalimis ir Rytų Europa (Japonija, Kinija), Rytų Europa (Izraelis, Norvegija).

Pagrindiniai dabartiniai **Lietuvos įvaizdžio formavimo šaltiniai** (t. y. iš kur užsieniečiai sužino apie Lietuvą) yra žiniasklaida, nors joje informacijos apie Lietuvą yra palyginti nedaug; apsilankymas Lietuvoje darbo, studijų ar turizmo tikslais; pažįstami lietuviai, jų pasakojimai apie Lietuvą; parodos, tiksliniai Lietuvos pristatymai.



Lietuvos Respublikos Vykauosybės kanceliarija



RINKODAROS IR  
KOMUNIKACIJOS  
MOKSLŲ INSTITUTAS



socialinių  
inovacijų  
institutas



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

## LIETUVOS ĮVAIZDŽIO DIMENSIJOS

### Užsienio ir vidaus politika, ekonomika

**Užsienio politikos srityje** Lietuva daugiausia žinoma dėl jos griežtų pozicijų Rusijos atžvilgiu. Tokia Lietuvos pozicija dažniau vertinama teigiamai, tačiau paminėtas ir galimas kitoks požiūris, nes tai gali būti nesuprantama toms šalims, kurios Rusijos nemato kaip grėsmės (pvz., Danija) arba atrodyti kaip bereikalingas grėsmės eskalavimas. Dauguma informantų paminėjo, kad užsienio politikoje Lietuva žinoma dėl prezidentės D. Grybauskaitės (pavadinta „Grybauskaitės efektu“) ir jos aiškios pozicijos Rusijos ir kitais klausimais.

Daugelio šalių informantų **Lietuva buvo įvertinta kaip aktyvi tiek NATO, tiek ES narė**. Tai pasireiškia Lietuvos ir lietuvių išreiškiamu palankumu šioms organizacijoms, reikiamo dydžio indėliu į NATO biudžetą, kitų narystės kriterijų laikymusi. Akcentuota, kad ji sugeba vertingai prisidėti prie šių organizacijų, net turint galvoje nedidelį šalies dydį. Narystė NATO ir ES naudinga Lietuvos įvaizdiui bent dviem aspektais: suteikia saugumo investuotojų akimis, be to, narystė ES galima aktyviau panaudoti kuriant Lietuvos įvaizdį, pvz., parodant, kad Lietuva laikosi ES nustatytų kriterijų ir reikalavimų; trečiosioms šalims Lietuvos narystė ES palanki dėl geresnių verslo galimybių.

**Lietuvos vidaus politika** užsienyje nėra gerai žinoma. Net ir būdami Lietuvoje, dėl kalbos nemokėjimo daugelis informantų sakė atidžiai nesekantys Lietuvos politinės situacijos. Mažą žinomumą, nuoseklus įvaizdžio nebuvimą rodo ir tai, kad dalis respondentų neturėjo šiuo klausimu nuomonės, o kiti išskyrė vis kitokius jiems įstrigusius vidaus politikos aspektus: vieni minėjo mažiau profesionalų Seimo politikų darbą, palyginti su Lietuvos prezidente ir kitų šalių parlamentarais, kiti – mažesnį vidaus politikos stabilumą ir politikų nesutarimus, treči – tokias vidaus politikos neigiamas puses kaip korupcija ar populizmas.

**Lietuvos ekonomiką** informantai vertina kaip stiprią arba dar turinčią augimo potencialą. Pastebima, kad Lietuva padarė didelę pažangą nuo Nepriklausomybės atgavimo. Informantų nuomone, ekonomikos stiprumą rodo keletas dalykų: stabilus ekonomikos augimas; nedidelis namų ūkių įsiskolinimo lygis, palyginti su kitomis Vakarų Europos šalimis; didėjantis įmonių tarptautiškumas, potencialas konkuruoti su Vakarų šalių įmonėmis; šalies gebėjimas atsigauti po krizių. Vis dėlto pastebėta ir neigiamų Lietuvos ekonominės situacijos aspektų: didelė emigracija bei netolygus gerovės pasiskirstymas tarp skirtingų šalies grupių.

### Eksportas

Nemaža dalis informantų **negalėjo paminėti nė vieno plataus vartojimo produkto, kurį būtų žinoję prieš atvažiuodami į Lietuvą** (Danija, Norvegija, Japonija, JK, Vokietija, Švedija). Informantai iš kitų šalių (Latvija, Estija, Izraelis, Kinija, Prancūzija) paminėjo kai kuriuos jų šalyse parduodamus, galimai žinomus produktus, prekių grupes ar prekių ženklus: „Maxima“ (Latvija, Estija), „Senukai“, sūris „Džiugas“, šokoladai „Pergalė“ ir „Rūta“ (Latvija), pieno produktai (Izraelis, Kinija), specializuotose parduotuvėse matytas alus





Lietuvos Respublikos Vyriausybės kanceliarija



RINKODAROS IR  
KOMUNIKACIJOS  
MOKSLŲ INSTITUTAS



socialinių  
inovacijų  
institutas



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

(Prancūzija). Iš labiau specializuotų produktų paminėti lazeriai ir biotechnologijos, mediena, tačiau tikėtina, kad jie nežinomi plačiajai visuomenei.

Ne vienas informantas paminėjo, kad Lietuva jiems yra žinoma kaip šalis, kurioje gaminami ir jų šalyse parduodami produktai, bet nėra akcentuojama, kad jų kilmės šalis – Lietuva. Pavyzdžiui, minėti Lietuvoje gaminami „Ikea“ ir kiti baldai, Norvegijos slidžių gamintojas „Swix“, taip pat Norvegijos merino vilnos drabužių gamintojas „Devold“, Izraelio farmacijos koncernas „Teva“, turintys gamyklas Lietuvoje.

Informantai Lietuvoje „atrado“ **kokybiškus produktus, kuriuos galima vertinti kaip galimai turinčius potencialą jų šalyse**. Interviu dažniausiai minėti ekologiški, natūralūs, tiesiog kokybiški žemės ūkio produktai, ypač pieno ir mėsos gaminiai (Danija, Prancūzija, Japonija, Lenkija, Kinija), taip pat natūrali kosmetika (Japonija), baldai (Danija), tradiciniai rankų darbo (Švedija) ir gintaro (Kinija) gaminiai.

**Paslaugų srityje** Lietuva išsiskiria IT srities paslaugomis, greitu internetu, pažengusia skaitmenizacija. Be to, Lietuva žinoma kaip šalis, į kurią yra perkeltas paslaugų teikimas kitų šalių klientams – paslaugos verslas verslui (minėjo Švedijos, JK informantai).

### Investicijos ir migracija

Daugumai informantų **Lietuva atrodo kaip patraukli investicijoms šalis**. Lietuvos patrauklumą investicijoms lemia politinis stabilumas; artimumas Europai ir išvystytas logistikos sektorius; gera darbuotojų pasiūla (geras išsilavinimas, ypač technologinių mokslų srityje, ir kalbų mokėjimas); palyginti mažesni nei Vakarų Europoje darbuotojų atlyginimai; gera infrastruktūra šalyje; laisvosios ekonominės zonos. Teigiamai paminėtas VŠĮ „Investuok Lietuvoje“ darbas, padedant pritraukti stambiuosius investuotojus. Lietuvos patrauklumą investicijoms mažina: aukštos kvalifikacijos (ypač IT specialistų, inžinierių) ir žemos kvalifikacijos darbuotojų trūkumas; nepakankamai geras susisiekimas su kitomis šalimis oro transportu, geležinkeliu (reikalingu transportuoti kai kuriems gaminiams); biurokratija, pvz., tvarkant finansinius reikalus, steigiant įmonę ar turint reikalų su muitine, Migracijos tarnyba.

**Migracijos atžvilgiu**, Lietuva nėra patraukli imigracijai iš kitų šalių, bent jau Vakarų. Tačiau Lietuva ją aplankiusiems užsieniečiams dažniausiai palieka teigiamą įspūdį ir dažnas norėtų sugrįžti dar kartą. Čia gyvenantiems užsieniečiams Lietuva atrodo patraukli dėl aukštos gyvenimo kokybės (saugi, švari šalis, geras socialinis gyvenimas, draugiški žmonės); žemesnių kainų lyginant su daugeliu Vakarų šalių; Vilniaus, žavinčio savo grožiu, jaukumu, švara, draugiškumu ir kt.; gero maisto; nuostabios gamtos; kai kuriems imponuojančios skandinaviškos kultūros. Lietuvos patrauklumą atvykti gyventi ir kurti verslą ar dirbti samdomą darbą menkina mažesni nei daugelyje ES šalių atlyginimai; nepriimtina hierarchinė darbo kultūra; kalbos barjeras; tarptautinės darbo ir gyvenimo aplinkos trūkumas; kultūrinis uždumas, galintis apsunkinti užsieniečių integraciją; daug kliūčių sudaranti Migracijos tarnyba. Taip pat paminėtas mokyklų užsienio kalbomis, ypač ne anglų, trūkumas, galintis apsunkinti atvykimą gyventi su šeima. Pastebėta, kad nėra institucijos, kuri rūpintųsi smulkaus ar vidutinio verslo pritraukimu į Lietuvą.



Lietuvos Respublikos Vyriausybės kanceliarija



RINKODAROS IR  
KOMUNIKACIJOS  
MOKSLŲ INSTITUTAS



socialinių  
inovacijų  
institutas



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

**Studentams iš užsienio** Lietuva gali būti patraukli keliose studijų srityse – paminėtos medicina, techninių sričių studijos. Lietuva neatrodo patraukli studijoms dėl menkesnės arba ne geresnės nei kitur studijų kokybės, nors šiuo klausimu nuomonės nesutapo: iš vienos pusės, kokybė vertinta kaip prasta, iš kitos, teigta, kad ji priklauso nuo konkretaus universiteto. Lietuvos universitetai taip pat gali atrodyti nepatrauklūs dėl pasenusio mokymo būdo, paremto vienakrypte komunikacija.

## Gyventojai

Gyventojus galima laikyti **viena stipresnių Lietuvos įvaizdžio sričių**. Darbo aplinkoje lietuviai įvardijami kaip išsilavinę, darbštūs, punctualūs, nebijantys pokyčių, greitai prisitaikantys, orientuoti į rezultatą darbuotojai. Kalbant apie darbo kultūrą pastebima, kad lietuviams, ypač vyresnio amžiaus, vis dar reikia „nurodymų iš viršaus“, neretai lietuviai matomi kaip individualistai, sunkiai pripažįstantys, kad jiems reikia kitų pagalbos. Kalbant apie neigiamas lietuvių savybes pastebimas jautrumo aplinkai, socialinės atsakomybės stygius, taip pat lietuviams būdingas nepilnavertiškumo jausmas, uždarumas, tolerancijos trūkumas, per didelis kuklumas. Tačiau pastebima, kad ši nuostata po truputį silpnėja.

Bene geriausiai žinoma **Lietuvos asmenybė** yra šalies prezidentė Dalia Grybauskaitė. Kitos informantų paminėtos asmenybės yra sportininkai (krepšininkai Šarūnas Marčiulionis, Arvydas Sabonis, Jonas Valančiūnas, kitų sporto sričių atstovai: Virgilijus Alekna, Benediktas Vanagas, Rūta Meilutytė), politikai ir buvę šalies vadovai (Algirdas Brazauskas, Valdas Adamkus, Vytautas Landsbergis), menininkai (Mikalojus Konstantinas Čiurlionis, Stasys Eidrigėvičius, Mirga Gražinytė-Tyla, Šarūnas Bartas, Antanas Sutkus, Oskaras Koršunovas, Eimuntas Nekrošius).

## Kultūra ir sportas

Vertinant **Lietuvos kultūrą**, dažniausiai čia gyvenančių užsieniečių dėmesį atkreipia Lietuvoje vykstantys renginiai, žavintys išsaugotomis senosiomis tradicijomis, santykiu su gamta, tautinės tapatybės išraiška. Tai ir tradicinės lietuvių šventės, pvz., Joninės, Kaziuko mugė, Dainų šventė, ir valstybinių švenčių (Vasario 16 d., Kovo 11 d.) minėjimai, kurių metu atsiskleidžia lietuvių patriotiškumas, žmonių ir šalies vieningumas.

Taip pat žinomos šios meno sritys ir kūrėjai:

- Dailė – kai kuriose šalyse eksponuojami lietuvių dailininkų darbai, žinomas Mikalojus Konstantinas Čiurlionis ir jo kūryba;
- Muzika (šiuolaikinė ir liaudies) – minėti tokie šiuolaikiniai atlikėjai kaip Jurgis Didžiulis, Ten Walls, taip pat lietuviškos sutartinės. Minimi ir muzikos festivaliai, pavyzdžiui, Gatvės muzikos festivalis;
- Tradiciniai amatai, rankų darbo gaminiai;
- Kulinarinis paveldas – žmonės domina tradicinė ir moderni Lietuvos virtuvė;
- Kinas, teatras – tačiau, kalbant apie lietuvišką kiną ir teatrą, minimas kalbinis barjeras.

**Sporto srityje** Lietuvą labiausiai garsina krepšininkai ir jų pasiekimai. Ypač gerai žinomas Arvydas Sabonis.



Lietuvos Respublikos Vyriausybės kanceliarija



RINKODAROS IR  
KOMUNIKACIJOS  
MOKSLŲ INSTITUTAS



socialinių  
inovacijų  
institutas



## Turizmas

Lietuvoje gyvenančius užsieniečius **Lietuvos gamta** traukia savo natūralumu, ramybe, galimybe pabūti vienuoje. Lietuva matoma kaip **šalis, itin tinkama savaitgalio kelionėms**. Tarp kalbintų užsieniečių geriausiai žinomi, juos žavintys **Lietuvos turizmo objektai** yra Vilniaus senamiestis, jo architektūra, bažnyčios. Kaunas paminėtas kaip mažai žinomas, tačiau turintis daug potencialo, įdomus savo architektūra. Birštonas ir Druskininkai traukia ramia, atsipalaiduoti leidžiančia atmosfera. Taip pat minimos ir kitos unikalios vietos: Trakai, Kuršių nerija, Kryžių kalnas, piliakalniai. Atkreipiamas dėmesys į bažnyčių gausą ir įvairovę visoje Lietuvoje, ne tik Vilniuje. Taip pat minimos kavinės, restoranai. Užsieniečius džiugina didelis maitinimo įstaigų pasirinkimas, maloni atmosfera ir aptarnavimas, maisto kokybės ir kainos santykis.

### Kiti potencialą turintys turistiniai objektai ir galimybės:

- Ekologiškas ir tvarusis turizmas – reikėtų panaudoti natūralios, švarios gamtos išteklius. Atkreipiamas dėmesys, kad Lietuvoje švaru, mažiau taršos, nėra transporto kamščių, beveik nepaliesta gamta;
- Patirčių turizmas, pvz., skrydžiai oro balionais;
- Muzikos koncertai ir festivaliai;
- Edukaciniai užsiėmimai, pvz., šakočio kepimas.

**Lietuvos turizmo infrastruktūra įvardinama kaip pakankamai gera**, teigiamai vertinamos apgyvendinimo galimybės, geras kainos ir kokybės santykis. Teigiamai vertinama, kad visą informaciją lengva rasti internete. Visgi pastebima ir tobulintinų infrastruktūros aspektų: trūksta pigių tiesioginių skrydžių į Lietuvą, galimybės iš kaimyninių šalių atvykti traukiniu; turistams ne visada patogus susisiektis šalies viduje. Taip pat minimi nepakankamai lankytojų poreikiams pritaikyti viešieji tualetai, mažai neįgaliesiems pritaikytų objektų, informacijos anglų k. trūkumas.

## PALYGINIMAS SU KITOMIS ŠALIMIS REGIONE

**Lietuva dažniausiai lyginama su Latvija, Estija ir Lenkija**. Šios šalys įvardijamos kaip pagrindinės Lietuvos konkurentės regione. Baltijos šalys dažnai suvokiamos kaip vienas regionas ir painiojamos tarpusavyje. Kalbant apie šalių skirtumus minima religija, etninė sudėtis, dydis, dėl kurio Lietuva gali pasiūlyti daugiau galimybių verslo ar turizmo srityje, gyventojų charakteris (lietuviai, lyginant su estais, matomi kaip lankstesni, šiltesni).

**Bendro žinomumo prasme Lietuva nusileidžia Latvijai ir Estijai**. Turizmo srityje Lietuva taip pat mažiau žinoma nei Latvija ir Estija, sunkiau pasiekama, bent jau lyginant su Latvija. Visgi išsakoma ir kita nuomonė, kad Estija pradeda prarasti pozicijas turizmo srityje. Vertinant verslo sritį teigta, kad Lietuva yra aplenkusi Latviją ir priartėjusi ar net pasivijusi Estiją. Lietuva vertinama kaip palankesnė investicijoms šalis



Lietuvos Respublikos Vyriausybės kanceliarija



RINKODAROS IR  
KOMUNIKACIJOS  
MOKSLŲ INSTITUTAS



socialinių  
inovacijų  
institutas



nei kitos Baltijos šalys dėl palankesnių sąlygų gamybai, geresnės verslo kultūros (lyginant su Latvija), išvystytos verslo ekosistemos (ankstesnės investicijos, žmonės).

Aptariant Lietuvos konkurenciją su Latvija ir Estija, pabrėžiama idėja, kad **Baltijos šalys turėtų bendradarbiauti, prisistatydamos pasauliui**. Palankiausia sritis bendradarbiauti yra turizmas. Tačiau toks bendradarbiavimas nėra palankus verslo srityje, siekiant pritraukti investicijas, tarptautinius talentus.

### LIEUVOS POZICIONAVIMO REKOMENDACIJOS

Bendra informantų pateikta rekomendacija yra **išgryninti Lietuvos įvaizdį ir pasauliui norimą išsiųsti žinutę**. Svarbu, kad išgryninta žinutė ne tik būtų komunikacinis pranešimas, bet ir atspindėtų Lietuvos tapatybę. Taip pat patariama lietuviams atsikratyti kuklumo, pradėti didžiuotis savo šalimi, nebijoti ja girtis ir drąsiau reklamuotis.

Tarp **siūlomų komunikacinių priemonių** paminėta galimybė panaudoti **nuomonių lyderius**, suteikiant jiems galimybę apsilankyti Lietuvoje. Komunikuojant reikėtų ne tik informuoti, pateikiant faktus, bet **pasakoti istorijas**, išgryninti Lietuvos „vertės pasiūlymą“, panaudoti sėkmės istorijas, konkrečių asmenų ir įmonių pavyzdžius. Komunikacijai galima intensyviau panaudoti **oro uostą**, siekiant įtvirtinti išvykstančių teigiamą įspūdį apie Lietuvą ir paskatinti juos skleisti žinių apie Lietuvą grįžus namo.

Verslo srityje paminėta ir nekomunikacinė priemonė – **mokesčių iniciatyvos**, siekiant paskatinti įmones pritraukti aukštos kvalifikacijos užsienio darbuotojus. Tai padėtų transformuotis iš gamybos link finansinių technologijų, inžinerijos ir pan. sričių.

### Pasiūlytos rekomendacijos dėl Lietuvos komunikacijos turinio ir šalies pozicionavimo:

- Kelių šalių informantai išskyrė **ekologiją** kaip Lietuvos pozicionavimo galimybę;
- Kiti informantai kalbėjo apie įvairių teigiamų aspektų akcentavimą, kurie priklauso nuo tikslinės grupės – komunikaciją apie palankias gamybos ir verslo sąlygas, išsilavinusius darbuotojus, Vilniaus kavinių kultūrą ir kt.;
- Išsakyta nuomonė, kad reikėtų akcentuoti teigiamus **dabartinės šalies situacijos** aspektus, o ne istoriją; vis dėlto, pristatant istoriją, siūloma akcentuoti senesnę Lietuvos istoriją iki Nepriklausomybės atkūrimo, Lietuvos vaidmenį Europos istorijoje;
- Silpninti Lietuvai nepalankias sąsajas su Rytų Europa; pateikti Lietuvą kaip geografinį Europos centrą ir sieti ją su **Centrine Europa, arba Šiaurės Europa, arba tiesiog Europa** (tolimesnėse šalyse);
- Atkreipti dėmesį į **Lietuvoje tvyrantį dinamiškumą, atvirų galimybių jausmą**.



### 3. Lietuvos įvaizdis Lietuvoje gyvenančių užsieniečių vertinimu: interviu analizė

#### BENDRAS LIETUVOS ŽINOMUMAS IR VERTINIMAS

##### 1. Lietuvos žinomumas ir stereotipai

Lietuvos žinomumas tikslinėse šalyse. Lietuva yra mažai žinoma visose į tyrimą įtrauktose šalyse, tačiau šis žinomumas šiek tiek skiriasi:

1. **Kaimyninėse šalyse (Latvijoje, Lenkijoje, Estijoje) puikiai žinoma geografinė Lietuvos padėtis ir sostinė, šiek tiek istorijos bei žinomi keletas šalies aspektų:** „visi estai žino „Ereliuką“ (dviratį) ir Klaipėdą, dėl pliažo. Tai viskas“ (Estija), „žino, kur yra Lietuva, žino, kad yra krepšinio komanda „Žalgiris“, <...> bet iš verslo pusės, nemanau, kad žino daug, daugiau kas žinoma iš ankstesnės kartos kaip „Snaigė“, „Šilelis“ ir panašiai“ (Latvija).
2. **Kitose tirtose Europos šalyse Lietuva žinoma daug mažiau, tik keli baziniai faktai (priklausymas ES, kur daugmaž geografiškai yra ir pan.):** „jei atvirai, paprasti danai nežino Lietuvos ir nežino, ko tikėtis“ (Danija), „trumpas atsakymas būtų – [žino] labai mažai <...> žino, kad tai ES šalis, NATO šalis. Bet prieš atvažiuodama čia aš nežinojau, kad čia yra didelė lazerių pramonė. Nežinojau, kad „Girteka“ yra didžiausia logistikos įmonė Europoje“ (Švedija), „labai mažai“ (Vokietija).
3. **Ne Europos šalyse Lietuva visai nežinoma:** „Lietuvos niekas nežino“ (JAV), „žmonės šiek tiek painiojasi, kai jiems pamini Lietuvą. Kai pamini Baltijos šalis, sako, kad Ryga yra sostinė“ (Izraelis), „jei atvirai, daugelis japonų negalėtų nurodyti, kur žemėlapyje yra Lietuva“ (Japonija), „niekas iš mano draugų nebuvo girdėję apie tokią šalį – Lietuvą“ (Kinija).

**Žinomumo veiksniai.** Didesnį Lietuvos žinomumą skirtingose šalyse lemia:

- **Geografinis atstumas, kaimynystė;**
- **Istorinės sąsajos su Japonija (Č. Sugihara) ir Izraeliu (žydų istorija):** „Japonijoje labai plačiai žinomas Čijunė Sugihara“ (Japonija), „Izraelyje <...> Lietuvą mes vadiname „Lita“. Tai terminas, kurį vartojo Lietuvos žydai, litvakai. <...> O Vilnius žinomas kaip „Litos“ Jeruzalė“ (Izraelis). Tokios sąsajos gali padėti identifikuoti Lietuvą ir skatinti turizmą, bet nėra itin naudingos kuriant šiuolaikinį, modernų Lietuvos įvaizdį.

**Pastebima, kad Lietuvos žinomumas pagerėjo su laiku:**

- **Žinomumas padidėjo Europos šalyse po įstojimo į Europos Sąjungą (ES):** „dabar darosi geriau, bet, tarkim, prieš 15 metų, [Lietuva] buvo visiškai nežinoma“ (Danija), „ne, nežinoma, dabar



truputį daugiau“ (Prancūzija), „iki 2004 m. niekas nieko nežinojo apie Lietuvą. <...> Po 2004 m. Lietuva tapo žinoma daug geriau“ (JK).

- Per pastaruosius kelis metus padidėjo teigiamas Lietuvos žinomumas paminint finansines technologijas ir IT: „paskutinius 10 metų suvokimas buvo daugiau neigiamas, ir tik pastaraisiais metais pradėjau girdėti daugiau teigiamos informacijos, pavyzdžiui, kad Lietuvoje vystomos finansinės technologijos, arba apie kitus nišinius sektorius, apie interneto greitį ar kitus su IT susijusius dalykus“ (JK), „<...> nes Lietuva yra finansinių technologijų šalis. Šioje srityje dirbantys žmonės tai žino. <...> šiuo metu, sakyčiau, stipriausi veiksniai yra finansinės technologijos ir IT (Danija)“.

Lietuvos žinomumas skiriasi skirtingose tiriamų šalių visuomenių grupėse. Daugiau žino apie Lietuvą labiau išsilavinę žmonės ir žmonės, susidūrę su lietuviais užsienyje ar aplankę Lietuvą: „aišku, yra didelis skirtumas tarp tų žmonių, kurie jau turėjo reikalų su Lietuva, ir tie, kurie tik pirmą kartą girdi“ (Vokietija), „jei žiūrėsime į konkrečias visuomenės grupes, bus tokių, kurios gerai žino Lietuvą, nes turi interesą, arba dirba su Šiaurės-Baltijos šalių integracija“ (Švedija).

Dėl nedidelio Lietuvos žinomumo kalbintų užsieniečių kilmės šalyse Lietuva vis dar siejama su neigiamomis stereotipinėmis asociacijomis:

- buvusi sovietinė, skurdi šalis: „daugumai žmonių Lietuva yra buvusi Sovietų Sąjungos valstybė“ (Kinija), „Lietuva vis dar žinoma kaip viena iš buvusių sovietinių valstybių ir tas nesumažėjo“ (Norvegija), „tie stereotipai apie Rytų šalis, kad skurdžios, sunkiau gyventi“ (Prancūzija), „posovietinių šalių etiketė, nusikalstamumas, mažai uždirbantys darbuotojai, eksportuojami į JK“ (JK);
- nesaugi šalis: „ar ten pavojinga? Tokios buvo tipinės reakcijos“ (Danija);
- periferinė šalis: „ji vis dar matoma kaip periferinė Europos dalis, nors joje yra Europos centras“ (Norvegija);
- valstybė, kurioje nacių vykdytas Holokaustas: „tie, kurie žino Lietuvą, daugiau žino apie praeitį, Holokaustą, žydų tautos tragediją, o ne apie Lietuvos gamtos grožį, šiltus žmones ir skanų maistą“ (Izraelis).

Didelė dalis informantų prieš atvykdami gyventi į Lietuvą mažai ką žinojo apie ją, mažesnė dalis jau buvo buvę Lietuvoje ar žinojo apie šalį dėl ankstesnių darbo interesų. Nors daugelio nieko nežinojusių apie Lietuvą išankstiniai vertinimai buvo gana neigiami, atvažiavus ir pagyvenus Lietuvoje lūkesčiai buvo gerokai viršyti. Visų kalbintų užsieniečių nuomonė apie gyvenimą Lietuvoje yra labai teigiama: „lūkesčiai buvo tokie <gestu parodo žemai>, o gyvenant čia <gestu parodo aukštai>. <...> Iš tiesų, aš esu didelis Lietuvos fanas ir labai ją reklamuoju, nes net latviai jos nepažįsta“ (Latvija).

Lietuvą užsieniečiai vertina teigiamai dėl aukštos gyvenimo kokybės, ekologiškos aplinkos, gražaus ir patogaus gyventi Vilniaus bei daugelio kitų aspektų, kurie bus plačiau atskleisti tolesnėse ataskaitos





dalyse. Vis dėlto, dėl nepakankamo Lietuvos žinomumo ir su ja siejamų stereotipų didžiausias iššūkis yra pritraukti užsieniečius į Lietuvą pirmą kartą: „kai žmonės atvažiuoja, jie nori sugrįžti. Bet iššūkis yra prikviešti juos čia pirmą kartą“ (Danija).

## 2. Regionas, kuriam priskiriama Lietuva

Informantai pateikė daug skirtingų atsakymų į tai, su koku regionu jie patys ar jų tautiečiai sieja Lietuvą:

- **Baltijos ir Šiaurės Europos šalimis, Šiaurės ir Rytų Europos šalimis:** „aš tai matau kaip Baltijos šalys, po to Skandinavijos šalių regionas ir taip toliau“ (Prancūzija), „Rytų-Šiaurės Europa“ (Vokietija), „Baltijos šalys ir Šiaurės šalys“ (Danija);
- **Šiaurės Europa:** „Šiaurės Europa“ (Estija, Švedija);
- **Baltijos šalimis ir Rytų Europa:** „Baltijos šalys, Rytų Europa“ (Japonija), „kinų supratimu Lietuva priklauso Baltijos šalims“ (Kinija), „mes siejame Lietuvą su Rytų Europa, nes geografiškai ji yra Rytų Europoje“ (Kinija, kita respondentė).
- **Rytų Europa:** „Rytų Europa“ (Izraelis, Norvegija, Vokietija).

## 3. Lietuvos įvaizdžio formavimo šaltiniai

Nors dalis kalbintų užsieniečių žinojo apie Lietuvą iš ankstesnių vizitų ar su Lietuva susijusio darbo, daugelis tirtų šalių atstovų prieš atvykdami beveik nieko nežinojo apie Lietuvą: „man Lietuva buvo kaip baltas popieriaus lapas“ (Vokietija), „visiškai nieko nežinojau. Žinojau, kad Baltijos šalis, kad nauja šalis, įstoju į Europos Sąjungą, ir viskas. Ir kai aš pasakiau šeimai, kad važiuoju į Lietuvą, tai pirmą reakcija buvo atsiversti geografijos knygą, kad pasižiūrėtu, kur ta Lietuva yra“ (Prancūzija), „tuo metu žinojau labai mažai apie Lietuvą. <...> Informacija, kurią žinojau, kad Lietuva yra viena iš Baltijos šalių. Taip pat žinojau apie Čijunę Sugiharą, čia dirbusį japonų diplomata“ (Japonija).

Žemas Lietuvos žinomumas siejamas su informacijos, komunikacijos apie Lietuvą trūkumu: „žmonės neturi pakankamai informacijos apie Lietuvą“ (Japonija), „vokiečiai, kurie gyvena Vokietijoje, nesusidūrę su Lietuva savo gyvenime arba savo darbe, mano, kad Lietuva yra Rytų Europa. Jie nemato didelio skirtumo tarp Bulgarijos, Rumunijos ir Lietuvos. <...> Ne dėl to, kad jie yra nusistatę, tiesiog jie neturi informacijos“ (Vokietija), „Lietuva turi pati sau išsiaiškinti, kaip nori komunikuoti, ką pasakyti apie šalį, kokia yra vizija. Manau, kad to trūksta. Taigi tai ne tik susidomėjimo trūkumas, tai ir komunikacijos trūkumas, išorinės komunikacijos iš Lietuvos“ (Švedija).

Pagrindiniai dabartiniai Lietuvos įvaizdžio formavimo šaltiniai (t. y. iš kur užsieniečiai sužino apie Lietuvą):

- **Žiniasklaida (išsamiau žr. toliau);**
- **Apsilankymas Lietuvoje:** „Lankiausi Vilniuje kelis kartus, todėl turėjo kažkokį įsivaizdavimą apie Lietuvą“ (JAV), „aš žinojau daug daugiau negu eilinis švedas. <...> sekiau situaciją Lietuvoje nuo



anksčiau, kai dirbau SIDA (Švedijos tarptautinėje vystymo agentūroje) ir buvau atsakinga už Lietuvą iki jums įstojant į ES“ (Švedija).

- **Pažįstami lietuviai, jų pasakojimai apie Lietuvą (JK, Vokietija):** „Bostone yra lietuvių bendruomenė. Aš su jais neturėjau kontakto, išskyrus vieną asmenį <...> Gediminą Urboną. Jis yra katedros vedėjas Masačusetso technologijos institute, su kuriais man teko daug bendradarbiauti. Jis yra labai įdomus menininkas ir labai aktyviai reiškiasi Naujoje Anglijoje. Manau, kad jis ir jo žmona yra labai geri Lietuvos ambasadoriai“ (Vokietija).
- **Vokietijos atveju paminėta vokiečio, gyvenusio Lietuvoje, knyga apie Lietuvą (Felix Ackermann „Labai blogai arba liuks“, vokiškai išleista 2017 m.):** „nusipirkau knygą, kurią parašė čia 5 metus gyvenęs vokietis. Yra daug čia atvažiuojančių žmonių, jie perskaito šią knygą, kad suprastų Lietuvą“ (Vokietija).
- **Parodos, Lietuvos pristatymai:** „praėjusiais metais vyko labai didelė paroda Šanchajuje, ir Lietuva buvo pirmoji šalis, pasirašiusi sutartį dėl dalyvavimo, lankėsi ir jūsų prezidentė. Manau, kad tai yra geros žinios abiem šalims, <...> nes sužino ir paprasti žmonės“ (Kinija).

#### Lietuvos pristatymo situacija tirtų šalių žiniasklaidoje:

- **Visose tirtose šalyse (išskyrus Latviją) Lietuva kaip šalis pristatoma labai retai:** „televizijoje ar laikraščiuose yra labai mažai informacijos apie Lietuvą“ (Danija), „[informacija pasirodo] labai retai. <...> Net neprisimenu, kad būtų buvę naujienų apie Nepriklausomybės dieną“ (Estija), „seku žinias Prancūzijoje ir visada pasižiūriu, ar ką nors rašė apie Lietuvą. Tai labai nedaug minima“ (Prancūzija), „gaila, bet apie Lietuvą naujienos pasirodo retai“ (Japonija). **Latvijoje pasirodo labai daug naujienų apie naujus turistinius objektus, šalies aktualijas ir pan.:** „jei atidaromas koks naujas turistinis objektas, tai matau gana daug naujienų. Kai kas nors vyksta, pvz., dabar buvo Nepriklausomybės dienos minėjimas, tai buvo matyti televizijoje ar kitoje žiniasklaidoje. Taip pat kai įvyksta koks skandalas dėl kyšių, rinkimai ir pan.“ (Latvija).
- **Dažniau minimi tose šalyse gyvenantys lietuviai nei Lietuva kaip šalis. Be to, naujienos apie lietuvius tose šalyse dažniausiai yra neigiamos:** „Norvegijoje yra daugiau naujienų apie lietuvius nei apie Lietuvą. O įvaizdis, žinoma... Jei kas nors pasako ką nors blogo, tai labai lengvai prikljuojama lietuviams“ (Norvegija), „kas pasirodo žiniasklaidoje, labai dažnai būna neigiama. <...> pavyzdžiui, nusikaltimai“ (Švedija), „girti vairuotojai, žmonių prekyba“ (Vokietija). **Visgi paminima, kad situacija gerėja ir vis daugiau žiniasklaidoje pateikiama teigiamų naujienų apie lietuvius:** „anksčiau buvo daug neigiamumo, bet šiandien yra tiek daug teigiamų lietuvių būdo ir elgesio pavyzdžių, kad norvegai Norvegijoje jaučiasi visai ramiai gyvendami šalia lietuvių“ (Norvegija).
- **Lietuva minima Holokausto kontekste, ypač Izraelyje:** „daugiausia dėmesio skiriama Antrajam pasauliniam karui ir praeičiai“ (Izraelis), „praėjusią savaitę „Economist“ žurnale pasirodė geras straipsnis apie Lietuvą, apie tai, ar Lietuva pripažįsta savo vaidmenį per Antrąjį pasaulinį karą žudant žydus, bet straipsnis buvo <...> daugiau teigiamas nei neigiamas“ (JK).
- **Pozityvios naujienos siejamos su Lietuvos prezidente Dalia Grybauskaite:** „teigiama tai, kad Prezidentė yra gana gerbiama“ (Danija), „Grybauskaitė kartais [pasirodo žiniasklaidoje], kas yra teigiamas dalykas, bet labai mažai“ (Vokietija).





- **Taip pat pasirodo įdomių naujienų, tampančių „virusinėmis“, pvz., Vilnius yra Europos G-taškas:** „prieš metus buvo naujiena apie „Europos G-taškas“. Labai juokinga. Tai gera, puiki idėja. Puiku, jei galima sugalvoti ką nors juokinga“ (Vokietija), „kartas nuo karto kas nors pasklis kaip virusinis pranešimas. Kaip tas atvejis, kai meras pervaziavo tanku per BMW. Tai pasklinda tinklais. Arba kampanija, gal prieš du metus, „Vilnius yra Europos G-taškas“ (JAV).
- **Kai kuriose šalyse daugiau yra naujienų apie sportą:** „kita didelė tema, kuri paprastai patraukia žmonių dėmesį, yra sportas, pavyzdžiui, krepšinis“ (JAV).

## DETALUS VERTINIMAS PAGAL PREKĖS ŽENKLO DIMENSIJAS

### 1. Užsienio ir vidaus politika, ekonomika

#### Užsienio politikos vertinimas

Užsienio politikos srityje Lietuva daugiausia žinoma dėl jos griežtų pozicijų Rusijos atžvilgiu – tą minėjo dauguma respondentų. Tokia Lietuvos pozicija dažniau vertinama teigiamai, tačiau paminėtas ir galimas kitoks požiūris, nes tai gali būti nesuprantama toms šalims, kurios Rusijos nemato kaip grėsmės (pvz., Danija) arba atrodyti kaip bereikalingas grėsmės eskalavimas: „daugumai latvių tai patinka, jie galbūt gailisi, kad Latvija negali taip garsiai pasisakyti. Todėl jie remia. Bet kai pakalbu su žmonėmis iš Vakarų Europos, jiems tai kelia susirūpinimą. Pavyzdžiui, vokiečiai nerimauja, kad ši moteris [Grybauskaitė] sukels karą su Rusija, kurio mums nereikia“ (Latvija).

Vienas respondentas pasiūlė šį Lietuvos užsienio politikos aspektą labiau panaudoti pozityviai – pvz., aktyviau dalyvauti diskutuojant, bendradarbiaujant su kitomis šalimis dėl hibridinio karo: „viena tema buvo tas hibridinis karas, Lietuva labai anksti pradėjo šnekėt apie tai, kur Vakaruose tas terminas nebuvo toks suprantamas. Dabar tai yra realybė, jūs žinot apie tai, tai yra gerai. Bet beveik tai yra tokios atskiros temos, o toliau Lietuva nefigūruoja, faktiškai. Ta silpna vieta, kur galima daugiau padaryt“ (Vokietija).

Dauguma informantų paminėjo, kad užsienio politikoje Lietuva žinoma dėl prezidentės D. Grybauskaitės (pavadinta „Grybauskaitės efektu“) ir jos aiškios pozicijos Rusijos ir kitais klausimais. Paminėta, kad D. Grybauskaitė ir toliau galėtų būti naudinga kaip gerai Lietuvą reprezentuojanti asmenybė, jei pasibaigus jos kadencijai jai pavyktų gauti pakankamai aukštą, matomą tarptautinį postą, pvz., NATO ar ES: „jūsų prezidentė turi ramaus, savimi pasitikinčio ir nuovokaus žmogaus įvaizdį. Tai palieka labai gerą įspūdį. <...> Manau, kad ji yra labiausiai tinkama kaip asmenybė, kurią galima „parduoti“. Jai reikėtų užimti kokią nors svarbią poziciją. Už dviejų metų ji galėtų tapti NATO vadove“ (Norvegija).

Daugelio šalių informantų Lietuva buvo įvertinta kaip aktyvi tiek NATO, tiek ES narė. Tai pasireiškia Lietuvos ir lietuvių išreiškiamu palankumu šioms organizacijoms, reikiamo dydžio indėliu į NATO biudžetą, reikalavimų laikymusi. Akcentuota, kad ji sugeba vertingai prisidėti prie šių organizacijų, net turint galvoje nedidelį šalies dydį: „maža šalis, bet daugelyje sričių dedanti visas pastangas. Pavyzdžiui,



Lietuvos Respublikos Vykauosybės kanceliarija



RINKODAROS IR  
KOMUNIKACIJOS  
MOKSLŲ INSTITUTAS



socialinių  
inovacijų  
institutas



Kuriame  
Lietuvos ateitį  
2014-2020 metų  
Europos Sąjungos  
fondų investicijų  
veikimų programa

ES, NATO“ (Japonija), „atsižvelgiant į šalies dydį ir gyventojų skaičių, jūs atliekate gerą vaidmenį Europoje“ (Vokietija).

**Narystė NATO ir ES naudinga Lietuvos įvaizdžiui bent dviem aspektais:**

- **Narystė NATO ir ES suteikia saugumo investuotojų akimis:** „svarbu, kad narystė suteikia užsienio investuotojams saugumo jausmą“ (JK).
- **Narystę ES galima aktyviau panaudoti kuriant Lietuvos įvaizdį, pvz., parodant, kad Lietuva laikosi ES nustatytų kriterijų ir reikalavimų:** „kiekvienais metais visa šalis turi įvykdyti tuos parametrus, kad nepažeistų Eurozonos taisyklių. Lietuva laikosi kiekvienais metais tų parametru, skirtingai nuo kitų šalių. Čia būtų ta tema, kuria pastoviai galima kalbėt. Palygint save su kitom šalim“ (Vokietija).
- **Narystė ES svarbi verslo ryšiams plėtoti, nes per ją trečiosios šalys gali vykdyti importą į kitas ES šalis:** „jei Lietuva nepriklaustų ES, nebūtų galima importuoti ir eksportuoti iš Lietuvos krovinių, būtų papildomi mokesčiai ar susitarimai. <...> Girdėjau iš vieno partnerio, kad jie siunčia prekes per Klaipėdą, kad galėtų eksportuoti į kitas Europos šalis. Taip galima sumažinti sąnaudas“ (Kinija).

**Priklausymas NATO nėra privalumas tik tose šalyse, kurios nėra NATO narės ir palaiko artimesnius ryšius su Rusija, pavyzdžiui, Kinijoje:** „mes palaikome geresnius santykius su Rusija, todėl ir politinės ar ekonominės perspektyvos tai nėra labai gerai. Kinijoje yra daugiau suvaržymų dirbti su Lietuva“ (Kinija).

**Taip pat paminėta viena sritis, kurioje Lietuvai trūksta aiškesnės lyderystės ir aktyvesnio dalyvavimo – tai yra pabėgėlių klausimas:** „Švedija priėmė gana daug pabėgėlių, o Baltijos šalys nenorėjo jų įsileisti. Šiame kontekste apie Lietuvą buvo nemažai kalbama. Kaip nelabai stipri sritis, vertinant solidarumo požiūriu. Lietuva, bet ir Latvija, ir kitos šalys buvo gana dažnai minimos“ (Švedija).

### Vidaus politikos vertinimas

Lietuvos vidaus politika užsienyje nėra gerai žinoma. Net ir būdami Lietuvoje, dėl kalbos nemokėjimo daugelis informantų sakė atidžiai nesekantys Lietuvos politinės situacijos. Mažą žinomumą, nuoseklus įvaizdžio nebuvimą rodo ir tai, kad dalis respondentų neturėjo šiuo klausimu nuomonės, o daugelis išskyrė vis kitokius jiems įstrigusius vidaus politikos aspektus:

- **Lietuvos vidaus politika įvertinta prasčiau nei užsienio politika. Kaip minėta, užsienio politikos srityje teigiamai vertinta Lietuvos prezidentė, o Seimo ir politikų veiksmai, lyginant su ja, vertinti prasčiau:** „prezidentė atliko pareigas <...> labai kokybiškai. Bet politikai Seime – nesu tikras. Manau, kad Lietuva nusipelnė geriau“ (Danija), „dėl to, kad Lietuva yra maža šalis, yra tiesiog mažiau žmonių, mažiau pasirinkimo, iš to tiesiog gaunasi, kad politikų profesionalumas yra žemesnis“ (Vokietija).
- **Pastebėtas mažesnis stabilumas, lyginant su kai kuriomis informantų atstovaujamosiomis šalimis, pvz., Švedija, ir nemaži politikų nesutarimai:** „politinis klimatas yra šiek tiek kitoks nei Švedijoje, pavyzdžiui, kalbant apie gana dažnus ministrų pasikeitimus, mažiau stabilumo. <...> arba



*pasitikėjimo trūkumas politika ir tarp politikų. Daug konkurencijos tarp tų, kurie Seime ir šalia Seimo“ (Švedija).*

- **Kaip Lietuvos įvaizdžio problema, kurios šleifo gali būti sunku atsisakyti, išskirta korupcija:** *„vienintelis likęs jausmas tas, kad [Lietuva] vis dar korumpuota. Tą labai sunku įvertinti, bet tai yra įvaizdžio dalis. Galėtumėt sakyti, kad ir Norvegijoje yra korupcijos, bet toks įvaizdis ir jo sunkoka atsikratyti“ (Norvegija);*
- **Neigiamas politikos aspektas yra populizmas:** *„žinome, kas vyksta Vengrijoje dabar, kuo tas populizmas į labai didesnę pusę nuėjo, nuėjo prieš žmones. Aš manau, Lietuva yra pakankamai stabili, kad to nebūtų. <...> Bet populizmas yra ir jis stiprėja. Ir tai yra pakankamai pavojinga“ (Vokietija).*
- **Fragmentiškai minėtas ir kaip neprotingas įvardintas alkoholio draudimas:** *„man atvykus, buvo žymieji rinkimai, kai Karbauskio partija gavo 50 proc. balsų. Atrodo, kad vienintelė jiems egzistuojanti problema Lietuvoje yra alkoholis. <...> Truputį primena Artimuosius Rytus, kai žurnaluose klijuojami lipdukai, norint paslėpti turinį. Kaip kvaila“ (Latvija).*

## Ekonomikos vertinimas

**Dauguma informantų Lietuvos ekonomiką vertina kaip stiprią arba dar turinčią augimo potencialą. Informantų nuomone, ekonomikos stiprumą rodo keletas dalykų:**

- **stabilus ekonomikos augimas:** *„ekonomika auga visą laiką. <...> kartais vedu mokymus ir seminarus Estijoje ir pateikiu daug pavyzdžių iš Lietuvos“ (Estija), „manau, kad Lietuvos ekonomika nėra labai stipri. Bet, iš kitos pusės, ji turi potencialo“ (Japonija);*
- **nedidelė namų ūkio skola:** *„ekonomika yra stipri, nes jūs neturite didelės skolos, žiūrint į šeimų skolas ar paskolas. Palyginti su Vakarų Europa ar Skandinavija, ji labai, labai maža“ (Danija);*
- **didėjantis įmonių tarptautiškumas, potencialas konkuruoti su Vakarų šalimis:** *„Lietuvos įmonės vis labiau orientuojasi į tarptautinę rinką. Labai aiškiai matyti, kad joms rūpi ne tik tai, ko nori Lietuvos vartotojai, bet jos turi galvoti ir apie tai, ko nori Skandinavijos, Europos vartotojai, tarptautiniai vartotojai. <...> Tai suteikia man pasitikėjimo, kad galime konkuruoti su Vakarų Europos įmonėmis“ (JK);*
- **šalies gebėjimas atsigausti po krizių:** *„nėra daug šalių, kurios galėjo taip greitai atsigausti po finansinės krizės. <...> Tas atsparumas, ta patirtis su tom visom krizėm, Rusijos krizė 1998 m., finansinė krizė prieš 10 metų. Žmonės žino, kaip elgtis, kad būna tokie dalykai, kad reikia surast, kaip toliau dirbti, ir tai daro“ (Vokietija).*

**Žvelgiant iš šalies taip pat žavi, kad, stojant į ES, tokios mažos šalys kaip Lietuva padarė tokią didelę pažangą:** *„nežinau, kaip jums pavyko būnant tokiomis mažomis ir turint tokius ribotus resursus, padaryti tai ko prašė Briuselis“ (Švedija).*



Lietuvos Respublikos Vykauisybės kanceliarija



RINKODAROS IR  
KOMUNIKACIJOS  
MOKSLŲ INSTITUTAS



socialinių  
inovacijų  
institutas



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

Vis dėlto, pastebėta ir neigiamų Lietuvos ekonominės situacijos vertinimo aspektų:

- **Didelė emigracija:** „[ekonomika] gerėja, bet sudėtinga, nes žmonės išvažiuoja“ (Prancūzija, taip pat minėjo informantai iš Švedijos, Vokietijos, Kinijos);
- **Nedidelis šalies dydis:** „kinų akimis Lietuva nėra stiprios ekonomikos šalis. <...> Lietuva gana silpna eksporto-importo atžvilgiu, nes nėra tiek daug darbo jėgos viskam padaryti“ (Kinija).
- **Netolygus gerovės pasiskirstymas tarp skirtingų šalies grupių:** „[Lietuvos silpnoji pusė] tai, kad visuomenė skirtinga, joje vis dar yra skurdo, o yra dalis visuomenės, kuri vystosi labai greitai“ (Švedija), „aš pakeisčiau mokesčių įstatymus [įvesčiau progresinius] ir mokėčiau didesnius atlyginimus mokytojams, slaugėms, gydytojams ir pan.“ (Danija).

## 2. Eksportas

Nemaža dalis informantų negalėjo paminėti nė vieno plataus vartojimo produkto, kurį būtų žinoję prieš atvažiuodami į Lietuvą (Danija, Norvegija, Japonija, JK, Vokietija, Švedija). Informantai iš kitų šalių (Latvija, Estija, Izraelis, Kinija, Prancūzija) paminėjo kai kuriuos jų šalyse parduodamus, galimai žinomus produktus, prekių grupes ar prekių ženklus:

- „Maxima“, „Senukai“, sūris „Džiugas“, šokoladai „Pergalė“ ir „Rūta“ (Latvija);
- „Maxima“ (Estija);
- pieno produktai (Izraelis, Kinija);
- šaldyta mėsa (Kinija);
- ne plačiai žinomas, bet specializuotose parduotuvėse matytas alus (Prancūzija).

Ne vienas informantas paminėjo, kad Lietuva jiems yra žinoma kaip šalis, kurioje gaminami ir jų šalyse parduodami produktai, bet jie nėra žinomi kaip lietuviški – pvz., minėti Lietuvoje gaminami „Ikea“ ir kiti baldai, Norvegijos slidžių gamintojas „Swix“, taip pat Norvegijos merino vilnos drabužių gamintojas „Devold“, Izraelio farmacijos koncernas „Teva“, turintys gamyklas Lietuvoje.

Iš labiau specializuotų, plačiau visuomenei greičiausiai mažiau žinomų produktų paminėti lazeriai ir biotechnologijos, importuojami į Izraelį, minėtas bendradarbiavimas tarp Kinijos universitetų ir Vilniaus universiteto lazerių srityje. Informantė iš Kinijos paminėjo į jos šalį iš Lietuvos eksportuojamą medieną.

Informantai Lietuvoje „atrado“ labai kokybiškus produktus, ypač maisto, kuriuos galima vertinti kaip galimai turinčius potencialą jų šalyse. Interviu minėti šie produktai ar jų grupės:

- Dažniausiai minėti ekologiški, natūralūs, ar tiesiog kokybiški žemės ūkio produktai – pieno produktai, mėsa (Danija, Japonija, Kinija, Lenkija, Prancūzija,) taip pat natūrali kosmetika (Japonija): „žemės ūkio produktai, nes danai yra apsėsti ekologijos. O jūs čia turite pranašumą“



(Danija), „kas man patinka, Lietuvoje viskas yra rankų darbo. Medus, sūris, mėsa. Visa tai yra labai kokybiška, originalu ir tiesiai iš gamintojo. <...> nežinau, ar prancūzai pirktų, bet matau, kad atvažiavusiems svečiams patinka šie produktai“ (Prancūzija), „pirmiausia medus. <...> Maistas yra Lietuvos stiprybė. Įmonė „Uoga“ [aut. past. – turbūt kosmetika „Uoga Uoga“]. <...> Japonai gali priimti lietuviškus maisto produktus, nes jie ekologiški ir labai sveiki“ (Japonija); „prieš 10-12 metų Kinijoje buvo skandalas su pieno produktais ir daug tėvų nustojo pirkti vietinės gamybos pieno produktus vaikams. Todėl mes importuojame daug pieno produktų iš kitų šalių. Lietuvos pieno produktai yra labai geros kokybės“ (Kinija), „turite labai gerą pieną. Mėsa irgi labai gera. Jautiena yra pigesnė ir geresnė negu Kinijoje. Ir kiauliena gera“ (Kinija, kita informantė). **Pieno produktų potencialą rodo jų importavimas į Kiniją, sėkmingas importas į Izraelio rinką:** „maisto gamintojams sekasi labai gerai – „Pieno žvaigždžių“, „Vilkyškių“, „Rokiškio“ eksportas į Izraelį. Izraelyje turime labai gerus pieno gamintojus, pieno produktų įvairovė yra neįtikėtina. <...> Turint galvoje, kad Izraelio rinka įsileido, nors yra vietiniai reglamentai ir lubos, tai sako daug apie Lietuvos produktų kokybę“ (Izraelis). **Taip pat pabrėžta maisto kokybė restoranuose (daugiau apie tai žr. „Turizmo“ dimensijos aprašyme);**

- **Tradiciniai rankų darbo gaminiai, nors informantė pripažįsta, kad iš to gal ir nepavyktų padaryti didelio verslo:** „rankų darbo gaminiai galėtų būti, bet nežinau, ar dabar yra eksportuojami. Jie labai susiję su jūsų tapatybe: medžio gaminiai, [džiovintos gėlės]. <...> Tai galėtų dominti, bet nežinau, ar iš to išeitų didelis verslas“ (Švedija);
- **Gintaro gaminiai, siejami su Baltijos šalimis:** „kai draugams pasakiau, kad vykstu į Lietuvą, į vieną iš trijų Baltijos šalių, jie sakė – „o, ten yra daug gintaro“. <...> Kinijoje kai kuriems žmonėms patinka geltonas ir geltonai baltas gintaras, kuris labai vertinamas. Kai kurie draugai paprašė manęs parvežti jiems gintaro“ (Kinija);
- **Informantas iš Latvijos paminėjo lietuviškus restoranų ir kavinių tinklus („Ali šokoladinė“, „London Grill“, „Jurgis ir drakonas“, „Huracan Coffee“), kurie galėtų turėti potencialą Latvijoje, pvz., statomame Rygos „Akropolyje“:** „dabar Rygoje statomas „Akropolis“, greitai bus baigtas. O su „Akropoliu“ į Latviją ateina daug maisto ir gėrimų prekių ženklų. „Ali šokoladinė“, „London Grill“, taip pat „Jurgis ir drakonas“ yra įdomi koncepcija, kuri puikiai galėtų veikti Latvijoje. Taip pat „Huracan Coffee“, bet su kava būtų sunkiau, nes Latvijoje yra daug vietinių kavinių“ (Latvija);
- **Potencialą galėtų turėti glaudesnis bendradarbiavimas jūrų pramonėje (laivų statyba ir pan.) su Norvegija:** „taip pat atradau, kad Klaipėdoje yra nemaža jūrų pramonės aplinka, o Norvegijai priklauso didelis pakrantės ruožas ir jūrų pramonė yra <...> svarbi pramonės šaka. Manau, kad šioje srityje yra galimybių plačiau bendradarbiauti su Norvegija“ (Norvegija);
- **Kaip stipri sritis matomi baldai, tačiau problema, kad jie nepozicionuojami kaip lietuviški:** „žinoma, baldai, bet problema ta, kad nėra lengva pamatyti, kad jie pagaminti Lietuvoje“ (Danija).

Vis dėlto, pastebima, kad informantų šalyse Lietuvos įvaizdis kol kas nėra toks, kad „pagaminta Lietuvoje“ būtų paskata pirkti prekę: „kai kalbuosi su rinkodaroje dirbančiais žmonėmis, tai, kad kažkas yra pagaminta Lietuvoje, Latvijoje neturi pridėtinės vertės. <...> Jei nori parduoti, uždėk gerą patrauklų





*pavadinimą, bet neakcentuok „pagaminta Lietuvoje“, nes tai nepadeda parduoti“ (Latvija), „ar padės akcentuoti, kad čia yra iš Lietuvos? Nepadės, nes vėl yra Rytų Europa, minusiukas, sunkiau“ (Vokietija).*

**Vis dėlto, nėra atmetama, kad lietuviškos prekės galėtų susikurti savo vardą, galėtų didėti eksporto srautai, tačiau tam reikia daugiau ilgalaikių rinkodaros pastangų, sukurti pasitikėjimą tarp partnerių:** „Norvegijos rinka uždara, bet visose šalyse yra tokios inercijos. Norint tai pakeisti, reikia laiko. <...> bet jei turi viziją ir eini ta kryptimi, nueisi ten greičiau. Manau, kad efektyviausia yra pradėti girtis apie savo laimėjimus“ (Norvegija), „pagrindinė priežastis, [kodėl prekyba auga lėtai], yra tai, kad nepakankamai pažįstame vieni kitus. Manau, kad ta linkme galima nuveikti daugiau. Galiausiai, verslas yra tarp žmonių, todėl žmonės turi pažinti vieni kitus ir susipažinti vieni su kitais“ (Izraelis).

**Paslaugų srityje, lyginant su kai kuriomis šalimis, Lietuva išsiskiria IT srities paslaugomis, greitu internetu, pažengusia skaitmenizacija:** „Lietuva man atrodo labiau pažengusi skaitmenizacijoje, negu Lenkija. Man buvo šokas, kad galiu užpildyti pajamų deklaraciją internetu (Lenkija), „ir dabar, kai išvažiuoju kur nors, tai turiu priprasti, kad internetas nėra toks greitas, kaip Lietuvoje. Paskui – tokios paslaugos kaip „CityBee“. <...> patinka tokios paslaugos, kurias turi miestas, pavyzdžiui, parkingas telefonu, ir šiaip daug paslaugų internete. Tai aš būnu priblokštas, kaip lengvai <...> čia viską galima padaryti online. Išmani Lietuva“ (Prancūzija).

**Lietuva žinoma kaip šalis, į kurią yra perkeltas paslaugų teikimas kitų šalių klientams – paslaugos verslas verslui:** „žinome, kad čia yra daug įmonių iš Šiaurės šalių, iš Švedijos, kurie čia yra perkėlusios administravimo funkcijas (back offices) (Švedija), „viena iš mano įmonių Lietuvoje parduoda el. komercijos paslaugas į JK. Tai antra pagal dydį mūsų rinka po JAV. <...> klientai nelabai žino, kas yra Lietuva ir kodėl tai [atsiųstas daiktas] yra ne iš JAV. Todėl mes neakcentuojame Lietuvos“ (JK).

**Kinė informantė paminėjo lietuvišką įmonę, teikiančią pramogų parkų kūrimo paslaugas Kinijoje, taip pat lietuvių dizainerius, kinų užsakovams kuriančius juvelyrinių dirbinių ir pakavimo dizainą:** „yra kažkokia pramogų kūrimo įmonė, kuri projektuoja pramogų parko įrenginius. Jie į Kiniją eksportuoja dizaino idėjas ir taip pat padeda statyti pramogų parkus. <...> Kinai samdo lietuvių dizainerius kurti juvelyrinius dirbinius ar pakuotes. Jų stilius labai skiriasi nuo kiniško. Bet jie pigesni negu dizaineriai iš kai kurių kitų šalių“ (Kinija).

### 3. Investicijos ir migracija

#### Investicijos

**Daugumai informantų Lietuva atrodo kaip patraukli investicijoms šalis. Lietuvos patrauklumą investicijoms lemiantys veiksniai:**

- **Politinis stabilumas:** „geopolitinis saugumas yra svarbus veiksnys, kuris yra visa ko pagrindas. Tikiu vyriausybės ir reguliuojančių institucijų nuoseklumu. Be to, kadangi esame ES nariai, mūsų turto nenusavins koks nors atsitiktinis politikas ar vyriausybė“ (JK);



- **Artimumas Europai ir išvystytas logistikos sektorius:** „tekstilėje dirbantys „Devold“ labai patenkinti būdami įsikūrę Lietuvoje, nes jų rinka yra Europoje <...>. Todėl jie gali greičiau pagaminti ir pristatyti rinkai mažesnes partijas [nei iš Kinijos]“ (Norvegija), „esate arti Europos ir ES dalis. Turite gerą logistikos ir transporto sektorių. <...> Jei įmonė įsikūrusi čia ir jai reikia gaminius pristatyti į kitas Europos šalis, jūsų įmonės gali tai padaryti“ (Izraelis);
- **Gera darbuotojų pasiūla – ne vienas informantas pabrėžė gerą išsilavinimą, ypač technologinių mokslų srityje, ir kalbų mokėjimą:** „žmonės yra labai gerai išsilavinę. [Kaune] yra geras technikos universitetas, ir tai pritraukia investuotojus“ (Latvija), „mokesčių lengvatomis mes tikrai nekonkuruojam su kitom šalim. Bet vis tiek jie čia investuoja. Reiškia, tos lengvatos nėra pirmoj vietoj. Kaina nėra pirmoj vietoj. O infrastruktūra ir profesijos, žmonės su tam tikrom profesijom. Ir kalba, aišku. Tai yra tai, kas yra geriau nei kitose šalyse“ (Vokietija);
- **Vis dar palyginti mažesni nei Vakarų Europoje darbuotojų atlyginimai. Tačiau ne vienas informantas pastebėjo, kad atlyginimai auga ir Lietuvai reikės permąstyti, kokias investicijas ji gali pritraukti:** „darbo jėga vis dar yra palyginti nebrangi, palyginti su kitomis Europos šalimis, bet tai netruks amžinai“ (Izraelis), „labai daug paslaugų centrų per paskutinius 10 metų atvažiavo. Bet dabar, kai ekonomika gerėja, tai tampa ne taip patrauklu nei kitur. Tai nebebus pagrindinė investicija, tai klausimas lieka, kaip Lietuva pasikeis ir kokias kitas investicijas pritrauks“ (Prancūzija);
- **Gera vidinė infrastruktūra šalyje:** „šalis yra gerai išvystyta, vidinė infrastruktūra yra gerai išvystyta. Traukiniai, autobusai, viskas yra gerai“ (Vokietija);
- **Skandinavijos šalių požiūriu – nedidelis atstumas, istorija, kultūrinis artimumas:** „Lietuvos vieta, kad ji šalia. Jos istorija, reiškianti artimesnius ryšius. Regionas, turiu galvoje Šiaurės-Baltijos šalys, tai yra mažų šalių šeima“ (Švedija);
- **Laisvosios ekonominės zonos:** „ekonominės zonos daro šalį patrauklią investuotojams ir įmonėms“ (Švedija);
- **Priklausymas ES, kas yra patrauklus veiksnys investuotojams iš trečiųjų šalių:** „patogu mokesčių, eksporto-importo atžvilgiu“ (Kinija);
- **Teigiamai paminėtas VŠĮ „Investuok Lietuvoje“ darbas, padedant pritraukti investuotojus:** „labai gerai dirba jūsų investicijų agentūra, „Investuok Lietuvoje“. <...> „Moody's“ [atėjimo] pagrindinis veiksnys buvo „Investuok Lietuvoje“ veiksmai. <...> Nes ateinant į naują šalį yra daug biurokratijos, o „Investuok Lietuvoje“ daug padėjo. <...> tokie dalykai suteikia jausmą, kad mūsų čia laukia“ (Latvija).

#### Lietuvos patrauklumą investicijoms mažinantys veiksniai:

- **Aukštos kvalifikacijos darbuotojų trūkumas – minėta IT srityje, taip pat kalbant apie inžinierius:** „tarp didelių įmonių vyksta stipri konkurencija dėl gerų programuotojų. Neseniai susitikau vieną Izraelio verslininką, kuris domėjosi investavimu Lietuvoje, ir jis man pasakė, kad vienintelis iššūkis yra rasti talentingų programuotojų“ (Izraelis), „[viena gamybos įmonė] sakė, kad jei Lietuvoje būtų daugiau inžinierių, jie būtų plėtę gamybą labiau“ (Norvegija);



- **Žemesnės kvalifikacijos darbuotojų trūkumas, jei reikia rasti daug darbuotojų:** „pernai dirbau su viena baldus gaminančia įmone. Turėjome apie 300 darbuotojų Alytuje ir reikėjo rasti dar 150 ar 200. Ir Alytuje tai buvo neįmanoma. <...> jie dairėsi Baltarusijoje ar Ukrainoje“ (Danija);
- **Nors vienu iš Lietuvos privalumų laikomas artumas Europai ir išvystytas logistikos sektorius, šiuo privalumu trukdo visiškai pasinaudoti nepakankamai geras susisiekimas su kitomis šalimis oro transportu, geležinkeliu (reikalingu transportuoti kai kuriems gaminiams), susisiekimas tarp Baltijos šalių ir Lietuvos ir kaimyninių šalių:** „gaila, kad nėra Lietuvos nacionalinių oro linijų, kurios turėtų tiesioginius skrydžius į Skandinaviją, Vokietiją“ (Norvegija), „susisiekimas tarp Lietuvos ir Berlyno ar Paryžiaus nėra geras. Trūksta traukinio tarp Baltijos šalių, jį reikia pagaliau pabaigti“ (Vokietija);
- **Biurokratija, pvz., tvarkant finansinius reikalus:** „yra per daug biurokratijos tvarkant popierius <...>. Sąskaita-faktūra yra geras pavyzdys. <...> Man atrodo, jei atlikau mokėjimą kreditine kortele, nebeturi reikėti popieriaus (Norvegija). Su didele biurokratija gali būti susiduriama ir steigiant įmonę, nors šiuo klausimu informantų įmonės išsiskyrė: „kai atvykau čia, viena iš priešasčių buvo, kad buvo galima lengvai ir greitai įsteigti įmonę. O tada prieš kokius 5 metus tai pasikeitė ir tapo daug sunkiau gauti leidimus“ (JAV), „čia yra labai mažai biurokratijos. <...> Nes įmonę praktiškai galima padaryt nuotoliniu būdu internete“ (Vokietija);
- **Prastas Migracijos tarnybos darbas, apsunkinantis darbuotojų iš trečiųjų šalių įdarbinimą:** „mes priėmėme į darbą žmogų iš Ukrainos, jis pradėjo čia studijuoti ir norėjo dirbti pas mus. Buvo sunku sutvarkyti jam popierius. <...> Galima kviesti žmones iš kitur, bet jei reikės 3 mėnesius vaikščioti pirmyn atgal su popieriais <...>. Todėl nustojojame samdyti užsieniečius“ (Latvija).

## Migracija

Aptariant Lietuvos patrauklumą atvykti gyventi ar kurti verslą, buvo nurodyta ir Lietuvos privalumų, dėl kurių Lietuva gali būti patraukli, ir dėl kurių žmonės jaučiasi gerai čia gyvenantys, bet ir trūkumų. Todėl Lietuva nėra akivaizdi žmonės iš kitų šalių, bent jau Vakarų Europos, pritraukianti šalis. Pavyzdžiui, daug užsieniečių įdarbinančios įmonės atstovas nurodė, kad dauguma joje dirbančių užsieniečių atvyko čia pirmiausia dėl asmeninių priešasčių, nors yra ir pavyzdys, kai žmonės atvyko iš smalsumo ir pasiliko: „apie 15 proc. mūsų darbuotojų yra iš kitų šalių – Švedijos, Vokietijos, Olandijos. Dauguma [atvyko] dėl moterų. Ši priešastis dominuoja, bet yra ir viena pora, kuri atvažiavo pasityrinėti, jiems patiko ir jie nusprendė pasilikti bent kuriam laikui“ (Norvegija). Kinė informantė paminėjo, kad Lietuvoje yra nemažai restoranų steigiančių kinų: „daug kinų atvyksta į Lietuvą ir atidaro restoranus. Kiek žinau, Lietuvoje yra daugiau nei 100 kinų restoranų“ (Kinija).

Tai, kad Lietuva nėra laikoma akivaizdžia traukos šalimi, iliustruoja informantų perteiktos nustebusių aplinkinių reakcijos į jų apsisprendimą vykti gyventi į Lietuvą: „žmonėms tiesiog buvo nesuprantama, kodėl aš nusprendžiau čia persikelti. <...> [jie galvojo], kad aš padariau ką nors negero, kad nusipelniau paskyrimo į Lietuvą“ (Danija), „tokia įdomi [reakcija], nes žmonės nelabai žino apie Lietuvą ir jiems tas įdomumas. Žmonės nori žinoti kodėl. Kodėl čia o ne kitur. Nes Lietuva nėra ta iš pagrindinių šalių“ (Prancūzija).





Tačiau Lietuvą aplankę užsieniečiai dažniausiai susidaro labai pozityvų įvaizdį: „jiems [apsilankantiems draugams ir giminaičiams] labai patinka, ką čia pamato ir išgirsta“ (Norvegija), „kai kurie mano pažįstami atvažiuoja čia ir susidaro labai gerą Lietuvos įvaizdį. Puiki vieta. Bet tie, kurie nėra čia buvę, neturi jokio įsivaizdavimo“ (JAV). **Apsilankymas Lietuvoje, susipažinimas su jos išsivystymo lygiu skatina sugrįžti:** „automobilių, pastatų, restoranų kokybė yra gera, maistas yra geras, ir tyrinėdami Lietuvos virtuvę atradome, kad ji turi daug bendra su Norvegijos. Taigi daugelis žmonių greitai pasijaučia kaip namie. Ir manau, kad dėl to daugelis nori sugrįžti“ (Norvegija).

Čia gyvenantiems užsieniečiams Lietuva atrodo patraukli dėl įvairių priežasčių:

- **Apibendrintai, dėl aukštos gyvenimo kokybės:** „apskritai, aš čia jaučiuosi labai gerai, gyvenimo kokybė yra gera. Daugeliu aspektų tai yra tiesiog miela Europos šalis“ (JAV), „nepažįstu visos Lietuvos, pažįstu tik Vilnių. Gyvenimo kokybė čia labai gera“ (Lenkija);
- **Aukšta gyvenimo kokybė reiškiasi per tai, kad Lietuva yra patogiai gyventi – saugi, švari, geras socialinis gyvenimas, draugiški žmonės:** „švari, jauki, saugi, draugiška“ (Lenkija), „gerai, kad galima sau daug ką leisti (affordability), nes žmonėms patinka išeiti į miestą su draugais ir kartu ką nors veikti. Ypač Vilniuje tam gera aplinka, bet ir Klaipėdoje, ir Kaune“ (Norvegija), „žmonės yra labai draugiški. Taip, Lietuva yra patraukli vieta“ (Danija), „daugumai žmonių <...> čia patinka, ir manęs tai nestebina. Vienintelis [ne toks puikus] dalykas Lietuvoje, kurio jūs negalite pakeisti, yra oras“ (JAV);
- **Lyginant su daugeliu Vakarų šalių, čia vis dar yra žemesnės kainos, nors yra ir tokių šalių, kaip Lenkija, su kuriomis lyginant Lietuva yra brangesnė. Mažesnės kainos daro palankesnę atlyginimų ir gyvenimo kokybės santykį:** „jei Londone per mėnesį uždirbi 3000, geriau uždirbti 2000 Lietuvoje – turėsi daug geresnę gyvenimo kokybę. <...> neturėsi tokių plačių galimybių, bet galėsi greičiau daryti karjerą“ (JK), „manau, kad už tuos pačius pinigus čia gauni daugiau, negu, tarkim, Skandinavijoje“ (Danija);
- **Vilniaus, žavinčio savo grožiu, jukumu, švara, draugiškumu ir kt.:** „man patinka Vilniaus senamiestis. Jis gražus, saugus, ramus“ (JAV), „lyginant su Varšuva, kur gyvenau prieš tai, arba Londonu, kur man teko dirbti, Vilnius, nors yra sostinė, yra jaukus, saugus, švarus, išvystytas, draugiškas, atviras, žmonės kalba angliškai“ (Lenkija);
- **Puikaus maisto:** „praktikantai, kurie praleidžia čia kelias savaites, studentai ir moksleiviai, išsiveža labai gerus prisiminimus. Jie sako „o, norėčiau sugrįžti, čia puikus sūris ir mėsa“ (Vokietija);
- **Nuostabios gamtos:** „man Lietuva yra žalia ir rami. Man tai toks, kaip ramus kampas ir man tai labai patinka. Per 20 minučių nuo centro galima prie ežero būti arba visiškai miške“ (Prancūzija);
- **Kai kuriems imponuojančios skandinaviškos kultūros:** „žmonės, kurie turi reikalų su Lietuva, mato tą skirtumą, ir man labai linksma žiūrėti ir girdėt, kai vokiečiai kalba apie Lietuvą ir kitiems vokiečiams tai papasakoja. Jie labai akcentuoja tą vos ne skandinavišką kultūrą, kuri pas mus atsirado po truputį. Ir patys tai mato ir labai teigiamai patys reklamuoja“ (Vokietija).

Lietuvos patrauklumą atvykti gyventi ir kurti verslą ar dirbti samdomą darbą menkina keli veiksniai:



Lietuvos Respublikos Vykardos kanceliarija



RINKODAROS IR  
KOMUNIKACIJOS  
MOKSLŲ INSTITUTAS



socialinių  
inovacijų  
institutas



Kuriame  
Lietuvos ateitį  
2014–2020 metų  
Europos Sąjungos  
fondų investicijų  
veiklos programą

- **Pastebėta, kad, skirtingai nei stambių investicijų atveju, mažo verslo pritraukimu į Lietuvą niekas nesirūpina:** „Kas yra blogai, kad maža įmonė, mažas investuotojas Lietuvoje yra neįdomus. Toms organizacijoms kaip „Investuok Lietuvoje“, pavyzdžiui. Tai jiems gaut tos pagalbos, tos informacijos, sudėtinga. Jeigu iš Vokietijos, tada lengviau, nes yra Vokietijos-Baltijos prekybos rūmai, kurie teikia tokias paslaugas <...>. ir Lietuvos organizacijos galėtų tą daryti“ (Vokietija);
- **Lietuva negali patraukti dideliais atlyginimais; kita vertus, tai kompensuoja mažesnės pragyvenimo išlaidos:** „Kinijoje atlyginimai yra truputį aukštesni nei Lietuvoje, todėl daugelis mano draugų, turintys ambicijų, geriau lieka Kinijoje, kad daugiau dirbtų ir daugiau uždirbtų“ (Kinija), „atlyginimai yra mažesni negu Norvegijoje, bet pragyvenimo išlaidos irgi mažesnės“ (Norvegija);
- **Atvykusiems gali būti nepriimtina hierarchinė darbo kultūra:** „buvo nelengva, nes net ir šiais laikais direktorius yra svarbiausias asmuo. Man tai buvo labai sunku suprasti, nes svarbiausias žmogus yra darbuotojas. Bet ne Lietuvoje. Direktorius gali daryti viską. Atrodė keista. Estijoje taip buvo dešimtmetyje, bet ne dabar“ (Estija);
- **Kalbos barjeras kurti verslą:** „manau, kad įmanoma, bet problema yra su kalba. Taip pat reikia suprasti šitą rinką, vartotojų mąstyseną, tam reikia kalbos. Tai aš nemanau, kad Lietuva yra ta vieta, kur aš galėčiau lengvai realizuoti savo verslą“ (Prancūzija);
- **Daug kliūčių sudaranti Migracijos tarnyba:** „Migracijos tarnyba yra bėda užsieniečiams, kurie čia gyvena. <...> Pavyzdžiui, man iki šiol nepavyko gaut elektroninio parašo, <...> nes aš neturiu ID kortelės lietuviškos“ (Vokietija);
- **Tarptautinės darbo ir gyvenimo aplinkos trūkumas, kultūrinis uždaramas, galintis apsunkinti užsieniečių integraciją:** „užsieniečiams čia nėra lengva rasti lietuvių draugų. Čia kitokia socialinė kultūra ir nėra kritinės užsieniečių masės“ (JK), „jūsų šalis labai homogeniška. Visi yra baltieji. Jei turi maišytą šeimą, vienas iš partnerių yra juodaodis ar iš Malaizijos... Ne tai, kad jie turės problemų, bet jie jausis labai vieniši“ (Vokietija);
- **Taip pat paminėtas mokyklų užsienio kalbomis, ypač ne anglų, trūkumas, galintis apsunkinti atvykimą gyventi su šeima:** „nėra vokiškos mokyklos. To tikrai trūksta“ (Vokietija), „tarptautinei bendruomenei yra svarbu tarptautinės mokyklos, o jų nėra daug, pasirinkimas ribotas“ (JAV).

## Studijos ir mokslas

Lietuva gali būti patraukli studentams iš užsienio keliose mokslo srityse – paminėtos medicina, techninių sričių studijos, Rytų Europos studijos: „čia yra daug studentų iš Vokietijos, studijuojančių mediciną, inžineriją“ (Vokietija), „žinau, kad daug atvažiuoja studijuoti mediciną Kaune“ (Prancūzija), „žinau studentų, gal ne iš Švedijos, studijuojančių aviaciją, <...> mediciną“ (Švedija); „žinau kinų, kurie studijuoja mediciną, komunikaciją ir kultūrą. Taip pat kažką panašaus į Sovietų Sąjungos kultūros, Rytų Europos studijas“ (Kinija). Iš atskirų universitetų paminėti KTU („manau, kad technikos universitetas Kaune yra aukšto lygio“ (Norvegija)) bei VDU, turintis mainų sutartį su viena Kinijos muzikos švietimo įstaiga.



**Apskritai studijų Lietuvoje patrauklumą skirtingi informantai vertino skirtingai. Teigta, kad jos gali būti patrauklios dėl palyginti nedidelių pačių studijų ir pragyvenimo išlaidų, saugumo, trečiosioms šalims – dėl galimybės studijuoti ES priklausančioje šalyje: „paklausiau – „Kodėl norite studijuoti Lietuvoje?“ Jie atsakė – „Nes ji yra ES narė ir man sakė, kad aukštosios mokyklos yra geros“. <...> matau, kad vis daugiau kinų studentų domisi studijomis Lietuvoje dėl nebrangių studijų, nedidelių pragyvenimo išlaidų ir saugumo“ (Kinija).**

**Vis dėlto, kai kuriems informantams Lietuva neatrodo patraukli studijoms šalis dėl menkesnės arba ne geresnės nei kitur studijų kokybės, nors šiuo klausimu nuomonės nesutapo: iš vienos pusės, kokybė vertinta kaip prasta, iš kitos, kad ji nėra bloga ir priklauso nuo konkretaus universiteto: „kadangi pati čia studijavau, nemanau, kad studijų kokybė yra labai gera, lyginant su kitomis Europos šalimis. Nerekomenduočiau čia studijuoti žmonėms, norintiems iš tikrųjų įgyti žinių“ (Kinija), „manau, kad aukštojo mokslo kokybė panaši kaip Estijoje. Nėra daug estų Lietuvos universitetuose, bet daug lietuvių Estijos universitetuose“ (Estija), „problema, kad yra gera universitetų ir blogų universitetų Lietuvoje. Ir tie blogi universitetai, apie kuriuose mes visi žinom, labai gadina vaizdą“ (Vokietija).**

**Lietuvos universitetai taip pat gali atrodyti nepatrauklūs dėl pasenusio mokymo būdo, paremto vienakrypte komunikacija: „nemanau, kad aukštasis mokslas yra patrauklus. Tai susiję su tuo, kaip yra mokoma. Bent jau žiūrint skandinavų akimis <...> tai yra vienakryptė komunikacija. Danijoje tai labai neįprasta, ten yra daugiau įsitraukimo ir dėstytojams užduodama daugiau kritiškų klausimų“ (Danija).**

#### 4. Gyventojai

##### Gyventojų savybės ir kompetencijos

**Gyventojus galima laikyti viena stipresnių Lietuvos įvaizdžio sričių: „žmonės yra stipriausia Lietuvos įvaizdžio dalis. Aš bendrauju su žmonėmis ir jie, o ne ekonomika, suformuoja mano įsivaizdavimą apie šalį“ (Kinija).**

**Darbo ir asmeninėje aplinkoje lietuviai dažniausiai vertinami teigiamai, nors pastebima ir darbui kiek trukdančių, tobulintinių savybių:**

- **Lietuviai įvardijami kaip malonūs, draugiški, mandagūs žmonės: „iš išorės lietuviai neatrodo labai draugiški, gana šalti. Bet viduje jie labai šilti žmonės. Ir labai mandagūs“ (Kinija);**
- **Lietuviai yra išsilavinę, darbštūs, punktualūs, nebijantys pokyčių, greitai prisitaikantys žmonės: „darbo jėgos pasiūla yra vienas iš Lietuvos privalumų. Gerai išsilavinę, su jais lengva dirbti. Nebijantys pokyčių, nes jūs patyrėte tiek pokyčių per paskutinius 25 metus, kad tai jums**



nebebaisu“ (Danija), „žmonės yra darbštūs, kuklūs ir pasirengę mokytis. Taip pat besididžiuojantys savo išsilavinimu <...> tai yra dalykas, kuriuo turite didžiulis“ (Švedija);

- **Lietuviai taip pat yra orientuoti į rezultatą:** „žmonės yra labai orientuoti į rezultatą, susitelkę į užduotį. Lietuvoje yra svarbu, koks tikslas, ko siekiame. Tai tikrai stiprus teigiamas veiksnys“ (JK);
- **Kalbant apie darbo kultūrą pastebima, kad lietuviams, ypač vyresnio amžiaus, dar vis reikia „nurodymų iš viršaus“:** „vyresnioji karta mėgsta nurodymus iš viršaus. Bet jaunesni nori daryti pokyčius ir įsitraukti“ (Latvija);
- **Neretai lietuviams matomi kaip individualistai, sunkiai pripažįstantys, kad jiems reikia kitų pagalbos:** „kur mums reikia įdėti daugiausia pastangų, tai [skatinti darbuotojus] dirbti kartu ir nebijoti prašyti pagalbos iš kitų. Nes atrodo, kad lietuviams priima kaip nesėkmę, jei jiems reikia paprašyti pagalbos“ (Norvegija).

#### Kalbant apie neigiamas lietuvių savybes, pastebima pora bruožų:

- **Jautrumo aplinkai, socialinės atsakomybės stygius:** „kartais trūksta socialinės kompetencijos. Atsakomybės jausmo, kad pasirūpintum kaimynu, arba žmogumi gatvėje, ar tiesiog kažkam padėtum. Dažnai to trūksta. <...> eini gatve, matai parkritusį žmogų, o kiti jį tiesiog apeina“ (Danija), „gal tai kultūrinis skirtumas. Mes Kinijoje labai rūpinamės vyresniosios kartos saugumu. <...> buvau nustebusi matydama, kiek daug senų žmonių žiemą eina per ledą su lazda ir niekas jiems nepadedą“ (Kinija);
- **Lietuviams taip pat būdingas nepilnavertiškumo jausmas, uždarumas, tolerancijos trūkumas, kuklumas:** „žmonės nėra atviri užsieniečiams, kurie atrodo kitaip negu lietuviams. <...> Nes yra gerai pasakyti, kad mes norim daug visko daryti, bet ar žmonės nori priimti užsieniečius? Ar Lietuva yra pasirengusi priimti turistus ne tik iš Vokietijos ar Anglijos, bet ir iš Kinijos, Afrikos ir visur kitur?“ (Prancūzija), „žmonės nėra labai atviri užsieniečiams. Neturiu galvoje kitaip atrodančių užsieniečių, bet apskritai užsieniečių“ (Švedija), „lietuviams nedrąsūs bendraudami su užsieniečiais. Pradėjus su jais bendrauti, jie pamažu darosi atviresni ir pradeda kalbėti daugiau“ (Kinija). Tačiau pastebima, kad ši nuostata po truputį silpnėja.

#### Lietuvos asmenybių vertinimas

Beveik visų šalių atstovai, kalbėdami apie žinomus Lietuvos žmones, pirmiausia minėjo Lietuvos prezidentę Dalią Grybauskaitę. Iš kitų asmenybių, kurios minėtos dalies informantų, galima įvardinti:

- **Sportininkai:** krepšininkai Šarūnas Marčiulionis, Arvydas Sabonis, Jonas Valančiūnas, taip pat kitų sporto sričių atstovai: Virgilijus Alekna, Benediktas Vanagas, Rūta Meilutytė;
- **Politikai ir buvę šalies vadovai:** Arvydas Brazauskas, Valdas Adamkus, Vytautas Landsbergis: „Landsbergis yra geriausiai žinomas. Jis buvo didelis žmogus Norvegijoje. Jo pavardė išsiskiria tarp visų lietuvių“ (Norvegija), „pirmiausia man į galvą ateina Landsbergis. Jis taip pat pristatė Japonijai Čiurlionio darbus [buvo išversta knyga], todėl manau, kad jis būtų potencialiausia asmenybė, norint skleisti lietuvišką dvasią Japonijoje“ (Japonija);



- **Menininkai: Mikalojus Konstantinas Čiurlionis, Stasys Eidrigevičius** („jis [Eidrigevičius] geriau žinomas Lenkijoje nei Lietuvoje. Lenkijoje jis gerai žinomas kaip rašytojas“ (Lenkija)), **Mirga Gražinytė-Tyla, Šarūnas Bartas, Antanas Sutkus, Oskaras Koršunovas, Eimuntas Nekrošius.**

## 5. Kultūra ir sportas

Lietuvoje užsieniečiams gerą įspūdį palieka čia vykstantys renginiai, jie lankytojus žavi išsaugotomis senosiomis tradicijomis, santykiu su gamta, tautinės tapatybės išraiška:

- **Tradicinės lietuvių šventės:** „pavyzdžiui, Joninės. Man tai buvo labai įdomu ir patrauklu. Tai taip natūralu ir „kieta“. <...> tradicinės dainos, šokinėjimas per laužą ir t. t. Man tai buvo turtinga patirtis“ (Lenkija), „festivaliai, susiję su gamta, tai japonams labai patinka <...> matau, kad lietuviai ir japonai panašiai skiria pirmenybę gamtai“ (Japonija), „turite unikalią kultūrinę tradiciją. Pažįstu fotografa, kuris sukūrė albumą, pristatantį visas tradicines Lietuvoje vykstančias šventes. Tiek daug švenčių visais metų laikais ir daug su jais susijusių ritualų. Tai nuostabu“ (Kinija). **Visgi, pastebima, kad skleidžiama nepakankamai informacijos apie Lietuvoje vykstančius renginius:** „ko man trūksta, tai kad jūs turite daug unikalių renginių, bet apie juos visai nerašoma Latvijos žiniasklaidoje. Pavyzdžiui, Kaziuko mugė. <...> 17 km. prekybos palapinių, niekur daugiau to nėra. <...> Tas pats apie „Tymo turgų“. <...> Turizmo valdininkams nerūpi to pateikti, kad latviai sužinotų“ (Latvija);
- **Dainų šventė:** „praėjusiais metais buvo dainų šventė. Tai buvo nuostabu. Buvau kartu su svečiais iš Bostono, jiems labai patiko. <...> visos tos dainos, dainavimas kartu, ir žmonės iš visos šalies suvažiuoja čia ir 9 val. viso pasaulio lietuviai gieda nacionalinį himną. Tokia ramybė. Tai tapatybės išraiška“ (Vokietija);
- **Valstybinių švenčių minėjimai:** „kovo 11 d. ir vasario 16 d. vyksta eisenos Gedimino prospektu ir fejerverkai. Tai labai autentiška patirtis. <...> Man patinka, nes tai rodo žmonių ir šalies vieningumą“ (Lenkija).

Taip pat žinomos šios meno sritys ir kūrėjai:

- **Dailė** – kai kuriose šalyse eksponuojami lietuvių dailininkų darbai, žinomas **Mikalojus Konstantinas Čiurlionis ir jo kūryba:** „šiuo metu [žinomas] Čiurlionis, man asmeniškai patinka jo darbai, tapyba. Japonijoje 1992 ar 1993 buvo surengta jo paroda, regis vienintelė. Labai gaila. Japonams patinka jo stilius. <...> Jei būtų skiriama daugiau pastangų populiarinti Čiurlionį, tai sudomintų daugiau žmonių“ (Japonija);
- **Muzika (šiuolaikinė ir liaudies)** – žinomi tokie šiuolaikiniai atlikėjai kaip **Jurgis Didžiulis:** „jis [Jurgis Didžiulis] neseniai net buvo pakviestas į vieną parodą Norvegijoje. Tokie žmonės kaip jis turi „teisingą“ energiją. <...> tokie daugialypio talento žmonės kaip jis gali reprezentuoti Lietuvą. Jis atskleidžia gerą Lietuvos energiją“ (Norvegija), **Ten Walls:** „turite tokį žmogų kaip Ten Walls, gerą, tarptautiniu mastu žinomą muzikantą“ (JK), taip pat – **lietuviškos sutartinės:** „[išskirčiau] visus ten





tuos dainavimus. Sutartinės ir visa tai yra labai įdomu“ (Prancūzija), „turite šokius, folklorą, chorus, muziką. Žinau, kad tai yra ir Latvijoje, Estijoje, bet čia man tai atrodo stipriau“ (Švedija). Taip pat minimi **muzikos festivaliai**: „man patinka modernūs festivaliai kaip gatvės muzikos festivalis. Patinka, kad visą vasarą Vilniuje vyksta festivaliai ir pasirodymai“ (JAV);

- **Tradiciniai amatai**: „rankų darbo gaminiai. Jie yra viso to [folkloro ir pan.] dalis. Džiovintos gėlės („verbos“) ir kita“ (Švedija);
- **Kulinarinis paveldas – žmonės domina tradicinė ir moderni Lietuvos virtuvė**: „aš aistringai domiuosi maistu, todėl man įdomu tyrinėti kulinarijos tradicijas ir istoriją. Geras pavyzdys buvo prieš porą metų Lietuvoje vykdyta viešųjų ryšių kampanija su „fusion“ maistu, kai žmonės darė tradicinius lietuviškus patiekalus užsienietišku stiliumi, pavyzdžiui sušis iš cepelinų. <...> Lietuvoje nėra maisto kultūros, bet yra nišų, kurios tikrai gali augti ir klestėti“ (JK);
- **Kinas, teatras – tačiau, kalbant apie lietuvišką kiną ar teatrą minimas kalbinis barjeras**: „britai paprastai nemėgsta žiūrėti filmų, kurie yra ne anglų kalba. Galvojant apie tokius kultinius filmus kaip „Zero“, „Zero 2“, jie tikrai galėtų patikti JK auditorijai, bet dėl to, kad jie yra ne anglų kalba, tai neveiktų“ (JK), „Lietuvoje nevaikštau į teatrą, nes jo nesuprantu [kalbos atžvilgiu]“ (Danija).

## Sportas

**Sporto srityje Lietuvą labiausiai garsina krepšininkai ir jų pasiekimai**: „krepšinis. Žmonės Danijoje žino, kad jums labai gerai sekasi krepšinis, kad tai nacionalinis sportas“ (Danija), „japonai žino, kad lietuviai stiprūs krepšinyje. Kalbėjau su japonu, besidominčiu sportu, ir kai paminėjau jam, kad važiuoju į Lietuvą, jis pasakė, kad Lietuva yra viena iš šalių, kurios komanda galėtų konkuruoti su JAV komanda“ (Japonija), „Kinijoje populiaru Lietuvos krepšinio komanda. <...> žymus krepšinio treneris – Jonas Kazlauskas – treniravo Kinijos nacionalinę rinktinę, ir toks susidarė Lietuvos įvaizdis“ (Kinija). **Ypač gerai žinomas Arvydas Sabonis**: „žinoma – Sabonis. Mes žinome viską apie Lietuvos krepšinį“ (Estija).

## 6. Turizmas

**Lietuvos gamta žavi savo natūralumu, ramybe**: „ateini į mišką, ir jis nėra sugadintas eilėmis augančių medžių, kaip Danijoje, kur viskas labai sutvarkyta. Matai, kad miškas nelietas gal 100 metų. Tai prideda malonumo būti gamtoje“ (Danija), „kad tuščia. Kad galima pabūti ramiai ir aplinkui nieko nėra. Ežeras, medžiai, ramybė. Tai dabar tampa prabanga pabūti vienam kažkur“ (Prancūzija), „beveik visur žmonės žino Vilnių, bet nesu tikras, kiek iš jų žino apie Lietuvos gamtovaizdžio grožį. <...> Tūkstančiai ežerų ir miškų. <...> Visos įmanomos gėlės, dabar žibutės, vėliau kačiukai, ieva, gegužė lubinai ir t. t.“ (Izraelis). **Net miestuose daug žalumos**: „net mieste matyti daug žalumos, visur miškai. Kinijoje tai reta, todėl tai gali būti labai įdomu“ (Kinija).

**Lietuva įvardinama kaip šalis, tinkama savaitgalio kelionėms, tam itin svarbi pigių skrydžių pasiūla**: „žinau, kad atvyksta daug savaitgalio turistų, bet tai susiję su skrydžiais, labai svarbūs pigūs skrydžiai. <...> visą laiką tvirtinčiau, kad ieškant, kur nuvykti ilgam savaitgaliu, reikia rinktis ne Rygą ar Talingą, bet Vilnių“ (Danija).



## Tarp kalbintų užsieniečių geriausiai žinomi, juos žavintys Lietuvos turizmo objektai yra:

- **Vilnius patraukia savo senamiesčiu, architektūra, bažnyčių gausa:** „Vilnius, jo senamiestis su visais pastatais ir puikiomis bažnyčiomis“ (Danija), „Vilnius yra gražus miestas, ypač lyginant su Ryga“ (Estija), „Vilnius yra viena iš geriausiai saugomų Europos paslapčių. Vilnius yra puiki turizmo vieta, bet niekas jo nežino“ (JAV), „senamiestis yra kupinas istorijos, gali praleisti daug laiko pasakodamas istorijas. Vilniuje geri pasivaikščiojimai su gidais“ (Vokietija), „kalbėjau su kinų turistais, jų nuomone Vilnius yra labai įdomus, o senamiestis labai skirtingas negu kitose šalyse“ (Kinija);
- **Birštonas, Druskininkai – ramia, atsipalaiduoti leidžiančia atmosfera:** „gali išvardinti visus pagrindinius Birštono SPA <...>. Bet rinkodara... Reklamuokite paketus ir bandykite atvežti daugiau žmonių. Buvau nustebug, kai sužinojau, kad izraeliečiai pirmauja pagal Lietuvoje praleistų dienų skaičių. <...> Bet skaičiuojant žmonių skaičiumi, jų yra nedaug. Todėl Birštonas ir Druskininkai turi sugalvoti, kaip prikviešti daugiau“ (Izraelis);
- **Trakai – pilimi:** „visada įspūdinga nuvažiuoti į Trakus ir apžiūrėti pilį“ (Norvegija);
- **Unikalios vietos – Kuršių nerija, Kryžių kalnas, piliakalniai:** „vertingos vietos, kurias galima reklamuoti, yra kopos, Nida, Kuršių nerija, Kryžių kalnas. Tai unikalios vietos“ (JK), „visos istorinės vietos. Daug istorinių piliakalnių. Ir tokių yra labai daug Lietuvoj. Kai važiuoji po visą Lietuvą, tai matyti labai daug istorijos ir tada supranti geriau kultūrą“ (Prancūzija);
- **Bažnyčių įvairovė visoje Lietuvoje, ne tik Vilniuje:** „nesvarbu, kuria kryptim eisiu, praeisiu daug bažnyčių. Nė viena iš jų nepanaši į kitas. Medinės bažnyčios, apvalios bažnyčios. Maišiagaloje [iš tikrųjų – Sudervėje] apvali bažnyčia, taip pat Dūkštose graži bažnyčia, ir ji visai kitokia nei Maišiagaloje. Manau, kad tai gali pritraukti žmones“ (Izraelis);
- **Kavinės, restoranai – didelis pasirinkimas, maloni atmosfera ir aptarnavimas, maisto kokybės, kokybės ir kainos santykis:** „ypač miesto infrastruktūra – kavinės, restoranai. Tu gali gerti vyną beveik iki ryto. <...> Tai taip itališka. Kaip Italijoje, kur vietiniai su šeimomis eina į kavines, restoranus. Juokinga, kad Lietuva taip toli šiaurėje, bet elgesys kartais primena Italiją“ (Lenkija), „restoranuose [aptarnavimas] žymiai geresnis [nei Estijoje]. Čia su manimi elgiasi kaip su karaliumi, padavėjams klientas yra pats svarbiausias“ (Estija), „restoranai. Užsienyje nėra žinoma, kad čia toks kokybiškas maistas ir už prieinamą kainą“ (JAV).

## Kiti potencialą turintys turistiniai objektai ir galimybės:

- **Kaunas paminėtas kaip mažai žinomas, tačiau turintis daug potencialo:** „Kaunas yra įdomus, bet ne taip gerai žinomas. Jis turi daug potencialo architektūros atžvilgiu“ (Vokietija);
- **Ekologiškas ir tvarusis turizmas – panaudoti natūralios, švarios gamtos išteklius:** „vasarą, kai matai tiek gandrų, tai nuostabu, nes tai ženklas, kad žemės ūkis dar ne viską sužlugdė“ (Danija), „žmonėms iš senesnių Europos šalių gamta yra didelis traukos veiksnys. Čia švaru, mažiau taršos,



*nėra transporto kamščių“ (Lenkija), „[turizmas] turėtų būti tvarus, reikėtų galvoti iš žiedinės ekonomikos perspektyvos, galvoti apie klimatą. Galima įtraukti fermerius, galima vykdyti turizmą, bet pagalvoti ir daugiau. Turite beveik nepalietą gamtą“ (Švedija), „man čia labai patinka švarus oras ir vanduo, sveikas maistas. Tai fantastiška“ (Kinija);*

- **Patirčių turizmas, pvz., skrydžiai oro balionais:** *„galima reklamuoti oro balionus, Lietuvoje jie labai populiarūs. <...> Pas mane atvažiuoja daug draugų ir kai jie pamato balioną, jie klausia, „ar aš galiu tai išbandyti?“ Lietuvoje tai galima, Estijoje – ne“ (Estija), „pasiskraidymas oro balionu yra labai patrauklus... Turiu draugų, kurie važiavo į Turkiją vien dėl paskraidymo balionu. Čia yra balionų ir tai nuostabu“ (Kinija);*
- **Muzikos koncertai ir festivaliai:** *„gerai, kai gali atvažiuoti ir ką nors pamatyti ar padaryti. Lietuva matoma kaip gera vieta muzikos atžvilgiu <...> daugiausia džiazos žanre. Gana daug koncertų. Kaunas tuo garsėja“ (Norvegija);*
- **Edukaciniai užsiėmimai, pvz., šakočio kepimas:** *„aš atsimenu, kai pirmą kartą grįžau su šakočiu į Prancūziją ir dovanojau jį savo namiškiams. Jie sakė „ai, tu važiavai į kalnus, į Pirėnus, nes ten irgi daro šakotį“. Ir sako: „šakotis - prancūziška tradicija“. O, iš tikrųjų, čia lietuviai atvežė tą receptą ir paliko prieš kelis šimtus metų“ (Prancūzija).*

#### Turizmo infrastruktūra įvardinama kaip pakankamai gera:

- **Teigiamai vertinamos apgyvendinimo galimybės, geras kainos ir kokybės santykis:** *„nakvynės galimybės geros. Labai geras kokybės ir kainos santykis. Palyginus su tuo, ką už tuos pačius pinigus gautum Vakarų Europoje, kokybė yra nepaprastai gera“ (Latvija).*
- **Informaciją lengva rasti internete:** *„viską lengva rasti internete. Manau, kad Lietuva nepaprastai gerai išsivysčiusi interneto atžvilgiu, kalbant apie informacijos pateikimą internete ir pasinaudojimą tomis galimybėmis“ (Danija).*

#### Visgi, pastebima ir tobulintinių infrastruktūros aspektų:

- **Trūksta skrydžių į Lietuvą, ypač pigesnių ir tiesioginių, galimybės iš kaimyninių šalių atvykti traukiniu:** *„man kelionė į Varšuvą yra lyg košmaras. Skrydžiai yra labai brangūs <...> Važiuoju autobusu, bet kelionė trunka 8 valandas. <...> Iki 2 pas. karo kelionė iš Vilniaus į Varšuvą trukdavo 5 su puse valandos, todėl to [traukinio] labai laukiu“ (Lenkija), „visi skundžiasi, kad neturite nacionalinių oro linijų“ (Latvija);*
- **Turistams ne visada patogus susisiekimas šalies viduje:** *„mes žinome, kad Lietuvoj be mašinos yra labai sudėtinga gyventi. Tai manau, turistams yra tas pats. Jeigu mes kalbam apie tai, kad tie žmonės turi galimybę laisvai apsispręst, ką jie nori šiandien ar rytoj padaryt, transportas yra svarbus reikalas, nes kitaip jie yra pririšti prie vienos vietos. Yra aišku ten „Rent a car“, ir t. t., ką galima padaryt, bet vis tiek, yra apribotos galimybės judėt“ (Vokietija); iš dalies tai kompensuoja susisiekimas autobusais: „autobusų sistema labai gera“ (Vokietija, kitas informantas);*





- **Tualetai:** „turite prideramai įrengti tualetus, kad žmonės jaustųsi gerai. Kai turite 50-60-mečių vokiečių turistų grupę, ir jie sustoja išgerti kavos, jie nenori atėję rasti skylės žemėje. Šis dalykas ne visada gerai sutvarkytas“ (JK);
- **Nedaug neįgaliesiems pritaikytų objektų:** „senamiestis nėra gerai prieinamas [neįgaliesiems]. Būdamas Londone, visur aplink matai žmones neįgaliųjų vežimėliuose, bet Vilnius nėra gerai prieinamas. Pavyzdžiui, restorane yra tualetas rūsyje, tai jei sėdi neįgaliojo vežimėlyje...“ (JAV);
- **Gatvėse, prie lankytinų objektų trūksta informacijos anglų kalba. Taip pat ir aptarnaujantis personalas kartais nekalba angliškai:** „parkų ir kitų viešų vietų infrastruktūra – stendai ar ženklai surašyti lietuviškai, net ne angliškai. Žmonės ateina padaryti nuotraukos, bet net negali suprasti, kas tai yra“ (Kinija), „supermarketuose niekas nekalba angliškai, nėra angliškų užrašų apie maistą. Užsieniečiui sunku“ (Kinija);
- **Kai kurių užsienio šalių piliečiams sudėtinga vizų išdavimo tvarka:** „kai prašai JAV, JK ar Japonijos vizos, tik užpildai formą internetu, tau paskiria susitikimą internetu ir sumoki internetu. <...> Lietuvos ambasadoje tai didelė problema. <...> Negalima susimokėti internetu, turi eiti į banką ir atnešti čekį. Tai beprotybė. Ir, kadangi aš negyvenu Pekine, man reikia važiuoti ten, kad pateikčiau prašymą. Tada jie neatsiunčia vizos, reikia dar kartą važiuoti į Pekiną. <...> Tai absurdiška (Kinija).

## PALYGINIMAS SU KITOMIS ŠALIMIS REGIONE

**Šalys konkurentės regione.** Lietuva dažniausiai lyginama su Latvija, Estija ir Lenkija: „[konkruoja su] Latvija ir Estija“ (Lenkija), „konkuruoja su Latvija ir Estija, [dėl verslo investicijų] su Lenkija“ (Norvegija), „Baltijos šalys, ypač Estija“ (Japonija), „Estija, Latvija, Lenkija“ (Vokietija), „galbūt Lenkija“ (Estija).

**Baltijos šalys daugumoje šalių suvokiamos kaip vienas regionas ir painiojamos tarpusavyje:** „užsieniečiams trys Baltijos šalys yra kaip viena“ (Lenkija), „manau, kad [visos Baltijos šalys] vis dar stipriai suvokiamos kaip Baltijos šalys. Todėl žmonės realiai gali manyti, kad Talinas yra Vilniaus sostinė. Žmonės nežino, kas yra ko sostinė ir kas kam priklauso“ (Norvegija). **Šį regioną apjungia bendra kultūra:** „Negaliu lyginti, nes regionas yra labai panašus. Mūsų kultūra yra beveik tokia pati“ (Estija).

**Arčiau susipažinus matomi ir nemaži skirtumai:**

- **Religija:** „kas iš tiesų skiria jus nuo kitų, tai yra religija. Jūs katalikai, o Estija yra visiškai nereliginą šalis. Tai yra tikrai didelis skirtumas tarp Šiaurės ir Pietų“ (Danija), „Lietuvoje katalikybė yra svarbi. Ji nėra susijusi su politika, bet daro didelę įtaką žmonių mentalitetui“ (Vokietija).
- **Etninė sudėtis:** „kai žinai truputį daugiau, supranti, kad gyventojų sudėtis yra labai skirtinga. Bet tą reikia žinoti. Turiu galvoje, kad Latvijoje rusiškai kalbančių gyventojų dalis yra nepalyginamai didesnė (Švedija);
- **Dydis, dėl kurio Lietuva gali pasiūlyti daugiau galimybių verslo ar turizmo srityje:** „jūs esate didesni nei kitos dvi [Baltijos] šalys“ (Danija), „galime pasiūlyti šiek tiek didesnę [verslo] ekosistemą, daugiau paslaugų, daugiau talentų ir t. t.“ (JK);



- **Gyventojų charakteris:** „čia žmonės yra lankstesni nei Estijoje“ (Danija), „estai nepanašūs j kitus. <...> Jie skandinaviškesni. Jie tuo didžiuojasi ir viešinasi. <...> Jie turi truputį snobiškumo. <...> Latviai panašesni j lietuvius nei j estus“ (Lenkija).

**Bendro žinomumo prasme Lietuva nusileidžia Estijai:** „Estija yra šiek tiek toliau priekyje, taip pat ir dėl to, kad jie nebijo pasisakyti „mes esame geriausi“. <...> Jie gerai užsiima šalies rinkodara su visais tais elektroniniais dalykais, <...> todėl, deja, jie geriau žinomi negu mes [Lietuva]“ (Danija), „Estija yra skaitmeninė šalis. Aš nežinau dėl Lietuvos, manau, kad Lietuva irgi yra labai pažengusi, bet nėra identifikuojama kaip tokia“ (Švedija).

**Turizmo srityje Lietuva taip pat mažiau žinoma nei Latvija ir Estija, sunkiau pasiekama, bet jau lyginant su Latvija:** „Latvija yra didžiausia konkurentė, nes Ryga yra aiškiausia turizmo kryptis ir taip pat pirmąja susisiekimo atžvilgiu“ (Norvegija), „manau, kad Talino senamiestis žinomas geriau nei Vilniaus senamiestis“ (Danija), „Ryga yra „kieta“, bet tai todėl, kad jie žino Rygą. O Vilnius... Niekas nesako, kad Vilnius blogas, nes jie tiesiog nežino Vilniaus“ (Latvija). **Visgi išsakoma ir kita nuomonė, kad Estija pradeda prarasti pozicijas turizmo srityje:** „manau, kad Estija smarkiai atsilieka turizmo srityje, išskyrus suomių atžvilgiu. Likusi Europos dalis teikia pirmenybę Latvijai arba Lietuvai“ (Norvegija).

**Verslo srityje kai kurie informantai Latviją ir Estiją vertino kaip stipresnes prekybos partneres nei Lietuvą:** „tarp Latvijos ir Kinijos yra daugiau verslo ryšių. <...> daugiau žmonių žino [Estiją], nes su ja vyksta prekyba mediena, baldais“ (Kinija). Tačiau kai kurių teigimu, pastaruoju metu Lietuva yra aplenkusi Latviją ir priartėjusi ar net pasivijusi Estiją: „verslo atžvilgiu <...> labai aišku, kad daugeliu ekonomikos aspektų Latvija atsilieka, o Estija kai kurias atžvilgiais pirmąja“ (JK), „kai atvykau čia 2004 m., Estija pirmavo kokiais 5 metais. Bet nemanau, kad tas skirtumas vis dar yra, manau, kad Lietuva Estiją pasivijo“ (Danija). **Visgi matomos sritys, kur Lietuvai dar reiktų pasitempti:** „Estija pirmąja suvokimo atžvilgiu, dėl „Skype“ ir panašių sėkmės istorijų. Jie yra arčiau Suomijos, jie turi geresnį susisiekimą, pažangesnę vyriausybę. Pagal mano patirtį dirbant su vyriausybėmis visose trijose šalyse, bankų ir finansų srityje, Estija aiškiai pirmavo, reguliuojančios institucijos buvo proaktyvios ir pažangiai mąstė, o Lietuvoje jų mąstymas vis dar buvo „kaip nubausti ir neleisti“ (JK).

**Lietuva vertinama kaip palankesnė investicijoms šalis nei kitos Baltijos šalys:**

- **Palanki vieta gamybai:** „bent jau kalbant apie gamybą, Lietuva man visada atrodo gera vieta“ (Danija);
- **Geresnė verslo kultūra nei Latvijoje:** „man Latvija atrodo ne tokia dinamiška kaip kitos dvi šalys, matau ten daug pasyvumo. Matau didesnę Rusijos įtaką, kuri man atrodo neigiama, dėl kurios yra daugiau neskaidraus verslo ir mažiau vakarietiško verslo praktikų“ (JK);
- **Nors Estija turėjo geresnes startines pozicijas dėl Suomijos investicijų** („Estija jau buvo pažengusi dėl suomių įtakos, iš jų atėjo didžiulės investicijos“ (Danija), tačiau tai kaip tik sumažina jos patrauklumą kitų šalių investicijoms: „mus labiau domino Lietuva nei Estija, nes Estija buvo



labiau susitelkusi į Suomiją. <...> Todėl Lietuva turėjo stiprias pozicijas iš norvegų, švedų ir danų interesų perspektyvos“ (Norvegija);

- **Išvystyta verslo ekosistema (ankstesnės investicijos, žmonės):** „Lietuva buvo vertinama kartu su Latvija ir Estija. Ji [pralenkė] dėl kalbų mokėjimo ir jau padarytų investicijų“ (Norvegija), „kodėl investicijos daromos Lietuvoje, o ne Estijoje? Nes galime pasiūlyti truputį didesnę ekosistemą, platesnę paslaugų pasiūlą, daugiau talentų ir pan. Tuo turėtumėm rūpintis ir tai auginti ir toliau“ (JK).

**Su Lenkija Lietuva konkuruoja verslo, gamybos srityje:** „manau, kad didžiausia konkurentė yra Lenkija, nes turi daugiau gyventojų. Lenkijoje išlieka žemesnės darbo užmokesčio sąnaudos, o tai daro juos konkurencingesniais. Taip pat yra daugiau prieinamų išteklių. Jie irgi turi daug žmonių, pagyvenusių užsienyje, išmokusių kalbų ir sugrįžusių atgal. <...> Taip pat jie stiprūs gamybos inžinerijos srityje“ (Norvegija).

**Aptariant Lietuvos konkurenciją su Latvija ir Estija, pabrėžiama idėja, kad Baltijos šalys turėtų bendradarbiauti, prisistatydamos pasauliui:** „turėtumėt nustoti konkuruoti ir pamatyti, kad yra naudinga būti kartu“ (Švedija). **Palankiausia sritis bendradarbiauti yra turizmas:** „Lietuva yra maža ir konkuruoja su Latvija ir Estija. Matau tiek daug būdų, kaip būtų galima bendradarbiauti su Latvija ir Estija ir reklamuoti save kaip Baltijos, o ne atskiras šalis. <...> Prieš kelis metus kalbėjausi su Vokietijos turizmo asociacija ir jie sakė, kad apie 85 proc. turistų rinkęsi apvažiuoti visas tris Baltijos šalis“ (JK), „turistams Baltijos šalys paprastai parduodamos kaip paketas <...>“ (Kinija). **Tačiau toks bendradarbiavimas nėra palankus verslo srityje, siekiant pritraukti investicijas, tarptautinius talentus:** „kai kurios estų įmonės daro puikius dalykus, yra daug tarptautiškesnės, todėl, jei norime konkuruoti su jomis, į Vilnių reikia pritraukti daugiau talentų iš užsienio. <...> Taip, mes ir toliau turėtume konkuruoti“ (JK).

## LIETUVOS POZICIONAVIMO REKOMENDACIJOS

**Bendriausia informantų pateikta rekomendacija yra išgryninti Lietuvos įvaizdį ir pasauliui norimą išsiųsti žinutę:** „nuspręsti, kokiai komandai nori priklausyti, gal jau priklausai, o gal ne. Pasirinkti. Bet bent jau turėti tą patį pranešimą“ (Švedija). **Svarbu, kad ši išgryninta žinutė turi būti ne tik komunikacinis pranešimas, bet ir atspindėti Lietuvos identitetą, taigi tas išgryninimas turi vykti pirmiausia viduje:** „reikia atrasti, ką mes tikrai norime pasiūlyti pasauliui. <...> turi būti ir labai aiški pagrindinė kryptis. O dabar atrodo, kad bandom taip, bandom taip, bandom taip, ir kur pavyks, tokie ir būsim. Aš nepastebiu [vieno] to „aš esu lietuvis dėl to, kad...“. Nu tokio, kad būtų „proud of“. <...> Tai, aš manau, reikėtų atrasti šitą identitetą. Bet tai turi nuspręsti žmonės“ (Prancūzija).

**Susijusi bendro pobūdžio rekomendacija – lietuviams atsikratyti kuklumo, kurį paminėjo ne vienas informantas, pradėti didžiuotis savo šalimi, nebijoti ja girtis ir drąsiau reklamuotis:** „jei lietuviams pavyktų truputį labiau didžiuotis savo šalimi, tai būtų svarbus pirmas žingsnis. Lietuviai daug skundžiasi



Lietuvos Respublikos Vykrausybės kanceliarija



RINKODAROS IR  
KOMUNIKACIJOS  
MOKSLŲ INSTITUTAS



socialinių  
inovacijų  
institutas



*Lietuva. O yra tiek daug dalykų, kuriais galima didžiutis“ (Izraelis), „mes turime tiek šaunių dalykų, bet esame per drovūs apie juos papasakoti. Nepakankamai save parduodame. <...> turite viską, ko reikia, tik reikia apie tai komunikuoti“ (Latvija).*

**Pateiktos kelios konkretnės rekomendacijos dėl Lietuvos įvaizdžio stiprinimo priemonių:**

- **Panaudoti nuomonių lyderius, suteikiant jiems galimybę apsilankyti Lietuvoje:** „surinkčiau 5-6 žmonių grupę, atskraidinčiau juos čia, suorganizuočiau susitikimus su įvairiais žmonėmis, ir atgal jie grįžtų visiškai pasikeitę. <...> Dėl to, kad jie būtų labai nustebę čia atsidūrę ir pamatę nuostabų senamiestį, puikius restoranus, vis dar padorias kainas, gerus viešbučius, gerą kultūrinį gyvenimą, ko nesitikėjo. Būtinai surengčiau tokias keliones žmonėms, kurie yra įtakingi Danijoje“ (Danija); **Tokia tiesiogine patirtimi paremta priemonė buvo taikyta Izraelio atveju, kai į Lietuvą buvo pakviesti žurnalistai:** „Tai buvo Lietuvos iniciatyva, mes irgi dalyvavome panašiose iniciatyvose. <...> Prieš kelias savaites grupelė Izraelio žurnalistų, rašančių kultūros temomis, lankėsi Lietuvoje ir grįžę rašė apie Lietuvos kultūrą“ (Izraelis);
- **Ne tik informuoti, pateikiant faktus, bet pasakoti istorijas, išgryninti Lietuvos “vertės pasiūlymą”:** „pasakoti istorijas. Per žiniasklaidą, internetą. Tai nekainuoja labai daug. Trūksta istorijos. Nes latviams nereikia aiškinti, kur žemėlapyje yra Lietuva. Mes žinome Vilnių, Kauną, „Žalgirį“, Kuršių neriją. Bet papasakokite, kodėl mes turime čia atvažiuoti. <...> Paimkite čia apsilankiusius latvius, paklauskite jų ir pristumkite į vietinę žiniasklaidą“ (Latvija); „tas „G-spot“ yra taip, kad žmonės sužinojo, kad yra toks dalykas, kaip Lietuva, kažkas ypatinga. Bet po to iš karto turi būti tas „value proposition“. Gerai, sužinojom, yra Vilnius, o kodėl man atvažiuoti?“ (Vokietija);
- **Panaudoti sėkmės istorijas, konkrečių asmenų ir įmonių pavyzdžius:** „konkrečių žmonių pavyzdžiai, apie žmones iš įvairių lygmenų, susitelkiant į čia investavusių įmonių sėkmės istorijas“ (JK), „paslaugų centrai yra tipinė sėkmės istorija, kurią galima akcentuoti. Tu nori savo „support“ o“ čia, „outsourcing“ kažką, tau yra nepatogu tai padaryti Indijoje, kažką panašaus. Tai čia Lietuvoje galima, nes ir infrastruktūra yra, ir žmonės yra, yra jau nemažai sėkmės istorijų, kurias galima tiesiog kopijuoti ir viskas“ (Vokietija);
- **Komunikacijai panaudoti oro uostą, siekiant užtvirtinti išvykstančių teigiamą įspūdį apie Lietuvą ir paskatinti juos skleisti žinią apie Lietuvą grįžus:** „nėra nieko geriau už oro uostą, nes pro jį atvyksta žmonės. O pagrindinis šaltinis yra grįžtantys namo, kurie norėtų atvykti dar kartą. Jie galėtų su savimi pasiimti daugiau žmonių. Tada beveik nereikia rūpintis rinkodara tose šalyse, tik pasirūpinti, kad čia atvykusieji liktų labai patenkinti ir norėtų grįžti, ir pasiimtų su savimi daugiau draugų“ (Norvegija);
- **Verslo srityje paminėta ir nekomunikacinė priemonė – mokesčių iniciatyvos, siekiant paskatinti įmones pritraukti aukštos kvalifikacijos užsienio darbuotojus. Tai padėtų transformuotis iš gamybos link finansinių technologijų, inžinerijos ir pan. sričių:** „būtų prasminga taikyti paskatinimo priemones verslo žmonėms, kad jie atvyktų čia dirbti įmonėse. <...> Norint iš gamybos šalies transformuotis į pasaulinį inžinerijos, finansinių technologijų mazgą, jums reikia pritraukti



Lietuvos Respublikos Vykardos kanceliarija



RINKODAROS IR  
KOMUNIKACIJOS  
MOKSLŲ INSTITUTAS



socialinių  
inovacijų  
institutas



*tuos žmones, kurie paprastai gauna didesnius atlyginimus. <...> Todėl vertėtų sumažinti tą 59 proc. mokestį, kuris dabar čia yra“ (Norvegija).*

**Tyrimo dalyvavę užsieniečiai, gyvenantys Lietuvoje, rekomendavo nepozicionuoti Lietuvos kaip Rytų Europos šalies, nes tai kelia neigiamas asociacijas (Sovietų Sąjunga, Rusija, posovietinėms šalims priskiriami skurdo, nusikalstamumo ir kt. stereotipai), nekuria pozityvios ir šiuolaikinės šalies įvaizdžio. Pastebima, kad Lietuva nuo Nepriklausomybės atgavimo laikų padarė labai didelę pažangą, tapo modernia europietiška šalimi: „kai atvažiuavau čia prieš 10 metų, labai visur jaučiau Sovietų Sąjungą, o dabar jau nebe“ (JAV), „žinoma, tikėjau, kad Lietuva atrodys kaip Rytų Europos šalis, posovietinė ir su visu istorijos bagažu, bet nustebau, kad ji visai nėra posovietinė, bet labiau panaši į Skandinavijos ar kitas Vakarų Europos šalis“ (Lenkija).**

**Siekiant atsikratyti susiejimo su Rytų Europa siūlomos trys išeitys:**

- 1. Lietuvą sieti su Centrine Europa:** „būtų labai gerai susikurti įvaizdį, kad Lietuva yra Centrinėje Europoje. <...> Tai padėtų jums šiek tiek atsiriboti nuo Rusijos“ (Norvegija).
- 2. Kurti sąsajas su Šiaurės Europa, nes tai yra gyvenimo kokybės ir pasaulėžiūros, prie kurių Lietuva artėja, garantas:** „daug metų gyvenau Švedijoje ir matau daug mentaliteto panašumų“ (Vokietija), „Lietuva turėtų judėti link Skandinavijos, taip pat Latvija ir Estija. Susikurti stiprią sąsają. Dabar tai nevyksta, ir iš daugelio dalykų matau, kad jūs labiau judate link Lenkijos, bet aš nemanau, kad tai gera mintis“ (Danija). **Tačiau yra ir prieštaraujančių tokiai krypčiai, teigiant, kad Lietuvai toli iki Skandinavijos šalių:** „Baltijos šalys suvokiamos kaip Skandinavijos šalių kaimynės, bet ne kaip Šiaurės šalys. Manau, kad jūsų geografinę padėtį [Europos centras] lengviau parduoti, negu pateikti Lietuvą kaip Šiaurės šalį“ (Norvegija).
- 3. Lietuvos iš viso nesieti su Rytų, Šiaurės ar Centrine Europa, tiesiog su Europa:** „pateikti Lietuvą kaip Europos šalį. Ne Baltijos, ne Šiaurės, bet Europos. <...> Ji yra kylanti Europos žvaigždė, todėl nepozicionuočiau jos kaip Baltijos šalies, nes jei nuvažiuosite į Ispaniją, jie nežinos, kas tai yra „Baltijos“ (JAV).

**Pasiūlytos kitos rekomendacijos dėl Lietuvos komunikacijos turinio ir šalies pozicionavimo:**

- Kelių šalių informantai išskyrė ekologiją kaip Lietuvos pozicionavimo galimybę:** „be abejonės, ekologija. Švarus vanduo, švarus oras, maistas“ (Lenkija), „japonams Lietuva atpažįstama kaip gamtos šalis, bet, kad panaudotų tą stereotipą, Lietuva turėtų akcentuoti konkrečią vietą ar veiklą, SPA Druskininkuose, lino dirbtuvės, kažką tokio tikslesnio, kad būtų galima pritraukti japonus“ (Japonija), „jūs dar nesate ten, bet jau netoli – galėtumėte reklamuotis kaip ekologijos šalis. <...> Man Lietuva atrodo stebėtinai sveika šalis. Paleidžiate vandenį iš krano ir galite jį gerti“ (Vokietija), „kultūra ir ekologija. Nes dabar mes [kinai] bandome savo šalį padaryti šveresne ir žalesne“ (Kinija).
- Kaip konkretus hipotetinis pavyzdys, kaip būtų galima kurti tokį Lietuvos įvaizdį, pateikta idėja tapti pirma šalimi be plastikinių pakuočių:** „supermarketuose, „Maksimoje“ ar „Rimi“, vyksta





plastiko orgijos. <...> Kitos Europos šalys eina link to, tik klausimas, kuriems pirmiesiems pavyks pakeisti apsipirkimo įpročius. Jei vienas ar visi supermarketai susitartų, kad nebepakuos vaisių plastikinėse pakuotėse, ir paprašytų to nedaryti vartotojų, kad būtumėte pirmieji Europoje“ (Vokietija);

- **Išsakyta nuomonė, kad reikėtų akcentuoti teigiamus dabartinės šalies situacijos aspektus, o ne istoriją:** „reikia labiau kalbėt apie savo praeitį 10-15 metų pasiekimus, negu apie istoriją seną, kuri niekam neįdomi, kurios niekas nežino ir kuri neturi to ryšio su kontekstu. Savo jėgom įstoti į Europos Sąjungą, ir eurą gaut, ir „fintechą“ daryt. Taigi iš nieko viskas tai atsirado. Arba, kad tūkstančiais važinėja Lietuvos vairuotojai su moderniom fūrom per visą Europą ir daro tai geriau negu kiti. <...> Nes tai yra tai, kas iš tikrųjų buvo padaryta, tai yra tos pasekmės iš tų gerų lietuvių savybių“ (Vokietija);
- **Vis dėlto, pristatant istoriją, pateiktas siūlymas akcentuoti senesnę Lietuvos istoriją iki nepriklausomybės atkūrimo, Lietuvos vaidmenį Europos istorijoje:** „mes galvojame, kad Lietuvai 100 metų, bet ne, čia yra tik restoration of independence. Aš manau, kad Lietuvos istorija yra ir tai, kas pasiekta anksčiau. <...> Sakyčiau, tas istorinis momentas nėra pakankamai išnaudojamas. Ir ta lietuvių kultūra, inteligentija, ir mąstymas, ir tas istorinis... Prancūzijoje mes nežinome, kad Lietuva buvo nuo Baltijos jūros iki Juodosios. Kaip padaryti, kad Lietuva būtų žinoma kaip istoriškai svarbi šalis“ (Prancūzija);
- **Tose šalyse, kuriose Lietuva vis dar siejama su buvusia Sovietų Sąjunga, akcentuoti, kad Lietuva yra ES priklausanti valstybė, atskleisti jos dabartinę padėtį:** „daugeliui kinų Lietuva vis dar yra Sovietų Sąjungos valstybė. Pirmiausia reikia pakeisti tą įvaizdį ir parodyti, kad Lietuva jau yra Europos dalis. <...> Mūsų įsivaizdavimu, Sovietų Sąjunga yra raudonų plytų, tankiai apgyvendintas daugiabutis... Todėl reikia parodyti vasarą, Lietuvos gamtą, ir kad čia yra tikrai gražu. <...> Nepainiokite mūsų su rusais“ (Kinija);
- **Pateikti Lietuvą kaip geografinį Europos centrą:** „manau, būtina turėtumėte pabrėžti [Europos centrą]. Tai, kad gali nuvažiuoti į Europos centrą, kai kuriems žmonėms atrodo labai smagu. <...> Tai galėtų būti teigiamas įvaizdžio aspektas, kurį galima parduoti“ (Norvegija);
- **Atkreipti į Lietuvoje tvyrantį dinamiškumą, daugelio atvirų galimybių jausmą:** „vienas iš man labiausiai patinkančių dalykų yra pokyčių jausmas. Lietuva patiria neįtikėtinus pokyčius ir labai įdomu būti jų dalimi. Ji labai dinamiška, žmonės yra dinamiški, labai orientuoti į rezultatus ir susitelkę į tai, kaip pasiekti tikslus“ (JK);
- **Kiti informantai kalbėjo apie įvairių teigiamų aspektų akcentavimą, kurie priklauso nuo tikslinės grupės – komunikaciją apie palankias gamybos ir verslo sąlygas, išsilavinusius darbuotojus; Vilniaus kavinių kultūrą ir kt.**

## APIBENDRINANČIOS ASOCIACIJOS

Interviu metu, apibendrinant aptartas Lietuvos įvaizdžio dimensijas, respondentų buvo prašoma pasakyti, kokios asociacijos jiems kyla, galvojant apie Lietuvą kaip šalį, kaip verslo šalį ir kaip turizmo šalį. Toliau apibendrinamos paminėtos asociacijos.



Lietuvos Respublikos Vyriausybės kanceliarija



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

K O  
G

RINKODAROS IR  
KOMUNIKACIJOS  
MOKSLŲ INSTITUTAS



socialinių  
inovacijų  
institutas

**N** norstat



Lietuvos Respublikos Vykauisybės kanceliarija



socialinių  
inovacijų  
institutas



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

### Lietuva, kaip šalis:

- **Maloni vieta gyventi, maloni, gamtos šalis:** „labai maloni šalis gyventi“, „gerumas, gamta“;
- **Maža, puiki, graži, įdomi:** „mažai gyventojų“, „maža ir graži“, „graži“, „puiki“, „įdomi“;
- **Moderni, turinti daug galimybių, progresyvi:** „daug galimybių“, „turinti daug potencialo“, „moderni, progresyvi, greitai besikeičianti“;
- **Mažai žinoma:** „geriausiai saugoma Europos paslaptis“.

### Lietuva, kaip verslo šalis vertinama dvejopai:

- **Dinamiška, potenciali, pilna galimybių:** „turinti daug potencialo“, „galimybės“, „potenciali investicijų šalis“, „dinamiška, progresyviai mąstanti ir atvira verslui“, „Lietuva kaip verslo šalis turi rimtus darbuotojus. Europos centre. Geras kalbų mokėjimas“, „pranašumas atlyginimų, infrastruktūros, logistikos atžvilgiu“, „būsima Šveicarija ar Singapūras“, „daug stipriau negu tie visi gigantai Vakarų Europoje“;
- **Nepakankamai pastebėta, turinti daug iššūkių, stokoianti darbo jėgos:** „nepakankamai pastebėta“, „turinti iššūkių“, „trūksta resursų, nes žmonės vis dar palieka Lietuvą“.

### Lietuva, kaip turistinė šalis taip pat vertinama dvejopai:

- **Graži, maloni, patraukli, spalvinga, ideali, fantastiška, įspūdinga:** „teikianti malonumą, maloni“, „spalvinga šalis“, „patraukli“, „ideali šalis“, „fantastiška“, „graži, įspūdinga, tikrai verta“;
- **Neištyrinėta, nepristatyta pasauliui, potencialas neišnaudotas:** „neištirta“, „tik potencialas, todėl yra erdvės plačiau pristatyti pasauliui“, „turi vertingų išteklių, kuriuos dar reikia paversti vertinga patirtimi užsienio turistams“, „dar daug žmonių turi ją atrasti“, „yra nežinoma teritorija, per mažai žinoma teritorija“.





## Priedai

### 1 priedas. Informantų sąrašas

Eil. nr.	Informanto vardas ir pavardė	Šalis, iš kurios atvyko	Kiek laiko gyvena Lietuvoje (metais)	Veiklos sritis	Pagrindinis atrankos kriterijus (veiklos sritis, pareigos arba prekės ženklų dimensija)
1.	Steen Trondhjem Nielsen	Danija	9	Danijos prekybos rūmų Lietuvoje pirmininkas	Asociacijų vadovai
2.	Martin Mägi	Estija	6	Verslo įmonės vadovas	Aukščiausio lygio vadovai; Investicijos ir migracija
3.	Amir Maimon	Izraelis	4	Izraelio ambasadorius Lietuvoje	Ambasadoriai
4.	Takahiro Hara	Japonija	2	Antrasis sekretorius Japonijos ambasadoje Lietuvoje	Valstybinės institucijos
5.	Nesutiko nurodyti	JAV	10	Verslo įmonės vadovas	Aukščiausio lygio vadovai
6.	Alex Gibb	Jungtinė Karalystė	12	Verslininkas, kelių verslų įkūrėjas, verslo konsultantas	Aukščiausio lygio vadovai
7.	Yan Luo	Kinija	2,5	Rinkodaros vadovė Kinijos rinkai	Antro lygio vadovai; Rinkodaros ekspertai
8.	Lan Cui*	Kinija	0,5	Kinų kalbos dėstytoja, biuro administratorė	Dimensinė sritis (kultūra)
9.	Janis Valodze	Latvija	2	Buvęs viešbučio vadovas	Aukščiausio lygio vadovai; Turizmas
10.	Agnieszka Zebrowska	Lenkija	7,5	Verslo įmonės Baltijos regiono rinkodaros vadovė	Pripažinti rinkodaros ekspertai
11.	Stein Ove Sektnan	Norvegija	5	Verslo įmonės vadovas, buvęs Norvegijos prekybos rūmų pirmininkas	Aukščiausio lygio vadovai; asociacijų vadovai
12.	Yvan Laurent	Prancūzija	14	Verslo įmonės vadovas, Prancūzijos prekybos rūmų valdybos narys	Aukščiausio lygio vadovai; asociacijų vadovai
13.	Helén Nilsson	Švedija	1,5	Šiaurės Ministrų Tarybos biuro direktorė	Asociacijų vadovai
14.	Detlef Gericke	Vokietija	4	Goethe instituto Lietuvoje direktorius	Aukščiausio lygio vadovai; Kultūra ir paveldas



Lietuvos Respublikos Vyriausybės kanceliarija



RINKODAROS IR  
KOMUNIKACIJOS  
MOKSLŲ INSTITUTAS



socialinių  
inovacijų  
institutas



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

15.	Olaf Martens**	Vokietija	20	Verslo įmonės vadovas	Aukščiausio lygio vadovai
-----	----------------	-----------	----	-----------------------	---------------------------

\* Buvo atlikti du interviu su informantais iš Kinijos, nes viena informantė ne visiškai atitiko keliamas sąlygas (Lietuvoje gyvena 7 mėnesius). Vis dėlto ši informantė pateikė vertingų įžvalgų, tad jos interviu taip pat buvo panaudotas rengiant tyrimo ataskaitą.

\*\* Antras interviu su Vokietijos piliečiu atliktas vietoj Jungtinių Arabų Emyratų informanto. Šios šalies piliečio, gyvenančio Lietuvoje, nepavyko rasti. Informanto paieškai panaudota daug skirtingų kanalų (JAE ambasada Lenkijoje, Azijos šalių prekybos rūmai (paaiškėjo tyrimo metu – neveikiantys), „Global Lithuanian Leaders“ organizacija, asmeniniai kontaktai, užsienio lietuviai, Islamo centras Vilniuje (islamavisiems.lt), Vilniaus universitetas), tačiau potencialių informantų nebuvo rasta. Vokietija buvo pasirinkta dėl didelės šios šalies svarbos Lietuvos turizmo, verslo ir kitose srityse. Atlikto interviu kokybė buvo įvertinta kaip tinkama ir pakankama atskleisti į Lietuvą atvykusio užsieniečio patirtį. Todėl Tyrimo užsakovas LR Vyriausybės Kanceliarija užskaitė šį interviu kaip atitinkantį tyrimo kriterijus.



## 2 priedas. Interviu scenarijus lietuvių ir anglų kalba

2019 m. vasaris

### Lietuvos žinomumo ir įvaizdžio tyrimas

<b>ĮŽANGA</b>	
<b>7-8 MIN.</b>	
<i>Tikslas – užmegzti šiltą atmosferą pokalbiui</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Tyrimo ir moderatoriaus prisistatymas</b></li> <li>• <b>Respondento prisistatymas</b> – vardas, kokia pagrindinė veikla ir atsakomybės dirbant Lietuvoje (šalys: Lenkija, Švedija, Danija, Norvegija, Jungtinė Karalystė, Prancūzija, Vokietija, JAE, Kinija, Japonija, Izraelis, Latvija, Estija, JAV); kiek metų gyvena Lietuvoje</li> </ul>
<b>BENDRAS LIETUVOS VERTINIMAS</b>	
<b>10 MIN.</b>	
<i>T. – išsiaiškinti šiandien egzistuojantį Lietuvos įvaizdį užsieniečių akimis</i>	<p><b><i>Pakalbėkime apie tai, kaip Jūs atvykote į Lietuvą, kokius lūkesčius Lietuvos atžvilgiu turėjote ir / ar pasikeitė Jūsų požiūris jau pradėjus gyventi Lietuvoje?</i></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Kas paskatino atvykti į Lietuvą? Kokios buvo to priežastys, kokie buvo pasirinkimai?</li> <li>• Kokie veiksniai nulėmė apsisprendimą / pasirinkimą pradėti dirbti Lietuvoje? Kaip vertinate šį žingsnį šiandienos kontekste? Kokie jo privalumai / trūkumai?</li> <li>• Ar prieš atvykstant čia teko ką nors girdėti apie Lietuvą? Ką būtent? Kaip tai vertinote?</li> <li>• Kas jums suteikė tokią informaciją? Iš kur ją gavote?</li> <li>• Kiek ta informacija jums buvo patraukli / patikima / įtikinanti? Kodėl?</li> <li>• Ko būtent tikėjotės atvykdami į Lietuvą? Kodėl būtent to?</li> <li>• Kiek Jūsų turimi lūkesčiai pasiteisino? Kas būtent pasitvirtino? Kas nepasitvirtino? Kaip tai vertinate?</li> <li>• Ar pasikeitė nuomonė apie Lietuvą jau gyvenant? Jei taip: kaip ji keitėsi (pagėrėjo / pablogėjo)? Kas turėjo įtakos nuomonės pasikeitimui?</li> <li>• Kokie yra užsieniečio, gyvenančio Lietuvoje privalumai? Dėl ko čia verta gyventi? Kokie trūkumai? Ko čia labiausiai trūksta?</li> <li>• Kaip vertinate lietuvių nuostatą į Lietuvą gyvenančius užsieniečius? Kokia ji? Kaip jums atrodo iš kur ji yra atsiradus?</li> <li>• Kiek Lietuva yra žinoma Jūsų šalyje (įvardinama respondento šalis)?</li> </ul>



- Kai Jums tenka savo šalyje prisistatyti, kad šiuo metu dirbate Lietuvoje, kokių reakcijų sulaukiate (ar žino ir kokios tipinės asociacijos)?
- Kokius dominuojančius stereotipus apie Lietuvą matote tarp savo šalies gyventojų?
- Ar matote skirtumą tarp skirtingų žmonių grupių (pvz., verslininkai, „paprasti“ žmonės)?
- Kaip, Jūsų nuomone, **Lietuva yra vertinama Jūsų šalyje** (įvardinama respondento šalis)? Kokias stipriausias, silpnąsias puses galėtumėte išskirti?
- Kuo Lietuva atrodo Jūsų šalies gyventojams išskirtinė, unikali?
- Ar pastebite kokį nors tikslingą Lietuvos pristatymą viešojoje erdvėje? Kaip jį vertinate? Kuo jis Jums atrodo patrauklus ar nepatrauklus?
- Kokia informacija apie Lietuvą pateikiama Jūsų šalies žiniasklaidoje? Kokios temos dominuoja? Kaip tai vertinate?

#### DETALUS LIETUVOS VERTINIMAS

35-40 MIN.

*Tikslas – išsiaiškinti detalų įvairių Lietuvos sričių vertinimą užsieniečių, gyvenančių Lietuvoje, akimis*

#### ***Aptarkime detaliau, kaip Jūs vertinate Lietuvą įvairiais aspektais?***

Paaškinimai **žalia spalva** yra skirti moderatoriams ir respondentams nebus skaitomi.

- **Eksportas** – žmonių įsivaizdavimas apie Lietuvos prekes ir paslaugas
  - Prieš atvažiuodamas į Lietuvą, ar žinojote ir pirkote kokias nors Lietuvoje gaminamas prekes? Jei tokių žinomų prekių yra, kaip jos vertinamos Jūsų šalyje?
  - Jau atvykęs čia, su kokiomis prekėmis susipažinote ir ką ypatingai pamėgote / kas Jums pasirodė įdomu ir vertinga? Kaip manote, ar kažkas iš šių prekių turėtų potencialą Jūsų šalyje?
  - Su kokiomis ūkio sritimis siejote Lietuvą prieš atvykdamas čia? Ką atradote, ar pasikeitė Jūsų nuomonė atvykus čia? Kokios ūkio sritys turėtų eksporto potencialą į Jūsų šalį?
  - To paties norime paklausti apie paslaugas – ar yra kokios paslaugos ar paslaugų grupės Lietuvoje, kurios galėtų pritraukti vartotojus iš Jūsų šalies?
- **Įsitikinimai apie šalies kompetencijas ir konkurencinį pranašumą, jos politinį ir ekonominį efektyvumą.**



- Kaip vertinate Lietuvos vidaus politinę situaciją, politinį efektyvumą? Ar yra aspektų, kuriais Lietuva, Jūsų nuomone ir remiantis patirtimi, yra pagarsėjusi ar išsiskiria?
- Kaip vertinate Lietuvos ekonomiką? Ar ekonomika matoma kaip efektyvi? Dėl ko taip / ne?
- Ar ši nuomonė buvo kitokia prieš atvykstant į Lietuvą? Kaip ji pasikeitė ir kas paskatino ją pasikeisti?
- **Investicijos ir migracija – suvokiamas šalies gebėjimas pritraukti kitų šalių gyventojus atvykti gyventi, dirbti ar studijuoti į šalį, bei nuomonė apie jos gyvenimo kokybę bei ekonominę aplinką.**
  - Kaip manote, ar Lietuva atrodo patraukli užsienio investicijoms? Dėl ko taip / ne?
  - Ar Lietuva gali būti patraukli Jūsų šalies žmonėms, norintiems atvykti čia gyventi ir steigti savo smulkų / vidutinį verslą? Kuo patraukli / kodėl nepatraukli?
  - Ar Lietuva gali būti patraukti žmonėms, norintiems atvykti čia gyventi ir dirbti (samdomą darbą)? Kuo patraukli / kodėl nepatraukli?
  - Kuo Lietuva atrodo patraukli / nepatraukli Jūsų šalies gyventojams studijoms? Dėl ko taip manote?
  - Ar Jūsų nuomonė ir įsivaizdavimas apie šiuos aspektus buvo kitokia prieš atvykstant į Lietuvą? Kaip ji pasikeitė ir kas paskatino ją pasikeisti?
- **Įsitikinimai apie šalies poziciją tarptautinėje arenoje, jos normas ir vertybes**
  - Kaip Jūs vertinate Lietuvos užsienio politiką? Koks jos įvaizdis šiuo atžvilgiu? Kaip tai vertinate (teigiamai ar neigiamai)?
  - Kaip apskritai galėtumėte apibūdinti Lietuvos užsienio politikos vertybes matomas tarptautinėje aplinkoje?
  - Kaip Lietuvą vertinate kaip ES narę? Koks matomas jos didžiausias indėlis į ES?
  - Kaip Lietuvą vertinate kaip NATO narę? Koks matomas jos didžiausias indėlis į NATO?
  - Ar Jūsų nuomonė ir įsivaizdavimas apie šiuos aspektus buvo kitokia prieš atvykstant į Lietuvą? Kaip ji pasikeitė ir kas paskatino ją pasikeisti?
- **Įsitikinimai apie šalies grožį, jos kultūros ir gamtos bei architektūros patrauklumą. Kultūra ir paveldas – žmonių nuomonė apie tos šalies paveldą bei šiuolaikinę kultūrą (kiną, muziką, meną, sportą, literatūrą).**



- Kaip vertinate Lietuvos kultūrą / tradicijas? Kokiais kultūriniais ir kultūros paveldo aspektais Lietuva yra žinoma? Ar yra tokių aspektų, kuriais Lietuva galėtų būti patraukli būtent Jūsų šalies žmonėms?
- Kaip vertinate Lietuvos kultūrą ir meną? Kokia kultūros ir meno sritis yra geriau žinoma Jūsų šalyje?
- Kaip vertinate Lietuvos sporto pasiekimus?
- Kaip vertinate Lietuvos gamtą? Kuo ji galėtų būti patraukli būtent Jūsų šalies žmonėms?
- Ar Jūsų nuomonė ir įsivaizdavimas apie šiuos aspektus buvo kitokia prieš atvykstant į Lietuvą? Kaip ji pasikeitė ir kas paskatino ją pasikeisti?
- **Nuomonė apie turizmą. Turizmas – noro aplankyti tą šalį lygmuo, jos gamtos ir žmogaus sukurtų objektų patrauklumas turistams.**
  - Ką manote apie turizmą Lietuvoje? Kaip jį vertinate? Kodėl būtent taip?
  - Kiek ir kuo Lietuva patraukli kaip turizmo šalis? Kas galėtų būti patrauklu būtent šios šalies žmonėms? Kodėl taip manote?
  - Kokie įdomiausi / masinantys apsilankyti Lietuvoje aspektai / konkrečios vietos? Kuo jie patrauklūs?
  - Kokia kita veikla galėtų būti patraukli užsienio turistams Lietuvoje, ypač iš Jūsų šalies, pvz., aktyvios pramogos (vandens sportas ir kt.), edukacinės programos (šakočių kepimas, lino apdirbimas ir kt.), gastrominis, rekreacinis (SPA), medicininis ar kitoks nišinis turizmas?
  - Kaip vertinate turizmo infrastruktūrą Lietuvoje (susisiekimas, apgyvendinimas ir kt.)?
  - Kokiems žmonėms Jūsų nuomone Lietuva patraukli kaip turizmo šalis? Kodėl būtent jiems?
  - O kokiems žmonėms Lietuva nepatraukli kaip turizmo šalis? Kodėl būtent jiems?
  - Kokia Jūsų nuomonė ir įsivaizdavimas apie Lietuvą kaip turizmo šalį buvo kitokia prieš atvykstant į Lietuvą? Kaip ji pasikeitė ir kas paskatino ją pasikeisti?
- **Gyventojai – kaip vertinama tos šalies žmonių kompetencija, atvirumas, draugiškumas, tolerancija ir kt. savybės.**
  - Kaip matote Lietuvos gyventojus? Kaip juos galima būtų apibūdinti?





- Kaip vertinate Lietuvą gyventojų išsilavinimo, talentų atžvilgiu? Ar manote, kad Lietuva gali pasiūlyti kompetentingų darbuotojų?
- Kokia lietuvių reputacija profesiniu atžvilgiu: ar jais galima pasitikėti, su jais lengva dirbti ir pan.?
- Ar, Jūsų nuomone, tai labiau teigiamas ar neigiamas įvaizdis? Dėl ko taip galvojate?
- Ar Jūsų nuomonė ir įsivaizdavimas apie Lietuvos gyventojus buvo kitokia prieš atvykstant į Lietuvą? Kas ją lėmė? Kaip ji pasikeitė ir kas paskatino ją pasikeisti?

● **Lietuvos asmenybių vertinimas**

- Kokias Lietuvos asmenybes, žinomus žmones žinote (pvz., politikos, kultūros, sporto, akademių sluosnių, verslo atstovai)?
- Kurios asmenybės šiuo metu geriausiai reprezentuoja Lietuvą Jūsų šalyje?
- O kurios asmenybės galėtų geriausiai reprezentuoti Lietuvą kitose šalyje? Kurios galėtų būti įdomiausios būtent Jūsų šalies žmonėms?

Apibendrinimui:

- **Ką apibendrinant galvojate apie Lietuvą**, kaip ją vertinate? Kokius privalumus, trūkumus galėtumėte išskirti, lyginant su kitomis šalimis?
- Per **kurias mūsų aptartas sritis** Lietuvos įvaizdis yra **stipriausias**?
- Per **kurias mūsų aptartas sritis** Lietuvos įvaizdis yra **silpniausias**?
- Kuo Lietuva Jums atrodo išskirtinė, unikali? Kuo dar? Kaip tai vertinate?
- Kokie esminiai / labiausiai matomi pastarųjų metų pokyčiai (**jei respondentas gyvena ilgiau nei 1 metus ir gali palyginti**)? Kokia jų įtaka šaliai?
- Kaip manote, **kokios šalys yra pagrindiniai Lietuvos konkurentai regione**? Dėl ko taip manote? Kokie jų panašumai su Lietuva? Kuo jos lenkia Lietuvą?
- **Kuriam Europos regionui** (Rytų Europa, Šiaurės Europa, Vidurio Europa, Baltijos šalių regionas) **Lietuvą priskirtumėte**? Dėl ko būtent šiam regionui?

**Lietuvos, Latvijos ir Estijos palyginimas**

*Lyginant visas Baltijos šalis sakykite...*



	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kaip Lietuvos žinomumą galima palyginti su Latvijos, Estijos? Kaip manote, kas tai lemia?</li> <li>• Kokiais privalumais pasižymi kiekviena šių šalių lyginant jas tarpusavyje? Kokiais trūkumais?</li> <li>• Kuo kiekviena šalis unikali lyginant jas tarpusavyje? Kaip tai vertinate?</li> <li>• Kuri iš Jūsų šalies gyventojams patraukliausia turizmo / verslo / gyvenimo prasme? Kodėl būtent ši? Kuri mažiausiai patraukli? Kodėl?</li> </ul>
--	--

**LIETUVOS KAIP PREKĖS ŽENKLO POZICIONAVIMO GAIRĖS KONKREČIOJE UŽSIENIO ŠALYJE**  
**10 MIN.**

5-

	<p><i>Pabandykime apibendrinti viską, ką kalbėjome...</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Apibendrinant, keliais žodžiais apibūdintumėte Lietuvą?</b> (dėmesys kreipiamas į būdvardžius) <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Lietuva, kaip šalis... .</li> <li>○ Lietuva, kaip verslo šalis... .</li> <li>○ Lietuva, kaip turistinė šalis... .</li> </ul> </li> <li>• Kaip reikėtų didinti Lietuvos žinomumą Jūsų šalyje, atsižvelgiant į tai, kad Lietuva yra maža šalis ir negalime skirti neribotų biudžetų?</li> <li>• <b>Kaip rekomenduotumėte pozicijuoti Lietuvą kaip prekės ženklą Jūsų šalyje?</b> Ką reikėtų akcentuoti / komunikuoti? <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Kokias žinutes apie Lietuvą siūlytumėte stiprinti?</li> <li>○ Kokius stereotipus reikėtų įveikti? Dėl ko būtent šiuos?</li> </ul> </li> <li>• Dėl ko reikėtų stiprinti būtent šias sritis? Ką jos suteikia Lietuvai?</li> <li>• Kokius išskirtinumo aspektus reikėtų akcentuoti, pristatant Lietuvą užsienio šalyse? O kas būtų įdomiausia, patraukliausia būtent Jūsų šalyje?</li> <li>• Kaip vertinate ikišiolinę Lietuvos komunikaciją (pristatymą) Jūsų šalyje? Kaip, Jūsų nuomone, turėtų būti vykdoma komunikacija?</li> </ul>
--	---

## PABAIGA

2 MIN.

	<p><i>Ir pabaigai...</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ko palinkėtumėte Lietuvai?</li> <li>• Galbūt kažko likome neaptarę, bet norėtumėte papildyti?</li> </ul> <p>Moderatorius padėkoja respondentui už nuoširdų dalyvavimą.</p>
--	--



Lietuvos Respublikos Vyriausybės kanceliarija



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

K O  
G

RINKODAROS IR  
KOMUNIKACIJOS  
MOKSLŲ INSTITUTAS



socialinių  
inovacijų  
institutas

**N** norstat



Lietuvos Respublikos Vyriausybės kanceliarija



February 2019

## A Study of Awareness of Lithuania and Its Image

INTRODUCTION		7-8 MIN.
<i>Purpose: to set up a welcoming atmosphere for conversation</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Introduction of study and moderator</b></li> <li>• Introduction of respondents: name, main occupation and professional responsibilities in Lithuania (countries: Poland, Sweden, Denmark, Norway, United Kingdom, France, Germany, UAE, China, Japan, Israel, Latvia, Estonia, USA); duration of residence in Lithuania</li> </ul>	
GENERAL ASSESSMENT OF LITHUANIA		10 MIN.
<i>Purpose: to find out how foreigners see present-day Lithuania</i>	<p><i>Could you tell us about how you first came to Lithuania, what expectations you first had for the country and whether your attitude changed once you had lived here for a while?</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• What brought you to Lithuania? What were the reasons for your move, what decisions led up to it?</li> <li>• What factors determined your decision to begin working in Lithuania? Looking back from today's perspective, how do you see your decision to move to Lithuania? What were the advantages / disadvantages of the move?</li> <li>• Had you heard anything about Lithuania prior to your move? What exactly was it that you heard? How did you view this information?</li> <li>• Who did you hear this information from? Where did you get this information?</li> <li>• How appealing / reliable / convincing was this information? Why?</li> <li>• What did you expect when coming to Lithuania? Why did you have this expectation specifically?</li> <li>• To what extent were your expectations met? What turned out to be true? What turned out to be misguided? What do you think about that?</li> <li>• Did your opinion of Lithuania change as you lived here? If so, how did it change (did it improve or get worse)? What influenced this change of opinion?</li> <li>• What are the advantages of being a foreigner in Lithuania? What makes it worth living here? What are the disadvantages of living here? What did you miss most in Lithuania?</li> <li>• What do you think of the Lithuanian attitude towards foreigners living in Lithuania? Can you describe this attitude? Where do you think this attitude comes from?</li> </ul>	



	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>To what extent are people aware of Lithuania in your country</b> (use name of respondent’s country)?</li> <li>• When you introduce yourself back in your home country and mention that you are currently working in Lithuania, what kind of reactions do you get (do they know about Lithuania, what are some typical associations)?</li> <li>• In your experience, what stereotypes do people back in your home country hold about Lithuania?</li> <li>• Do you see any difference of opinion between different groups of people (for example, businessmen, the general public)?</li> <li>• In your opinion, <b>how do people in your country</b> (use name of respondent’s country) <b>see Lithuania</b>? What strengths, weaknesses could you point out?</li> <li>• In what ways does Lithuania seem exceptional or unique to your countrymen?</li> <li>• Have you noticed any kind of targeted presentation of Lithuania in the public space? What did you think of it? What made it appealing or unappealing?</li> <li>• What kind of information does the media in your country present about Lithuania? What are the dominant themes? What do you think about that?</li> </ul>
--	---

<b>DETAILED ASSESSMENT OF LITHUANIA</b>	<b>35-40 MIN.</b>
---	-------------------

<p><i>Purpose: to assess in detail how various aspects of Lithuania are viewed by foreigners living in Lithuania</i></p>	<p><i>Let’s discuss in more detail how you view specific aspects of Lithuania.</i></p> <p>Explanations in <b>green</b> are only meant for the use of moderators and will not be read to the respondents.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Exports: what people think about Lithuanian products and services</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Before coming to Lithuania, were you aware of any Lithuanian-made products? Had you ever bought any such products? If there is any such well-known product, how is it perceived in your country?</li> <li>○ Once you settled in here, what products did you discover and was there anything that appealed to you especially, that you found interesting and valuable? Do you think any of these products would have appeal in your country?</li> <li>○ What areas of economic activity did you associate Lithuania with before you came here? What did you discover? Did your opinion</li> </ul> </li> </ul>
--	--



change once you came here? What areas of economic activity could possibly have export potential in your country?

- We would like to ask you the same thing about services – are there any kinds of services or service groups in Lithuania that could appeal to consumers from your country?

- **Beliefs about the country’s competences and competitive advantage, its political and economic effectiveness.**

- What do you think of Lithuania’s internal political situation, its political effectiveness? In your opinion and experience, are there any aspects that Lithuania is known for or that make it stand out?
- What do you think of the Lithuanian economy? Is the economy perceived as effective? How so?
- Did you have a different opinion before you came to Lithuania? How did it change and what made it change?

- **Investment and migration: perceived ability of the country to attract foreign nationals to live, work or study here, and opinion on the quality of life it has to offer as well as its economic environment.**

- Is Lithuania, in your opinion, attractive to foreign investment? How so?
- Could Lithuania be attractive to fellow countrymen of yours that would like to come live and establish a small / medium business here? How is it attractive / not attractive?
- Could Lithuania be attractive to people who would like to come live and work here as hired employees? How is it attractive / not attractive?
- How attractive or unattractive is Lithuania as a destination for higher education? Why do you think so?
- Was what you thought and imagined about these aspects different before you came to Lithuania? How did your opinion change and what made it change?

- **Beliefs about the country’s position in the international arena, its norms and values**

- What do you think of Lithuanian foreign policy? What image does it have in this regard? How do you value it (positively or negatively)?
- How would you describe Lithuanian foreign policy values as seen in the international environment?





	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ What do you think of Lithuania as an EU member? In your experience, what do people see as its largest contribution to the EU?</li> <li>○ What do you think of Lithuania as a NATO member? In your experience, what do people see as its largest contribution to NATO?</li> <li>○ Was what you thought and imagined about these aspects different before you came to Lithuania? How did your opinion change and what made it change?</li> <li>● <b>Beliefs about the country’s beauty, the attractiveness of its cultural, natural and architectural environment. Culture and heritage: beliefs about the country’s heritage and contemporary culture (cinema, music, art, sports, literature).</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ What do you think of Lithuanian culture / tradition? What cultural or cultural heritage aspects is Lithuania known for? Are there any aspects that could make Lithuania attractive to your fellow countrymen?</li> <li>○ What do you think of Lithuanian culture and art? What area of culture and art is better known in your country?</li> <li>○ What do you think of Lithuanian athletic achievements?</li> <li>○ What do you think of Lithuanian nature? What could be attractive to your fellow countrymen?</li> <li>○ Was what you thought and imagined about these aspects different before you came to Lithuania? How did your opinion change and what made it change?</li> </ul> </li> <li>● <b>Opinion on tourism. Tourism: level of desire to visit Lithuania, the tourist appeal of its nature and man-made attractions.</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ What do you think of tourism in Lithuania? How do you value it? What makes you think of it in this way?</li> <li>○ How and to what extent is Lithuania attractive as a tourist destination? What could be attractive to your fellow countrymen? Why do you think so?</li> <li>○ What aspects of Lithuania or specific locations are most interesting, most worth a visit? What is their appeal?</li> <li>○ What other activities could be attractive to international tourists in Lithuania, especially from your country, e.g., active leisure (water sports, etc.), educational programmes (baking šakotis cakes, linen processing, etc.), gastronomic, recreational (SPA), medical or other kinds of niche tourism?</li> </ul> </li> </ul>
--	--



- What do you think of Lithuanian tourism infrastructure (transportation, accommodation, etc.)?
- What kind of person, in your opinion, would find Lithuania attractive as a tourist destination? Why this kind of person exactly?
- And what kind of person would find Lithuania unattractive as a tourist destination? Why this kind of person exactly?
- Was what you thought and imagined about Lithuania as a tourist destination different before you came to Lithuania? How did your opinion change and what made it change?
- **Local population: perceptions of the competence, openness, friendliness, tolerance and other characteristics of locals.**
  - How do you see Lithuanians as people? How would you describe them?
  - What do you think of Lithuanians with regard to education and talent? Do you think Lithuania can offer a competent labour force?
  - What reputation do Lithuanians have as professionals: can they be relied upon, are they easy to work with and so on?
  - Is this, in your opinion, a more positive or negative image? How so?
  - Was what you thought and imagined about Lithuanians different before you came to Lithuania? What contributed to shaping this opinion? How did your opinion change and what made it change?
- **Assessment of Lithuanian public figures**
  - What Lithuanian public figures and personalities are you aware of (for example, in the field of politics, culture, sports, academia, business)?
  - Which of these personalities best represent Lithuania in your country?
  - And which personalities could best represent Lithuania in other countries? Which of these personalities could be the most interesting to your fellow countrymen?

In summary:

- To sum up, **what do you think of Lithuania in general**, how do you value it? What advantages and disadvantages stand out compared to other countries?



- In **which of the areas we discussed** do you think Lithuania’s image is the **strongest**?
- In **which of the areas we discussed** do you think Lithuania’s image is the **weakest**?
- What makes Lithuania stand out, what makes it unique? What else? What do you think about that?
- What are the key changes or most visible changes that have taken place recently (if the respondent has lived in the country for over 1 year and can compare)? What impact have they had on the country?
- **Which countries** do you think are **Lithuania’s main competitors in the region**? Why do you think so? How are they similar to Lithuania? What advantage do they have over Lithuania?
- **Which region of Europe would you attribute Lithuania to** (Eastern Europe, Northern Europe, Central Europe, the Baltic region)? Why this region specifically?

**Comparison of Lithuania, Latvia and Estonia**

*Comparing all of the Baltic countries, could you tell me...*

- How awareness of Lithuania compares to awareness of Latvia, Estonia? Why do you think that is?
- What advantages does each of these countries offer compared to the other two? What disadvantages?
- What makes each of these countries unique compared to the other two? What do you think about that?
- Which of these countries is most attractive to your fellow countrymen with regard to tourism / business / living? Why this country? Which is the least attractive? Why?

**GUIDELINES FOR COUNTRY-SPECIFIC POSITIONING OF THE LITHUANIAN BRAND 5-10 MIN.**

*Let’s try summarise everything that we have discussed...*

- **How would you summarise Lithuania in a couple of words?** (pay attention to adjectives)
  - Lithuania, as a country, is... .
  - Lithuania, as a business country, is... .
  - Lithuania, as a tourist destination, is... .



	<ul style="list-style-type: none"> <li>• How could we increase awareness of Lithuania in your country, taking into account the fact that Lithuania is a small country and we do not have unlimited financial resources for this purpose?</li> <li>• <b>How would you recommend positioning Lithuania as a brand</b> in your country? What should be emphasised / communicated? <ul style="list-style-type: none"> <li>○ What message about Lithuania would you suggest we communicate more?</li> <li>○ What stereotypes would have to be overcome? Why these stereotypes?</li> </ul> </li> <li>• Why would these exact areas need to be strengthened? What do they give Lithuania?</li> <li>• What unique aspects should be accentuated when presenting Lithuania abroad? And what aspect would be most interesting and appealing in your country?</li> <li>• What do you think of the communication about Lithuania in your country up to now? How would you handle this communication if you were in charge of it yourself?</li> </ul>
--	--

<b>CONCLUSION</b>	<b>2 MIN.</b>
-------------------	---------------

	<p><i>And to conclude...</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Is there anything that you would like to wish Lithuania?</li> <li>• If we, perhaps, missed an important aspect of the conversation, would you like to add something yourself?</li> </ul> <p>The moderator thanks the respondent for their sincere participation.</p>
--	--