Lietuvos laisvosios rinkos institutas
ANNO 1990

ŠALIES GYVENTOJŲ POŽIŪRIO Į VERSLININKUS TYRIMAS

Įžanga

Lietuviško verslo istorija neilga. Sovietų Sąjungoje bet kokia verslo veikla buvo draudžiama, o visa ekonomika valdoma per centriniu planavimu užsiimančias institucijas. Bendradarbiavimu ir abipuse nauda pagrįsta veikla ilgą laiką buvo slopinama, ja užsiimantys asmenys buvo vadinami spekuliantais, kapitalistais ir smerkiami. Mintis, kad verslininkai yra išnaudotojai ir dirbančiųjų priešai, buvo oficiali valstybės doktrina, kartojama mokykloje ir pasirodanti valstybinėje žiniasklaidoje. Žlugus Sovietų Sąjungai, Lietuva atgavo laisvę ne tik rinkti savo valdžią ir kurti įstatymus, bet ir laisvę užsiimti ekonomine veikla ir verslu.

Siekiant suvokti koks verslininko įvaizdis yra susiformavęs mūsų visuomenėje Visuomenės nuomonės ir rinkos tyrimų bendrovė „Spinter tyrimai“ Lietuvos laisvos rinkos instituto užsakymu 2017 metų vasario 17-24 dienomis atlikto reprezentatyvią Lietuvos gyventojų apklausą. Pirmą kartą tyrimas vykdytas dar 2012 m. Apklausomis buvo aiškinamasi, koks yra šalies gyventojų požiūris į verslininkus. Taip pat norėta nustatyti pokyčius.

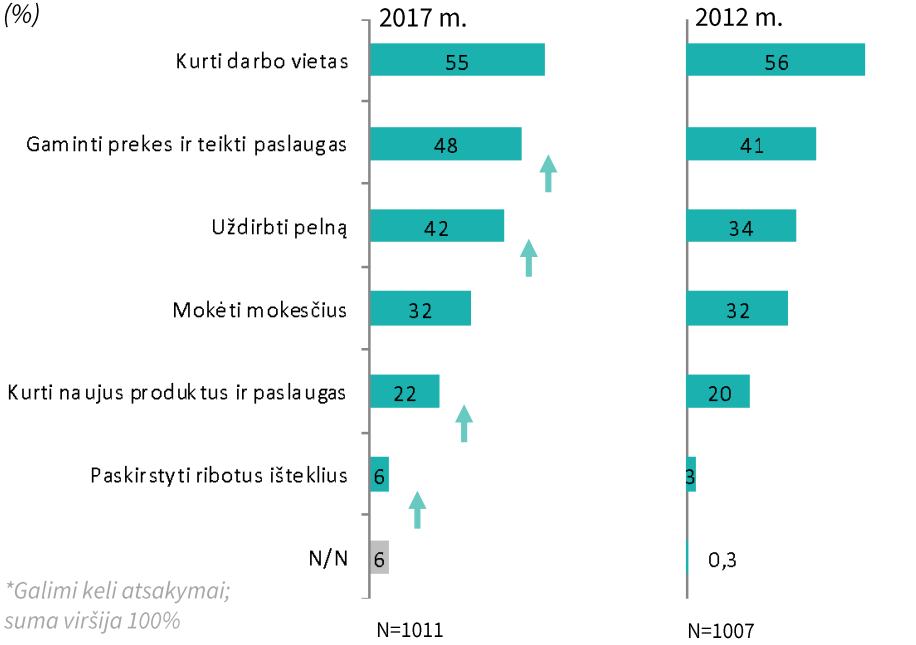
2017 m. apklausta 1011 Lietuvos gyventojų nuo 18 iki 75 metų amžiaus.

Tyrimų rezultatai reprezentuoja visos šalies gyventojų nuomones ir vertinimus.

PAGRINDINĖS VERSLININKO FUNKCIJOS VISUOMENĖJE

Didžioji dalis (55 proc.) tyrimo dalyvių mano, jog viena pagrindinių verslininko funkcijų visuomenėje yra kurti darbo vietas. Padaugėjo manančių, kad verslininko funkcijos yra gaminti prekes ir teikti paslaugas (pakilo nuo 41 proc. iki 48 proc.) bei uždirbti pelną (pakilo nuo 34 proc. iki 42 proc.). Trečdalis (32 proc.) respondentų įvardijo mokesčių mokėjimą. 22 proc. – naujų produktų ir paslaugų kūrimą.

Kaip Jūs manote, kokios yra dvi pagrindinės verslininko funkcijos visuomenėje? *(%)*



**Galimi keli atsakymai; suma viršija 100%*

Nuomonei, kad pagrindinė verslininko funkcija yra kurti darbo vietas, dažniau pritaria didmiesčių ir mažesnių miestų / rajonų centrų gyventojai. Uždirbti pelną – 36-45 m. respondentai. Mokėti mokesčius – 26-55 m. apklaustieji, mažesnių miestų / rajonų centrų gyventojai.

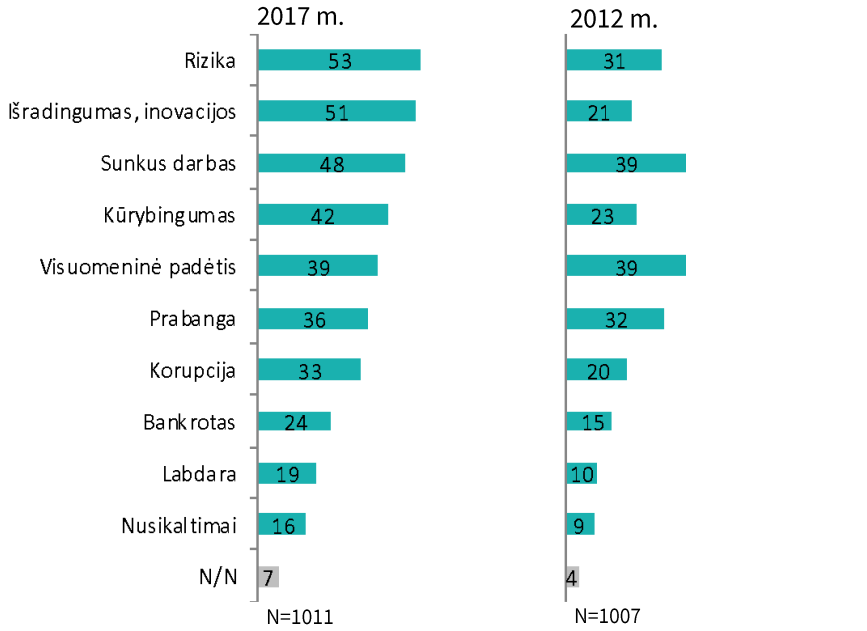
LLRI KOMENTARAS:

Pagrindinė funkcija, gyventojų nuomone, priskiriama verslininkams, parodo, kad visuomenė vis dar nepakankamai supranta, koks yra svarbiausias verslo tikslas. Tai –ne darbo vietų kūrimas. Siekdami pelno verslininkai kuria prekes ir teikia paslaugas, tai yra svarbiausia funkcija. Tam jis samdo žmonės ir taip sukuria darbo vietas.

SU VERSLININKAIS SIEJAMI APIBŪDINIMAI

Dažniausiai verslininkas siejamas su rizika (pakilo nuo 31 proc. iki 53 proc.). 51 proc. respondentų verslininkas asocijuojasi su išradingumu, inovacijomis (pakilo nuo 21 proc. iki 51 proc.). 48 proc. (padidėjo nuo 39 proc.) – sunkiu darbu. 42 proc. (pakilo nuo 23 proc.) – kūrybingumu. 39 proc. – visuomenine padėtimi.

Su kuriais iš žemiau pateiktų apibūdinimų Jums asocijuojasi verslininkas? *(%)*



**Galimi keli atsakymai; suma viršija 100%*

Su rizika verslininkus dažniau sieja 26-55 m. respondentai, didesnių pajamų grupės atstovai. Su sunkiu darbu – 46-55 m. apklaustieji, didesnes pajamas turintys tyrimo dalyviai. Su kūrybingumu – didesnių pajamų grupės atstovai ir didmiesčių gyventojai. Su prabanga – mažesnių miestų / rajonų centrų ir kaimo vietovių gyventojai.

LLRI KOMENTARAS:

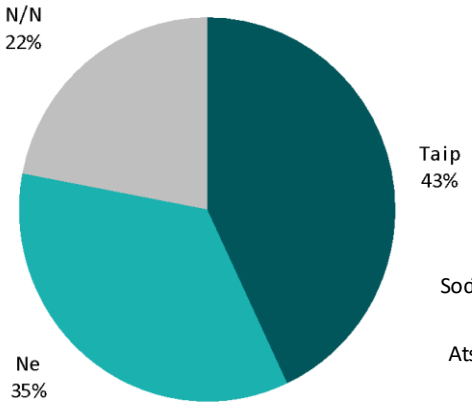
Rezultatai parodo, kad dauguma žmonių verslininkams priskiria būtent tuos apibūdinimus, kokių bruožų ir reikia, kad verslininkai galėtų atlikti savo funkcijas visuomenėje. Kitos asociacijos, taip pat ir neigiamos, yra antraeilės. Pastebima, kad kinta gyventojų požiūris į verslininkus. 2012 m. verslininkus siejo su visuomenine padėtimi ir sunkiu darbu, dabar – su rizika ir inovacijomis bei išradingumu. Inovatyvias idėjas kuriančių verslininkų, jų sukurtų ir ištobulintų produktų dėka, šių laikų žmogus gyvena geresnį ir patogesnį gyvenimą. Rizikos yra

kiekvieno mūsų sprendimuose, bet „verslūs žmonės turi didesnę spėjimo galią ir jie ryžtasi atlikti tikėjimo šuolį, kad patikrintų savo spėjimus, kad palygintų juos su neužtikrintos ateities faktais“ (Rockwell, Llewellyn H. Jr., The Faith of Entrepreneurs). Versle nėra nieko užtikrinto. Verslo kaip veiklos samprata yra neatsiejamai susijusi su nuolatiniu siekiu ieškoti, atrasti ar sukurti. Tik nereikia trukdyti veikti.

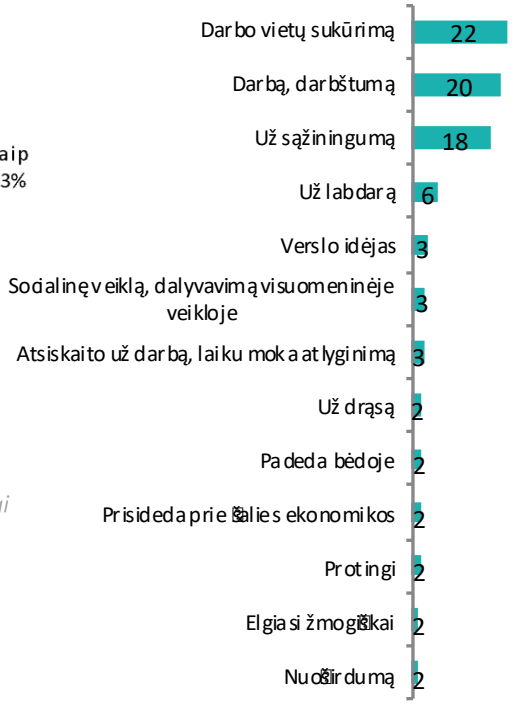
PAGARBOS VERTI VERSLININKAI

43 proc. respondentų nurodė, kad Lietuvoje yra tokių verslininkų, kuriuos jie gerbia. Iš jų 22 proc. apklaustųjų gerbia verslininkus už darbo vietų sukūrimą. 20 proc. – už darbą, darbštumą. 18 proc. – už sąžiningumą.

Ar Lietuvoje yra verslininkų, kuriuos Jūs gerbiate? *(%, N=1011)*



Prašome pasakyti, už ką juos gerbiate? *(%, N=487)*



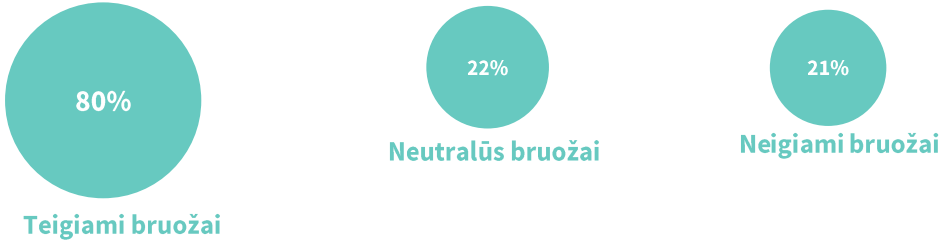
**Galimi keli atsakymai; suma viršija 100%*
***Pateikti tik dažniausiai paminėti atsakymai*

Vyrai, aukščiausio išsimokslinimo atstovai ir didesnes pajamas turintys respondentai dažniau teigė žinantys verslininkų, kuriuos gerbia.

VERSLININKO BRUOŽAI

Gyventojų nuomonę apie verslininkus atspindi ir tai, kokias savybes jie labiausiai linkę priskirti verslininkams. 80 proc. apklaustųjų verslininkui priskiria teigiamus bruožus. Penktadalis (21 proc.) respondentų priskiria neigiamus bruožus. 22 proc. įvardijo neutralius bruožus.

Kokius bruožus priskirtumėte verslininkui? *(Spontaniniai atsakymai, %, N=1011)*



Protingas, sumanus, gudrus	11%
Sąžiningas	8%
Idėjininkas, kūrybingas, išradingas	7%
Darbštus	5%
Verslus	4%
Ir kt.	

Rizikuojantis, nebijantis rizikuoti	6%
Siekiantis pelno	6%
Apsukrus	4%
Turtingas	2%

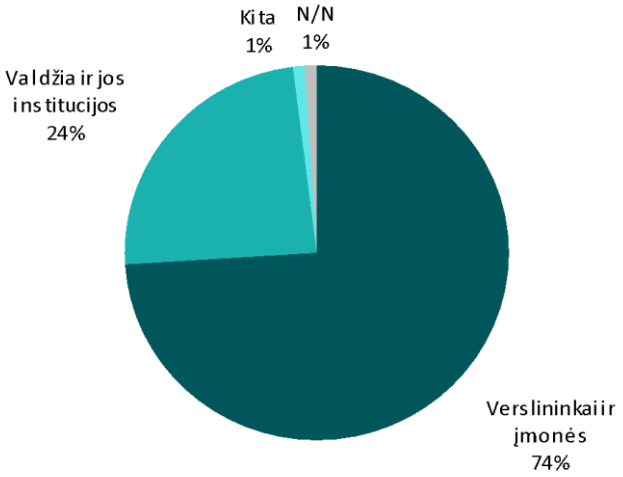
Godus, gobšus	5%
Savanaudis	3%
Melagis, suktas	3%
Išnaudojantis	2%
Korumpuotas	1%

**Galimi keli atsakymai; suma viršija 100%*

EKONOMIKOS AUGIMĄ VISUOMENĖJE KURIANČIOS ŠALYS

Dauguma (74 proc.) respondentų mano, kad ekonomikos augimą visuomenėje kuria verslininkai ir įmonės. Ketvirtadalio (24 proc.) apklaustųjų nuomone, prie ekonomikos augimo prisideda valdžia ir jos institucijos.

Kaip Jūs manote, kas kuria ekonomikos augimą visuomenėje? *(%; N=1011)*



Nuomonės, kad verslininkai ir įmonės kuria ekonomikos augimą visuomenėje, dažniau laikosi aukščiausio išsimokslinimo atstovai, vidutines ir didesnes pajamas turintys respondentai. Kad tai atlieka valdžia ir jos institucijos, dažniau paminėjo 56 m. ir vyresni apklaustieji.

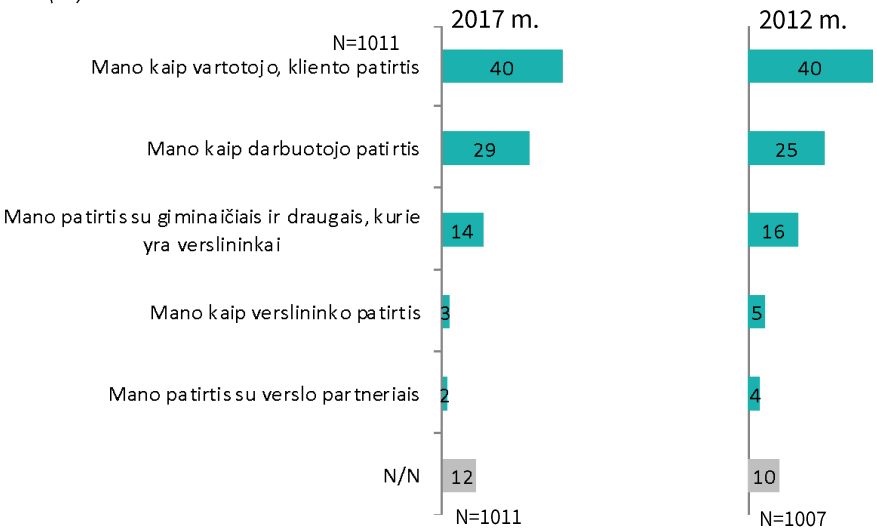
LLRI KOMENTARAS:

Žmonės supranta, kad ekonominį augimą kuria verslininkai ir įmonės, o ne valdžia ir jos institucijos. Visa materialinė gerovė prasideda nuo ekonominės veiklos. Tai parodo, kad dauguma žmonių supranta, kad asmeninė gerovė ir geras gyvenimas ateina ne iš perskirstymo, valdžios dosnumo, pašalpų ir išmokų, o iš asmeninės iniciatyvos, kūrybos ir ekonominės veiklos. Valdžia turėtų užtikrinti palankias sąlygas (nuosavybės teisių apsaugą, mažinti mokesčius bei administracinę naštą, užtikrinti kuo lankstesnį darbo santykių reguliavimą ir t.t.), kad verslas galėtų veikti.

NUOMONĘ APIE VERSLININKUS LEMIANTI ASMENINĖ PATIRTIS

Dažniausiai respondentų nuomonei apie verslininkus įtaką darė asmeninė vartotojiška, kliento patirtis (40 proc.). 29 proc. (padidėjo nuo 25 proc.) teigė nuomonę apie verslininkus susidarę remdamiesi savo, kaip darbuotojo, patirtimi. 14 proc. apklaustųjų nuomonei įtaką darė turėta patirtis su giminaičiais ir draugais, kurie yra verslininkai.

Kokia Jūsų asmeninė patirtis labiausiai įtakojo Jūsų nuomonę apie verslininkus? *(%)*

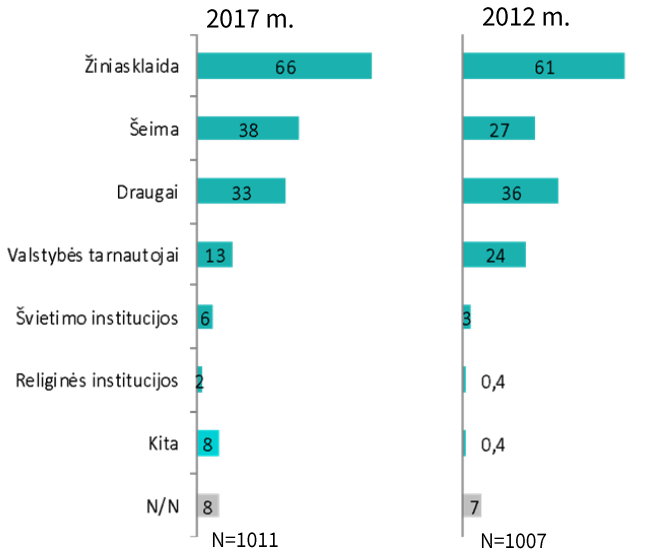


Vartotojo, kliento patirtis dažniau įtaką nuomonei apie verslininkus darė moterims. Darbuotojo patirtis – vyrams, 26 m. ir vyresniems respondentams, vidutinių ir didesnių pajamų grupių atstovams, mažesnių miestų / rajonų centrų gyventojams.

NUOMONĘ APIE VERSLININKUS LEMIANTYS IŠORINIAI VEIKSNIAI]

Dažniausiai nuomonę apie verslininkus formuojantis išorinis veiksnys – žiniasklaida (pakilo nuo 61 proc. iki 66 proc.). Antroje vietoje – šeima (pakilo nuo 27 proc. iki 38 proc.). Trečioje vietoje – draugai (sumažėjo nuo 36 proc. iki 33 proc.). 13 proc. (sumažėjo nuo 24 proc.) respondentų nurodė valstybės tarnautojus.

Kokie išoriniai veiksniai turėjo įtakos Jūsų nuomonei apie verslininkus? *(%)*



**Galimi keli atsakymai; suma viršija 100%*

Žiniasklaida nuomonei apie verslininkus dažniau įtakos turėjo mažesnių miestų / rajonų centrų bei kaimo vietovių gyventojams. Šeima – vidutinių ir didesnių pajamų grupių atstovams bei kaimo vietovių gyventojams. Draugai – 26-45 m. amžiaus respondentams, vidutines ir didesnes pajamas turintiems apklaustiesiems, mažesnių miestų / rajonų centrų ir kaimo vietovių gyventojams.

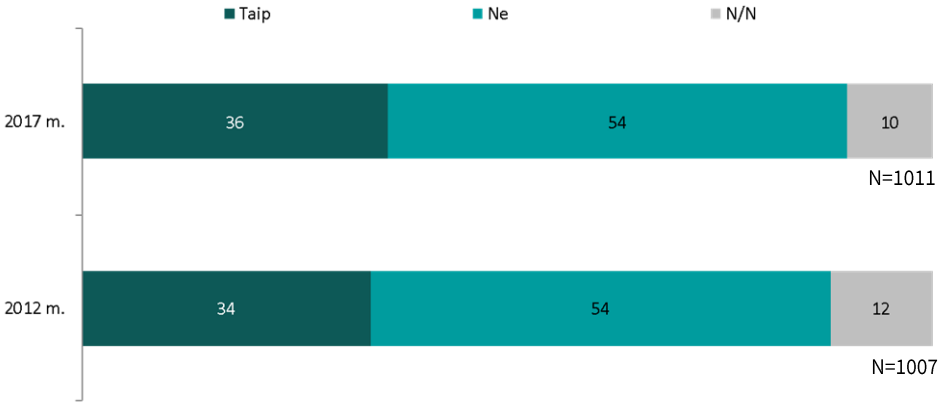
LLRI KOMENTARAS:

Kaip dar 2012 m. teigė I. Zokas, „Spinter tyrimų“ vadovas žiniasklaidoje pasirodančios naujienos dažnai neatspindi gyventojų nuomonės apie verslininkus ir formuoja blogesnį įvaizdį nei yra. Naujienos labai dažnai būna tendencingos ir negatyvios. Vertinant reprezentatyvią nuomonę, tiek 2012 m., tiek ir 2017 m. apklausų rezultatai parodė, jog šalies gyventojų požiūris į verslininkus yra gana pozityvus.

NORAS TAPTI VERSLININKU

Daugiau nei trečdalis (36 proc.) apklaustųjų norėtų patys tapti verslininkais.

Ar Jūs pats (-i) norėtumėte tapti verslininku(-e)? *(%)*

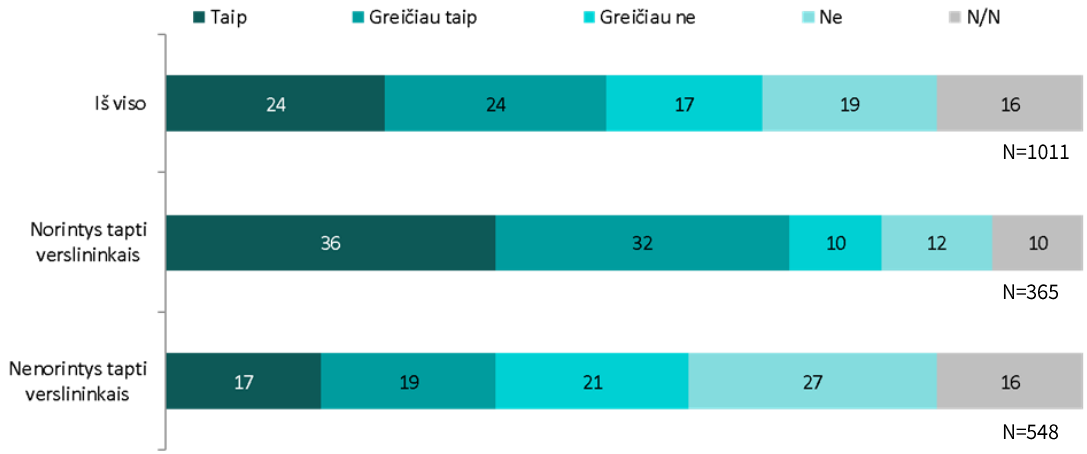


Norą tapti verslininku dažniau išreiškė vyrai, jauniausi (18-25 m.) respondentai, aukščiausio išsimokslinimo atstovai, didesnes pajamas turintys apklaustieji.

NORAS TURĖTI VAIKĄ – VERSLININKĄ

Beveik pusė (48 proc.) respondentų norėtų, kad jų vaikas (-ai) taptų verslininku: 24 proc. apklaustųjų išreiškė tvirtą norą, kiti 24 proc. greičiau norėtų.

Ar Jūs norėtumėte, kad Jūsų vaikas (-ai) taptų verslininku? *(%)*



Visišką pritarimą dažniau išreiškė vyrai, aukščiausio išsimokslinimo atstovai, didesnes pajamas turintys apklaustieji.

LLRI KOMENTARAS:

Kas antras Lietuvos gyventojas norėtų, kad jų vaikas (-ai) taptų verslininkais. Toks palankus verslo kaip socialinio instituto vertinimas tik parodo, jog verslininko įvaizdis Lietuvos visuomenėje evoliucionuoja, nyksta sovietiniam mentalitetui būdingas negatyvumas verslininkų atžvilgiu. Tai gali būti impulsas Lietuvos ateičiai, leidžia tikėtis, kad ateityje kuriančių, besiimančių iniciatyvos ir nebijančių atsakomybės piliečių daugės. Klausimas, ar valstybė šį potencialą sugebės išnaudoti.