

Nacionalinė kūrybinių ir kultūrinių industrijų asociacija

Lietuvos kūrybinių industrijų sektoriaus konkurencingumo tyrimas

Vilnius, 2014

Tyrimą inicijavo
Nacionalinė kūrybinių ir kultūrinių industrijų asociacija

Tyrimą dalinai finansavo
Lietuvos Kultūros taryba

Tyrimą vykdė
Žilvinas Jančoras
Roma Survilienė
Rolandas Strazdas
Jūratė Černevičiūtė
Vaidas Morkevičius
Rasius Makselis
Rimantas Stanikūnas
Rusnė Kregždaitė
Ugnė Daubaraitė
Andrius Juškys
Violeta Bogusevičienė
Ieva Kazlauskienė
Marius Pareščius
Vytenis Mockus
Živilė Diavara
Tomas Jonušas
Jūratė Sodytė-Bradauskienė
Irena Alperytė

Vilniaus universitetas
Lietuvos laisvosios rinkos institutas
Socialinės informacijos centras
Transkriptas
Lietuvos pilių ir dvarų asociacija
Lietuvos muziejų asociacija
Lietuvos komunikacijos agentūrų asociacija

Turinys

ĮVADAS.....	5
1. KŪRYBINIŲ INDUSTRIJŲ SAMPRATA.....	6
2. KŪRYBINIŲ INDUSTRIJŲ SEKTORIAUS KONKURENCINGUMAS.....	13
2.1. Sektoriaus įmonių skaičius.....	17
2.2. Sektoriaus įmonių darbuotojų skaičius.....	18
2.3. Sektoriaus įmonių apyvarta ir pelnas.....	19
2.4. Sektoriaus įmonių eksportas.....	20
3. LIETUVOS KI SEKTORIAUS KONKURENCINGUMO VERTINIMO METODIKA.....	22
4. DIDŽIAUSIĄ POTENCIALĄ TURINČIŲ LIETUVOS KI SRIČIŲ NUSTATYMAS.....	25
4.1. Lietuvos KI sričių plėtros statistinių duomenų analizė ir įvertinimas.....	25
4.1.1. KI sričių įmonių skaičiaus vertinimas.....	25
4.1.2. KI sričių įmonių darbuotojų skaičiaus vertinimas.....	27
4.1.3. KI sričių įmonių apyvartos vertinimas.....	29
4.1.4. KI sričių įmonių bendrojo pelno vertinimas.....	31
4.1.5. KI sričių įmonių eksporto vertinimas.....	33
4.1.6. KI sričių įmonių apyvartos tenkančios vienam darbuotojui vertinimas.....	35
4.1.7. KI sričių įmonių veiklos pagal statistinius duomenis bendras vertinimas.....	37
4.2. Lietuvos KI sričių plėtros potencialo ekspertinis vertinimas.....	40
4.2.1. Kompiuteriniai žaidimai.....	40
4.2.2. Kultūrinis turizmas.....	41
4.2.3. Dizainas.....	42
4.2.4. Pramogų verslas.....	43
4.2.5. Reklama.....	44
4.2.6. Architektūra.....	45
4.2.7. Kinas.....	46
5. DIDŽIAUSIO POTENCIALO LIETUVOS KI SRIČIŲ KONKURENCINGUMO ANALIZĖ.....	48
5.1. Didžiausią potencialą turinčių Lietuvos KI sričių plėtros teisinė aplinka.....	48
5.1.1. Kultūrinių ir kūrybinių industrijų Europos Sąjungos teisinis reguliavimas.....	48
5.1.2. Strateginės KKI plėtros gairės.....	49
5.1.3. Sektoriaus plėtros finansavimo priemonės.....	52
5.1.4. KKI teisinė aplinka Lietuvoje.....	54
5.1.5. KKI sektoriaus plėtros strateginės gairės.....	54
5.1.6. KKI verslo kūrimo ir plėtros sąlygos.....	55

5.1.7. Verslo teisinės formos pasirinkimo ir steigimo sąlygos	56
5.1.8. Darbo teisiniai santykiai Lietuvoje.....	58
5.1.9. Mokestinė aplinka	60
5.1.10. Intelektinės nuosavybės apsauga.....	62
5.1.11. Sektoriaus plėtros finansavimo priemonės	65
5.1.12. Subjektų veiklos administracinė priežiūra.....	67
5.2. Didžiausią potencialą turinčių Lietuvos KI sričių atstovų apklausa.....	69
5.2.1. Kompiuterinių žaidimų industrijos ekspertinis vertinimas.....	71
5.2.2. Kultūrinio turizmo industrijos ekspertinis vertinimas	76
5.2.3. Dizaino industrijos ekspertinis vertinimas	80
5.2.4. Pramogų verslo industrijos ekspertinis vertinimas.....	84
5.2.5. Reklamos industrijos ekspertinis vertinimas	88
5.2.6. Architektūros industrijos ekspertinis vertinimas	92
5.2.7. Kino industrijos ekspertinis vertinimas	96
5.3. Bendras didžiausią potencialą turinčių kūrybinių industrijų šakų vertinimas	99
6. KULTŪRINIŲ IR KŪRYBINIŲ INDUSTRIJŲ POVEIKIS SOCIALINEI APLINKAI IR REGIONŲ TOLYGIAM VYSTYMUISI.....	104
6.1. Lietuvos regionų plėtros planų analizė 2012 - 2020 Nacionalinės pažangos programos kontekste.	105
6.2. Lietuvos regionų plėtros planų 2014 - 2020 m. analizė pagal UNCTAD ir EVRK klasifikatorius .	109
6.3. Bendra Lietuvos regionų plėtros planų 2014 - 2020 m. apžvalga ir KKI aspekto juose įvertinimas	111
6.4. Lietuvos regionų plėtros planų 2014 - 2020 m. lėšų, skiriamų plėtrai, analizė KKI aspektu.....	116
6.5. Kitų su KKI plėtra susijusių dokumentų analizė	117
IŠVADOS IR PASIŪLYMAI	119
1 PRIEDAS. Kūrybinių industrijų veiklų klasifikavimas pagal UNCTAD ir EVRK klasifikatorius	125
2 PRIEDAS Didžiausią potencialą turinčių Lietuvos KI sričių atstovų apklausos anketa.....	126
3 PRIEDAS. Ekspertinio vertinimo vidutinės reikšmės.....	129
4 PRIEDAS. Kompiuterinių žaidimų ekspertinis vertinimas	130
5 PRIEDAS. Kultūrinio turizmo ekspertinis vertinimas	131
6 PRIEDAS. Dizaino ekspertinis vertinimas.....	132
7 PRIEDAS. Pramogų verslo ekspertinis vertinimas	134
8 PRIEDAS. Reklamos ekspertinis	135
9 PRIEDAS. Architektūros ekspertinis vertinimas	136
10 PRIEDAS. Kino ekspertinis vertinimas	137
LITERATŪROS SĄRAŠAS.....	138

ĮVADAS

Vertinant pastarojo meto ekonominius ir socialinius pokyčius globaliu mastu, akivaizdu, kad vienintelis pastovus bruožas – nuolatiniai pokyčiai. Akademiniame ir politiniame diskurse vis daugiau dėmesio skiriama nebe serijinių prekių gamybai, bet aukštos kokybės prekių ir paslaugų kūrimui. Tokiomis sąlygomis nuolat auga ir kūrybinių bei kultūrinių industrijų svarba. Kūrybingumas kiekvienos šalies kultūriniame kontekste charakterizuojamas kur kas gilesnėmis tradicijomis nei darbo jėgos ar kapitalo naudojimas, todėl kiekviena šalis, nepriklausomai nuo jos ekonominio išsivystymo lygio, yra vienodai pajėgi atskleisti talentus, skatinti meninę raišką, naujų idėjų atsiradimą ir eksperimentavimą. Tinkamai kultivuojami, šie kūrybingumo šaltiniai gali ženkliai paveikti besivystančių valstybių įtaką pasaulinės prekybos mastu arba atverti naujas galimybes kurti pridėtinę vertę (Creative Industries Development, 2004). Visgi terminas “kūrybinės industrijos” gali būti analizuojamas tik informacinės visuomenės kontekste (Thomassen, 2007). Ideologinė ir politinė šio termino galia kyla iš prestižo ir ekonominės įtakos, susijusios su inovacijų, informacijos, informacijos darbuotojų bei informacinių ir komunikacijos technologijų, akcentuojamų informacinės visuomenės teorijoje (Garnham, 2005).

Vakarų valstybėms dėmesį nukreipiant nuo prekių ir paslaugų gamybos link idėjų ir žinių kūrimo, kūrybinės industrijos tampa vis svarbesniu praktinių ir teorinių tyrimų objektu (Blair, Grey, Randle, 2001; Jones, Comfort, Eastwood, Hillier, 2004; Matheson, 2006; Keane, Hartley, 2006; Thomassen, 2007; Malem, 2008; Sapsed, Mateos-Garcia, Adams, Neely, 2008; Huang, Chen, Chang, 2009; Ashton, 2011; Hotho, Champion, 2011). Tuo pat metu vis stiprėja argumentai, kad kūrybinės industrijos yra ypatingai svarbi modernios poindustrinės žinių visuomenės dedamoji. Kūrybinės industrijos pasižymi ne tik greitesniu nei vidutinis augimu ir darbo vietų kūrimu (Blair, Grey, Randle, 2001; Hotho, Champion, 2011; De Propriis, 2012; Goede, Louisa, 2012), bet tampa ir kultūrinės tapatybės išraiškos priemone, svarbia kultūrinės įvairovės skatinimui (Green Paper, 2010). Tai itin svarbu, nes kultūrinė įvairovė skatina visuomenės kultūrinį gyvybingumą ir ekonominę sėkmę kur kas labiau nei kultūrinis homogeniškumas (Goede, Louisa, 2012; Florida, 2010 ir kiti autoriai).

1. KŪRYBINIŲ INDUSTRIJŲ SAMPRATA

Kūrybinių industrijų (angl. *creative industries*) samprata yra plačiai naudojama užsienio akademiniam diskurse bei publicistikoje, pastaruoju metu vis dažniau analizuojama ir Lietuvoje, tačiau atlikta mokslinės literatūros analizė parodė, kad pati samprata yra ganėtinai siaurai išnagrinėta. Nors ir šiuo metu vis dar nėra vieno bendro kūrybinių industrijų apibrėžimo, tačiau dažniausiai vadovaujamosi D. Britanijoje sukurtu ir išpopuliarintu apibrėžimu – akcentuojama, kad kūrybinės industrijos yra sudarytos iš ekonominių vienetų, kurie individualiam kūrybingumui, gebėjimams ir talentui suteikia turto ir darbo vietų kūrimo potencialą.

Kūrybinių industrijų sąvokos užuomazgos atsirado Australijoje 9 deš. pabaigoje, tačiau oficialiai svarbiu ekonomikos sektoriumi kūrybinės industrijos buvo įvardintos 1998 metais, kai Didžiojoje Britanijoje valdančioji Leiburistų partija inicijavo pirmojo kūrybinių industrijų žemėlapių sudarymą (Creative Industries Mapping Document, 1998). Šiame dokumente kūrybinės industrijos buvo pristatomos kaip konkurencinio pranašumo, ekonominio augimo ir regionų atgaivinimo šaltinis.

Kūrybinių industrijų idėjos šalininkai teigė, kad ekonominė veikla, kylanti iš žmonių kūrybingumo bei kultūrinių ypatumų, įskaitant ir komercines formas, turėjo būti suvokiama kaip atskiras veiksnys, darantis įtaką kiekvienos valstybės ekonominiam gyvenimui. Kūrybinės industrijos buvo suvokiamos kaip daugiau nei tradicinės meno formos, tokios kaip teatras, muzikos ir kino kūrimas, bet ir tam tikri paslaugų verslai, pvz., reklamos verslai, parduodantys kūrybingumą kitiems verslams, gamybos procesai, paremti kultūriniais šalies ypatumais ar tradicijomis, mažmeninė meno kūrinių prekyba. Remiantis šiuo platesniu apibrėžimu, buvo pastebėta, kad visi verslai, kildinami iš kultūrinių šalies ypatumų ar asmeninio autoriaus kūrybingumo, yra svarbus ir augantis darbo vietų bei gerovės kūrimo šaltinis (Gibbon, 2011).

Stengiantis apibrėžti kūrybines industrijas, daugelis autorių ypatingą dėmesį atkreipia į asmenines individo savybes, visų pirma – kūrybingumą (Ashton, 2011; Hotho, Champion, 2011; Lassur, Tafel – Viia, Viia, 2010; Malem, 2008; Thomassen, 2007 ir kiti autoriai). Tad yra akivaizdu, jog kūrybinės industrijos yra neatskiriamos nuo intelektinės nuosavybės. Dėl šios priežasties kai kurių autorių darbuose (Chen, Wang, Sun, 2012; De Propriis, 2012; Potts, 2011; Oakley, 2004 ir kiti) sutinkama nuomonė, kad kūrybinių industrijų pajėgumą galima matuoti išduodamų patentų ar kitų intelektinės nuosavybės teisių dokumentų kiekiu.

Plačiausiai pripažintas yra D. Britanijoje sukurtas kūrybinių industrijų apibrėžimas: industrijos, paremtos individualiu kūrybingumu, gebėjimais ir talentais bei turinčios potencialo kurti pridėtinę vertę bei darbo vietas, kuriant ir eksplotuojant intelektinę nuosavybę (šiuo

apibrėžimu naudojasi Lassur, Tafel – Viia, Viia, 2010; Hotho, Champion, 2011; Thomassen, 2007; Malem, 2008 ir kiti autoriai). Kartu su apibrėžimu buvo pateikti ir konkretūs kūrybinių industrijų sektoriai¹:

1. Reklama,
2. Architektūra,
3. Meno ir antikvarinių vertybių rinka,
4. Amatai,
5. Dizainas,
6. Drabužių modeliavimas (Levickaitė, Reimeris (2011) šį sektorių įvardina „mada“),
7. Kinas (Levickaitė, Reimeris (2011) šį sektorių įvardina „filmai, vaizdo produkcija ir fotografija“),
8. Interaktyvios kompiuterinės programos,
9. Muzika,
10. Atlikėjų menai,
11. Leidyba,
12. Kompiuterinė įranga,
13. Televizija,
14. Radijas.

Remiantis LR Kultūros ministerijos pateikiamu kūrybinių industrijų apibrėžimu, specifinės žinios bei išskirtinis pasiruošimas nėra akcentuojami. Lietuvos Respublikoje kūrybinės industrijos suprantamos kaip individo kūrybiniais sugebėjimais ir talentu pagrįstos veiklos, kurių tikslas bei rezultatas yra intelektualinė nuosavybė ir kurios gali kurti materialią gerovę bei darbo vietas².

Goede, Louisa (2012) kūrybines industrijas supranta kaip prekių ir paslaugų, pagamintų visų pirma naudojant asmeninį kūrybingumą ir intelektualinę nuosavybę, kūrimo, gaminimo ir paskirstymo ciklus.

Huang, Chen, Chang (2009) nurodo, kad kūrybines industrijas visų pirma charakterizuoja aukštos estetiškos ir simbolinės vertės komercializuotos prekės. Šių autorių pateikiama samprata išsiskiria dvipusės sąveikos akcentavimu: kūrybines industrijas apibūdina estetinio ir simbolinio turinio produkcija, o patys estetiški – simboliniai gaminiai įgauna komerciškumo savybę.

Matheson (2006) pabrėžia, kad skirtumas tarp populiariosios ir elitinės kultūros apibūdina kūrybines industrijas: „tai yra kultūra, prieinama daugumai, o gal ir visiems žmonėms, dažnai

¹ What are the Creative Industries and Creative Economy, British Council

² Dėl kūrybinių industrijų veiklos skatinimo ir plėtros strategijos patvirtinimo, LR Kultūros ministerija, 2007

ypatingai komercializuota, susidedanti iš įvairių populiarios muzikos stilių, reklaminių skelbimų ir plakatų, žurnalų, filmų, video žaidimų ir kt., sukurta tikslu gauti finansinį pelną“.

Jones, Comfort, Eastwood ir Hillier (2004) akcentuoja, kad visų kūrybinių industrijų sektorių sugrupavimas ir priskyrimas „kūrybinėms industrijoms“ remiasi tuo, jog kiekviename sektoriuje vykdoma veikla yra apskirtai įmanoma ir sėkminga tik dėl individualaus kūrybingumo.

Skirtingi apibrėžimai ir iš dalies skirtingos kūrybinių industrijų sampratos (Ashton, 2011; Jones, Comfort, Eastwood, Hillier, 2004) apsunkina tikslų kūrybinių industrijų vaidmens šalies ekonomikoje išmatavimą, o norint palyginti tarptautiniu lygmeniu, susiduriama su dar daugiau problemų. Turint omenyje, kad kūrybinės industrijos yra sintetinė veikla, reikalaujanti meninių, vadybinių, interpretacinių gebėjimų, kultūros bei informacinių technologijų išmanymo ir yra neatsiejamos nuo naujosios žiniasklaidos (naujųjų medijų), globalizacijos ir žinių ekonomikos bei remiantis UNCATD kūrybinių prekių ir paslaugų samprata, galima išgryninti esmines kūrybinių industrijų kuriamų veiklos rezultatų savybes (Creative Economy Report, 2008):

- Prekei ar paslaugai pagaminti reikia kūrybinio žmogaus indėlio,
- Prekė ar paslauga yra simbolinės žinutės perdavimo priemonė tam, kas ją vartoja – prekės ar paslaugos nėra vien utilitarinės,
- Prekę ar paslaugą sudaro bent tam tikra intelektualinė nuosavybė, kuri priklauso individui ar jų grupei.

Tai reiškia, kad kūrybinių industrijų veiklos rezultate sukuriamos prekės arba paslaugos turi ir tam tikrą kultūrinę, ne vien komercinę vertę (galimybių studija „Vilniaus kūrybinių industrijų žemėlapis).

Žvelgiant į kūrybinių industrijų sampratą per kūrybinių prekių ir paslaugų sampratą, atsiranda poreikis identifikuoti konkrečius kūrybinių industrijų sektorius, kurie kuria ne vien komercinės vertės prekes ar paslaugas. Pastebėtina, kad vieningos kūrybinių industrijų klasifikacijos nėra, o skirtingos šalys dažnai naudojami skirtingais ekonominės veiklos klasifikatoriais, kūrybinėms industrijoms jos gali priskirti šiek tiek skirtingas veiklas, todėl ir tarptautinis kūrybinių industrijų palyginimas yra sudėtinga užduotis.

Siekiant įvesti kuo aiškesnę ir vieningą kūrybinių industrijų sampratą, visos kūrybines industrijas sudarančios veiklos yra klasifikuojamos. D. Britanijos atveju kūrybinių industrijų klasifikacija yra pateikiama kaip dalis bendros kūrybinių industrijų sampratos.

Vienas plačiausiai pripažintų kūrybinių industrijų klasifikacijos modelių sukurtas UNCTAD (1 pav.), remiasi visų kūrybinių industrijų veiklų skirstymu į keturias pagrindines sritis: paveldą, menus, medijas ir funkcinis produktus.

Kultūrinės vietos Muziejai, parodos, bibliotekos, archeologiniai objektai	Amatai Tradiciniai menai, amatai, festivaliai, šventės		<i>Paveldas</i>
Vaizduojamieji menai Tapyba, skulptūra, fotografija, antikvarai	Kūrybinės industrijos	Scenos menai Gyva muzika, teatras, šokis, cirkas, kt.	<i>Menai</i>
Leidyba Knygos, žurnalai, kiti spaudiniai		Audiovizualinės medijos Televizija, kinas, radijas, kt.	<i>Medijos</i>
Dizainas Interjero, drabužių, grafinis dizainas, kt.		Naujosios medijos Video žaidimai, programinė įranga, kt.	<i>Funkciniai produktai</i>
Kūrybinės paslaugos Architektūra, reklama, kūrybiniai tyrimai, kt.			

1 pav. UNCTAD kūrybinių industrijų klasifikacija

(šaltinis: Creative Economy Report, 2008)

Visi kūrybinių industrijų sektoriai yra susiję tarpusavyje ir daro įtaką vienas kitam. Kaip matyti iš 1 pav., sektoriai gali priklausyti dviem skirtingoms sritims:

- Paveldui priskiriami kultūriniai objektai bei tradiciniai menai ir amatai, tačiau paveldas taip pat daro įtaką atlikėjų ir vizualiesiems menams. Tai paaiškinama kaip kultūros, kurioje subrendo konkretus kūrėjas, įtaka kūriniam ar pasirinktai kūrybos išraiškos formai.
- Menams galima priskirti atlikėjų, vaizduojamuosius menus, taip pat – leidybą bei televiziją, kiną, radiją. Nors leidyba ir televizija, kinas, radijas iš dalies yra medijos, jų turinys – meninė išraiška, kaip ir vizualieji arba atlikėjų menai.
- Medijomis vadinama leidyba, televizija, kinas, radijas, dizainas bei naujoji medija – visuose šiuose sektoriuose itin svarbią poziciją užima medijos, forma, kuria perduodama kūrėjo idėja, kai kuriais atvejais yra esminė idėjos charakteristika.
- Funkciniai produktai atsiranda dizaino, naujųjų medijų ir kūrybinių paslaugų sektoriuose kaip veiklos rezultatas, tai gali būti dizainerio kurtas interjeras, laikmena, kurioje įrašyta kompiuterinė programa arba statinio brėžinys.

UNCTAD pateikiama kūrybinių industrijų sektorių klasifikacija apima ir detalai apibūdina skirtingus sektorius, juos sudarančias veiklas bei stambesnę sektorių skirstymą. Visgi, nors ir platus

ir apibendrinantis modelis, UNCTAD pateikiama klasifikacija nėra vienintelis kūrybinių industrijų skirstymo į mažesnes dedamąsias variantas.

Kaip parodė literatūros analizė, egzistuoja skirtingi požiūriai į kūrybinių industrijų sandarą. Nepaisant to, kad vieningos kūrybinių industrijų klasifikacijos nėra, didžioji dauguma šalių kūrybinėms industrijoms priskiria panašias veiklas (Ashton, 2011), o savuosius apibrėžimus kuria pagal D. Britanijos modelį.

Analizuojant Lietuvos atvejį, pastebėtina, kad jis turi daug bendrų bruožų su D. Britanijos sukurtu klasifikavimu. LR Kultūros ministerijos įsakyme akcentuojama, kad „rengiant strategiją atsižvelgta į Europos Sąjungos šalių, ypač – Jungtinės Karalystės, Austrijos bei Suomijos patirtį rengiant ir įgyvendinant šios srities strateginius dokumentus“. Taigi Lietuvoje kūrybinių industrijų sandara yra suprantama pagal LR Kultūros ministerijos pateiktą skirstymą³. Kūrybinėms industrijoms Lietuvoje priskirtina:

1. Amatai,
2. Architektūra,
3. Dizainas,
4. Kinas ir videomenas,
5. Leidyba,
6. Vaizduojamasis, taikomasis menas,
7. Muzika,
8. Programinė įranga ir kompiuterinės paslaugos,
9. Radijo ir televizijos programų kūrimas ir transliacija,
10. Reklama,
11. Scenos menai ir kitos sritys, kuriose jungiasi kultūros bei ūkinės veiklos aspektai.

Kaip minėta, Lietuvoje galiojantis kūrybinių industrijų klasifikatorius turi daug bendrų bruožų su D. Britanijos taikomu modeliu. Lyginant D. Britanijoje sukurtą kultūrinių industrijų klasifikaciją su lietuvišku kūrybinių industrijų klasifikatoriumi, matyti, kad:

1. Abiejuose modeliuose išskiriamos tokios sudedamosios kūrybinių industrijų dalys: architektūra, amatai, dizainas, muzika, kinas ir videomenas, leidyba, programinė įranga ir kompiuterinės paslaugos, radijo ir televizijos programų kūrimas ir transliacija, reklama.
2. D. Britanijoje išskiriami atlikėjų menai lietuviškajame modelyje atitinka vaizduojamąjį, taikomąjį meną, drabužių modeliavimas (D. Britanijos modelis) telpa po šiek tiek platesne dizaino sąvoka (Lietuvos modelis), o šiek tiek skiriasi

³ Dėl kūrybinių industrijų veiklos skatinimo ir plėtros strategijos patvirtinimo, LR Kultūros ministerija, 2007

kompiuterinių paslaugų klasifikavimas (Lietuvoje nėra išskiriamos interaktyvios kompiuterinės programos kaip atskira kūrybinių industrijų sfera).

3. D. Britanijoje išskiriama meno ir antikvarinių vertybių rinka⁴ Lietuvos modelyje neįvardijama kaip atskira kūrybinių industrijų dedamoji.

Skirtingose šalyse taikomas kūrybinių industrijų klasifikacijas galima palyginti pagal 1 lentelėje pateiktą skirstymą. Šioje lentelėje įvedama nauja sąvoka „kūrybiškas gyvenimo būdas“. Tai yra Taivane populiari kūrybinių industrijų samprata (Huang, Chen, Chang, 2009), apimanti tokias kūrybinių industrijų sritis kaip turizmas, sportas, laisvalaikio organizavimo paslaugos, vestuvių paslaugos, teminiai ir pramogų parkai, kt.

1 lentelė. Kūrybinių industrijų klasifikavimo palyginimas

(sudaryta autorių remiantis Huang, Chen, Chang, 2009)

Sritis	Lietuva	UNESCO	D. Britanija	Kanada	Australija	Danija	Taivanas
Muzika	X	X	X	X		X	X
Atlikėjų menai	X	X	X	X	X		X
Vaizduojamieji menai	X	X	X	X		X	X
Amatai	X	X	X	X			X
Dizainas	X	X	X	X	X	X	X
Mados (drabužių) dizainas			X				X
Leidyba	X	X	X	X	X	X	X
TV ir radijo programos	X		X	X	X	X	X
Kinas, video produkcija	X	X	X	X	X	X	X
Reklama	X	X	X	X		X	X
Architektūra	X	X	X			X	X
Kultūriniai objektai					X	X	X
Programinė įranga	X	X	X	X			X
Kompiuteriniai ir video žaidimai			X				X
Kūrybiškas gyvenimo būdas							X
Kita	X	X		X	X	X	

Kaip matyti iš 1 lentelėje pateikiamo palyginimo, Lietuvoje galiojantis kūrybinių industrijų skirstymas artimiausias UNESCO pateikiamam klasifikavimui – vienintelis skirtumas yra tas, kad UNESCO klasifikacijoje nėra pateikiamas atskiras televizijos ir radijo laidų kūrimo ir transliavimo sektorius.

Kaip rodo atlikti tyrimai, kūrybinėms industrijoms pagal visas klasifikacijas priskiriamos sritys yra šios: dizainas, leidyba, kinas ir video produkcija. Galima teigti, kad tai yra pačios

⁴ What are the Creative Industries and Creative Economy, British Council

plačiausios ir geriausiai išvystytos kūrybinių industrijų sritys viso pasaulio mastu, joms skiriama itin daug dėmesio. Reimer (2009) akcentuoja, kad dizainas įgauna vis didesnę svarbą kaip kūrybinių industrijų komponentas, o De Propriis (2012) pabrėžia, kad ekonomikos augimą daugiausiai skatina reklamos, dizaino ir interaktyvių medijų sektoriai. Logiška, kad mažesnės sritys gali „tilpti“ po išvardintųjų apibrėžimu, pavyzdžiui, mados (drabužių) dizainas gali būti laikomas dizaino sektoriaus dalimi. Tuo tarpu „kūrybiško gyvenimo būdo“ sektorius yra matomas tik Taivane taikomoje klasifikacijoje. Tai suponuoja, kad ši sritis nėra esminė, gali dengtis su kitais ekonomikos sektoriais, pavyzdžiui, turizmo sektoriumi, ir todėl nėra laikoma grynąja kūrybine industrija pasaulio mastu.

Nors sąsajos tarp kūrybinių ir kultūrinių industrijų yra akivaizdžios, kūrybinės industrijos yra aiškiai orientuotos į ekonominio pelno gavimą per įvairias kūrybingumą ir kultūrinį paveldą pasitelkiančias veiklas (Creative Industries and Development, 2004), tuo tarpu kultūrinių industrijų veikla gali būti nukreipta į socialinės atskirties mažinimą, nacionalinės atminties formavimą, tautinio identiteto skatinimą, kultūrinio paveldo išlaikymą (32 Creative Economies..., 2013) ar kitus, nebūtinai ekonominę išraišką turinčius tikslus. Būtina tiksliai apibrėžti tiek kultūrinės, tiek kūrybinės industrijas, nes šie terminai nėra pakeičiantys vienas kitą.

Terminu „kultūrinės industrijos“ apibūdinamos industrijos, derinančios kūrybinio – kultūrinio turinio kūrimą, gamybą ir pardavimą. Kuriamas turinys paprastai yra saugomas autorių teisių ir yra prekės ar paslaugos pavidalo (Understanding Creative Industries, 2005).

Kūrybinės industrijos paprastai apima spaudos ir multimedijos kūrinius, audiovizualinę, fonografinę ir kinematografinę produkciją, taip pat – amatus bei dizaino darbus. Pastaruoju terminu apibūdinamas platesnis veiklų spektras, apimantis kultūrinės industrijas ir kultūrinę ar meninę kūrybą, tiek atliekamą esamuju momentu („gyvai“), tiek ir pateikiamą kaip produkcija vartojimui. Kūrybinės industrijos yra tos, kuriose sukurta prekė ar paslauga turi esminį meninio ar kūrybinio pobūdžio elementą (Understanding Creative Industries, 2005).

2. KŪRYBINIŲ INDUSTRIJŲ SEKTORIAUS KONKURENCINGUMAS

Kūrybinės industrijos sudaro naują ir augantį bei stiprėjantį ekonomikos sektorių, kuris ženkliai prisideda prie šalių bei regionų konkurencingumo stiprinimo. Mokslinės literatūros analizė parodė, kad konkurencingumas apibrėžiamas ir vertinamas pagal skirtingus rodiklius – ekonomistai pateikia apie 400 skirtingų konkurencingumo apibrėžimų (Minska – Struzik, 2014). Autorės teigimu, tokia daugybė konkurencingumo sampratų kyla iš vertinimo skirtingais lygiais: konkurencingumą galima vertinti mikro lygiu (įmonių lygyje), mezo lygiu (pramonės šakų lygyje), makro lygiu (šalių lygyje), taip pat ir sistemiškai.

Daugelis konkurencingumo vertinimo makro lygiu modelių skiria daug dėmesio **užsienio prekybai**. Esminiai užsienio prekybos konkurencingumo vertinimo kriterijai apima eksporto ir importo balansą, dalį pasaulinėje prekyboje, prekybos specializaciją, kainos ir kaštų santykį. Visgi remiantis šiais rodikliais, būtina įvertinti ir konkrečios šalies gyventojų gerbūvį, gyvenimo lygį ir kokybę, t.y., pelninga užsienio prekyba neturi automatiškai būti laikoma konkurencingumo indikatoriumi, o užsienio prekybos deficitas gali tapti efektyviu įrankiu gyvenimo lygio ir kokybės didinimui.

Vertinant konkurencingumą makro lygiu, dažnai naudojamas ir **produktyvumo** rodiklis. M. Porter teigimu, produktyvumas yra esminis ekonomikos konkurencingumo vertinimo kriterijus, nes įmonių gebėjimas dirbti efektyviau yra lemiamas veiksnys, sąlygojantis visuomenės gerbūvį. Pasaulio ekonomikos forumo (World Economic Forum) vertinimu, konkurencingumas yra apibrėžtas šalies institucijų, vykdomos politikos ir kitų aspektų kokybės, nes jie daro įtaką produktyvumo lygiui. Paprasčiau tariant, kuo ekonomika yra konkuresnė, tuo aukštesnės yra visuomenės narių pajamos ir tuo didesnė yra investicijų grąža – vertinant tiek kapitalą, tiek žmogiškuosius išteklius, tiek technologinius įdėjimus.

Pastaruoju metu vis daugiau dėmesio skiriama **inovacijoms ir novatoriškumui**, kaip konkurencingumą makro lygiu sąlygojantiems veiksniais. Neperkeliamų tradicinių išteklių svarbai nuolat menkstant, sparčiai auga novatoriškos infrastruktūros, naujausių technologijų ir žmogiškojo kapitalo svarba. Tai sukuria naujus iššūkius šalims, kurios siekia didinti savo konkurencingumą: jos privalo skatinti tyrimus, kurti inovacijas ir pritraukti užsienio kapitalą bei naujausias technologijas. Šie veiksmai autorių yra laikomi tiek konkurencingumo sampratos dalimi, tiek ir jos vertinimo kriterijumi (Minska – Struzik, 2014). Hautamaki (Creative Economy and Culture in the Innovation Policy, 2010) teigimu, globali ekonomika dabar yra inovacijomis paremta vystymosi stadijoje, todėl

gebėjimas nuolat kurti novatoriškus produktus yra būtina sąlyga bet kurios šalies tarptautinio konkurencingumo stiprinimui.

Pasaulinis konkurencingumo indeksas (Global Competitiveness Index, PKI), yra Pasaulio ekonomikos forumo (PEF) išvestas konkurencingumo vertinimo rodiklis, apimantis skirtingus ekonomikos parametrus – ne tik užsienio prekybos balansą ir produktyvumą, bet ir su inovacijomis susijusius rodiklius. PKI apskaičiuojamas pagal 12 svarbiausių sričių, PEF nomenklatūroje vadinamų „kolonomis“.

2 lentelė. Pasaulio ekonomikos forumo PKI sandara

(šaltinis: Minska – Struzik, 2014)

Pasaulinis konkurencingumo indeksas		
Subindeksas 1 Baziniai reikalavimai	Subindeksas 2 Produktyvumą didinantys veiksniai	Subindeksas 3 Inovacijų ir kompleksiniai veiksniai
1 kolona – institucijos 2 k. – infrastruktūra 3 k. – makroekonominė aplinka 4 k. – sveikatos apsauga ir pradinis išsilavinimas	5 k. – aukštesnis išsilavinimas ir profesinis mokymas 6 k. – prekių rinkos efektyvumas 7 k. – darbo rinkos efektyvumas 8 k. – finansų rinkos vystymasis 9 k. – technologinis pasirengimas 10 k. – rinkos dydis	11 k. – verslo išprusimas 12 k. – inovacijos
Gamybos veiksniais paremta ekonomika	Produktyvumo didinimu paremta ekonomika	Inovacijomis paremta ekonomika

PKI apima 12 „kolonų“, kurių kiekvienos svarba ir įtaka PKI skiriasi priklausomai nuo vertinamos šalies išsivystymo lygio. Tradicinės ekonomikos šalyse, kurios remiasi pigia darbo jėga ir žaliavų gavyba bei apdirbimu, konkurencingumui didelę įtaką daro institucijų darbo kokybė, infrastruktūros išvystymas, makroekonominės aplinkos stabilumas, visuomenės sveikatos lygis bei pradinio išsilavinimo mastas bei kokybė.

Šalies ekonomikai vystantis, kyla darbo užmokesčio lygis, taigi naudojami vis efektyvesni verslo procesai, o gaminamų prekių ir teikiamų paslaugų kokybė auga, patys produktai darosi vis

kompleksiškesni. Todėl aukštesnis išsilavinimas įgyja vis daugiau svarbos, vis daugiau dėmesio skiriama prekių rinkos dydžiui ir efektyvumui, darbo ir finansų rinkoms, gebėjimui pritaikyti ir naudotis naujausiomis prieinamomis technologijomis.

Aukščiausio ekonominio išsivystymo šalyse, siekiant išlaikyti aukštą darbo užmokesčio lygį ir gyvenimo standartą, būtina diversifikuoti produktus ir rinkai teikti naujus, nuolat tobulinamus produktus.

Pasaulio ekonomikos forumas įvertina BVP dalį vienam gyventojui bei nustato esmines „kolonas“, kuriomis remiasi konkrečios šalies tarptautinis konkurencingumas, taip suskirstydamas visas šalis į tris grupes pagal išsivystymo lygį:

1. Paremtos gamybos veiksniais;
2. Paremtos produktyvumo didinimu;
3. Paremtos inovacijomis.

Šalys gali migruoti tarp grupių: jei sąlygos blogėja, šalis pereina iš aukštesnio lygio į žemesnį, o jei sąlygos gerėja – iš žemesnio į aukštesnį. Remiantis PEF kasmetinio tyrimo duomenimis, nustatomos pagrindinės kliūtys, trukdančios konkrečios šalies konkurencingumo ir ekonomikos apskritai augimui. Ekspertai vertina šalis pagal pateiktus kriterijus, suteikdami balus pagal kriterijaus svarbą. Vertinimo kriterijai:

1. Finansavimo prieinamumas,
2. Korupcijos lygis,
3. Infrastruktūra adekvatumas,
4. Darbo jėgos išsilavinimas adekvatumas,
5. Vyriausybės valdymo aparato efektyvumas,
6. Gebėjimas kurti inovacijas,
7. Politinės valdžios stabilumas,
8. Darbo etikos adekvatumas ir tinkamumas,
9. Darbo santykių reguliavimo lygis,
10. Mokesčių dydis,
11. Mokestinis reguliavimas.

Remiantis Skandinavijos šalių patirtimi (KreaNord ataskaita Šiaurės ministrų tarybai, 2012) kultūrinių ir kūrybinių industrijų sektoriaus konkurencingumas gali būti matuojamas šiais rodikliais:

- Sektoriaus įmonių darbuotojų skaičius,
- Sektoriaus įmonių skaičius,

- Sektoriaus įmonių apyvarta.

Be to, šiose šalyse laikomasi nuostatos, kad investicijos į kultūrinių ir kūrybinių industrijų sektorių ne tik praturtina visuomenės gyvenimą, kelia jo kokybę, bet ir padeda pasiekti ne visada lengvai ekonominiu požiūriu išmatuojamų tikslų, tokių kaip verslo vystymasis ir verslumo didėjimas, miestų vystymasis, visuomenės integracija ir socialinės atskirties mažėjimas, išsilavinimo ir kūrybingumo didėjimas.

Remiantis Vokietijoje atliktu kultūrinių ir kūrybinių industrijų sektoriaus tyrimu⁵, svarbiausi šio sektoriaus konkurencingumo vertinimo kriterijai yra:

- Sektoriaus įmonių skaičius,
- Sektoriaus įmonių darbuotojų skaičius,
- Sektoriuje savarankiškai dirbančių darbuotojų skaičius,
- Sektoriaus įmonių apyvarta.

Vienas išsamiausių kultūrinių ir kūrybinių industrijų sektoriaus tyrimų Europos Sąjungoje⁶ nurodo, kad vertinimo rodikliai gali būti skirstomi į struktūrinius bei finansinius ir veiklos rodiklius:

- *Struktūriniai rodikliai:*
 - Sektoriaus įmonių skaičius,
 - Sektoriaus įmonių darbuotojų skaičius,
 - Sektoriaus įmonių apyvarta,
 - Sektoriaus sukuriama pridėtinė vertė,
 - Sektoriaus sukuriamos pridėtinės vertės ir apyvartos procentinis santykis,
 - Sektoriaus įmonių apyvartos dalis, tenkanti vienam įmonių darbuotojui,
 - Sektoriaus įmonių darbo produktyvumas.
- *Finansiniai ir veiklos rodikliai:*
 - Sektoriaus įmonių investicijų grąža,
 - EBIT pelningumo rodiklis,
 - Sektoriaus įmonių pelno marža,
 - Bendrasis likvidumo koeficientas,
 - Mokumo koeficientas.

⁵ Culture and Creative Industries in Germany 2009. Monitoring of Selected Economic Key Data on Culture and Creative Industries

⁶ Survey on Access to Finance for Cultural and Creative Sectors. Evaluate the Financial Gap of Different Cultural and Creative Sectors to Support the Impact Assessment of the Creative Europe Programme

Apibendrinus išanalizuotą mokslinę literatūrą bei remiantis šio tyrimo metu atliktais interviu su ekspertais, nustatyti esminiai kūrybinių industrijų sektoriaus konkurencingumą lemiantys veiksniai. Taigi vertinant Lietuvos kūrybinių industrijų sektoriaus konkurencingumą, daugiausiai dėmesio bus skiriama šiems rodikliams:

- KI sektoriaus įmonių skaičius ir dinamika,
- KI sektoriaus įmonių darbuotojų skaičius ir dinamika,
- KI sektoriaus įmonių apyvarta ir jos dinamika,
- KI sektoriaus įmonių pelnas ir jo dinamika,
- KI sektoriaus įmonių eksportas ir jo dinamika.

Tolesnėje tyrimo ataskaitos dalyje detalčiau aptariamas kiekvienas iš pasirinktų rodiklių, pabrėžiant esmines priežastis, kaip tai prisideda prie kūrybinių industrijų sektoriaus konkurencingumo didinimo.

2.1. Sektoriaus įmonių skaičius

2010 metais KI sektoriuje visoje ES veikė 955 844 įmonės (4.4% visų veikusių įmonių). Šis sektorius pasižymi neproporcingai dideliu itin mažų bei mažų ir vidutinių įmonių skaičiumi – maždaug pusė sektoriaus įmonių turi nuo 1 iki 3 darbuotojų. Kita vertus, tik 1-4% visų KI sektoriaus įmonių turi daugiau nei 50 darbuotojų, ir visgi būtent šios įmonės sukuria maždaug 50% visos savo veiklos sritys (KI subsektoriaus) apyvartos.

Beveik 2/3 visų KI sektoriaus įmonių užsiima kūryba, o 20% - gamyba arba leidyba, kitos sritys (KI subsektoriai) dalinasi mažesnes rinkos dalis.

KI sektoriuje dirba daug savarankiškų ir laisvai samdomų darbuotojų – remiantis 2009 metų duomenimis, ES tokių darbuotojų buvo apie 520,5 tūkst. Šį skaičių įvertinti kaip dalį tarp visų laisvai samdomų darbuotojų ES yra sudėtinga dėl skirtingų nacionalinių ekonominės veiklos klasifikatorių ir pateikiamų agreguotų duomenų⁷.

Analizuojant KI sektorių, nustatyta, kad 6 pagrindinėse veiklos srityse (subsektoriuose) dirba 60% visų KI sektoriaus darbuotojų. Šios veiklos sritys yra vienodai svarbios ir apyvartos generavimo, ir pridėtinės vertės kūrimo prasme:

- Reklamos agentūros,
- Laikraščių leidyba,
- Architektūros paslaugos,

⁷ Survey on Access to Finance for Cultural and Creative Sectors, 2013

- Žurnalų ir kitos periodinės spaudos leidyba,
- Kino filmų, video paslaugų ir televizijos laidų gamyba,
- Televizijos programų kūrimo ir transliavimo veikla. Ši veiklos sritis (KI subsektorius) nėra itin svarbus darbo vietų kūrimo prasme, tačiau generuoja ženkliai apyvartas bei pridėtinę vertę.

2.2. Sektoriaus įmonių darbuotojų skaičius

Atsiradus ir išpopuliarėjus naujoms menu ir kultūra paremtoms ekonominės veiklos rūšims, atsirado ir naujos specialybės. Esminės naujų darbo vietų charakteristikos yra susijusios su glaudesniu bendradarbiavimu, funkcijų ir gebėjimų iš kultūros srities ir iš verslo srities persipynimu (Creative Economy and Culture in the Innovation Policy, 2010).

Kaip jau minėta (White, Gunasekaran, Roy, 2014, Minska – Struzik, 2014), kūrybinių industrijų sektoriaus konkurencingumui stiprinti reikalinga ne tik fizinė infrastruktūra (komunikacijos, transportas, atitinkami pastatai), bet ir kultūrinė infrastruktūra, sudaranti kokybiškas gyvenimo ir kūrybos sąlygas kūrybinių industrijų sektoriaus darbuotojams. Tinkama kultūrinė infrastruktūra prisideda prie konkrečios vietos ar miesto patrauklumo „kūrybinei klasei“. Florida (2010) atkreipia dėmesį į tam tikros vietos patrauklumą kūrybinei klasei ir investuotojams. Šis autorius akcentuoja, kad kūrybiniai miestai lengviau pritraukia naujus kūrybingus žmones, kurie aktyviai dalyvauja pridėtinės ekonominės ir kultūrinės vertės kūrime. Aukštos urbanizacijos geografinės teritorijos, daugiausia dideli miestai, pranašumą sukuria stipriai išvystyta ir verslui pritaikyta infrastruktūra, intensyvia marketingine aplinka, kritiškais vartotojais, stipriais bendradarbiavimo tinklais, finansų ir verslo paslaugų ištekliais vienoje vietoje. Kūrybiniai ir inovacijų centrai klesti dėl nuolatinio augimo, vystymosi, pastovaus poreikio rasti vis naujus sprendimus ir siūlyti naujas idėjas, didelės konkurencijos ir ypatingos kultūrinės aplinkos, kurią sukuria įvairiautė, kūrybinga populiacija (Creative Economy and Culture in the Innovation Policy, 2010).

Kaip pastebi Kainulainen (Creative Economy and Culture in the Innovation Policy, 2010), ženkli kultūrinių ir meno sričių darbuotojų oficialiai dirba ne kultūriniame sektoriuje. Dažnu atveju šie darbuotojai yra žiniomis pagrįstos veiklos (angl. *knowledge-intensive business services*) atstovai: jie teikia reklamos, viešųjų ryšių, marketingo, verslo konsultavimo, architektūros ir panašių veiklos sričių paslaugas. Tikėtina, kad kultūros ar meno srityje išsilavinimą turintys, be netipišką darbinę veiklą pasirinkusių profesionalų skaičius išlaikys tą pačią augimo tendenciją.

Bet kuriuo atveju, žmogiškųjų išteklių kokybė ir jos pagrindu formuojamas regiono konkurencingumas yra glaudžiai susijusi su regiono turimu intelektiniu kapitalu bei švietimo sistemos efektyvumu.

2.3. Sektoriaus įmonių apyvarta ir pelnas

Vienas iš svarbiausių iššūkių, su kuriais susiduria kūrybinių industrijų sektorius – investicijų pritraukimas. Šis sektorius investuotojų dažnai suprantamas kaip didelės sėkmės arba didelės nesėkmės (angl. *hit or miss*) investicijų laukas, o jame dirbantys verslininkai – meniški, neturintys griežtos darbo etikos ir struktūros, su kuriais sunku dirbti. Iš dalies tokia reputacija yra pelnyta, ir vien tokio įvaizdžio gali pakakti potencialiems investuotojams „išgąsdinti“. Visgi esminis kūrybinių industrijų sektoriaus skirtumas nuo kitų sektorių yra itin aukšto lygio heterogeniškumas – kiekviena įmonė turi savitą verslo modelį, dažniausiai dirba nedidelėje nišinėje rinkoje ir itin tiksliai patenkina nišos poreikius, taigi siekiant plėtoti ir vystyti verslą kūrybinių industrijų sektoriuje, susiduriama su specifinėmis investicijų pritraukimo problemomis: dėl išvardintų priežasčių investuotojams sudėtinga teigiamai vertinti investicijas šiame sektoriuje, o tai savo ruožtu trukdo įmonių apyvartos auginimui ir pelno didinimui.

Remiantis Europos Komisijos užsakyto tyrimo⁸ rezultatais, 2010 metais maždaug 1 milijonas KI įmonių visoje Europoje sugeneravo 402.2 mlrd. EUR apyvartą, kurios 38%, 153.7 mln. EUR sudarė pridėtinę vertę.

Nors didžioji dalis KI sektoriaus įmonių veiklą vykdo kūrybos veiklos srityje, apyvartos joje sudaro ženkliai mažesnę dalį, o tai parodo, kad kūrybinės įmonės apyvartos prasme yra labai mažos ir mažos: 65% KI sektoriaus įmonių sugeneruoja tik 29% KI sektoriaus apyvartos. Tuo tarpu įmonės, užsiimančios gamyba arba leidyba, yra ženkliai didesnės: 20% KI sektoriaus įmonių, veikiančių gamybos ar leidybos srityse sugeneruoja 41% KI sektoriaus apyvartos. Tokia pati tendencija pastebima ir vertinant KI veiklos sričių kuriamą pridėtinę vertę.

Vertinant pagal KI veiklos subsektorius, nustatyta, kad 5 svarbiausi subsektoriai generuoja 56% visos KI sektoriaus apyvartos ir 60% visos KI sukuriamos pridėtinės vertės:

- Televizijos programų kūrimo ir transliavimo veikla,
- Reklamos agentūros,
- Laikraščių leidyba,
- Architektūros paslaugos,
- Žurnalų ir kitos periodinės spaudos leidyba.

⁸ Survey on Access to Finance for Cultural and Creative Sectors, 2013

Apyvartos generavimo prasme svarbiausias subsektorius yra televizijos programų kūrimo ir transliavimo veikla, tačiau vertinant šio subsektoriaus apyvartos ir pridėtinės vertės apimčių santykį, jis siekia tik 40% ir yra mažiausias rodiklis tarp visų 5 išvardytų subsektorių.

2.4. Sektoriaus įmonių eksportas

Kultūrinių ir kūrybinių industrijų sektoriaus internacionalizacija ir eksporto apimčių didinimas yra svarbus ne tik ekonominiu, bet ir kultūriniu bei socialiniu požiūriais. Įmonės veikla tarptautiniu mastu suteikia jai prieigą prie didesnių rinkų, skatina kultūrinę įvairovę bei bendradarbiavimą tarp skirtingų kultūrų atstovų, o eksporto apimčių didėjimas skatina kultūrinių ir kūrybinių industrijų sektoriaus verslumo augimą.

Kultūrinių ir kūrybinių industrijų sektorius yra strategiškai reikalingas siekiant skatinti išmanų, tvarų ir integraciją didinantį Europos Sąjungos augimą. Remiantis Europos Komisijos komunikatu dėl kultūrinių ir kūrybinių industrijų plėtojimo, siekiant ES augimo ir naujų darbo vietų kūrimo, „išmani internacionalizacija ir eksporto skatinimo priemonės yra būtinos, norint, kad dauguma smulkių organizacijų ir įmonių galėtų veikti globalioje aplinkoje ir pasiekti naujas rinkas visame pasaulyje. Būtina nustatyti ir naudoti efektyviausias paramos priemones, skatinti dalyvavimą užsienio rinkose, aptarti naudojamas reguliavimo priemones ir būdus bei įvertinti rizikos pasidalinimo galimybes. Fondų formavimas, bendradarbiavimo skatinimas ES viduje suteiks galimybę Europai tapti stipriu ir svarbiu žaidėju pasaulio kultūros ir kūrybinių industrijų žaidėju.⁹ Europa yra vienas iš pirmaujančių kūrybinių industrijų produktų eksportuotojų pasaulyje. Vienos stipriausių kūrybinių industrijų eksporto sričių – leidyba, muzika, kinas, ypatingas augimas pastebėtas naujųjų medijų bei video žaidimų kūrybos srityse. Kūrybinėse industrijose sukurtų produktų eksportas sudaro 4,3% viso išorinio ES-27 eksporto.

Visgi akcentuotina, kad statistinių duomenų apie KKI eksportą bei importą trūksta. Skirtingose sistemose kaupiama informacija yra sunkiai palyginama tarpusavyje ir suskirstyta į ribotas sektorių, geografinės apimties ar laiko grupes, taigi prieinami duomenys negali sukurti išbaigto ir patikimo eksporto situacijos vaizdo. Remiantis prieinamais statistiniais duomenimis, pastebimos tokios tendencijos:

- 2009 metais ES-27 iš kultūrinių prekių eksporto gavo 1,9 mlrd. EUR pelno,
- Pagrindinės eksporto prekės: knygos ir meno kūriniai,
- 2009 metais kultūrinių produktų eksportas sudarė tik 0,5% bendrojo ES eksporto.

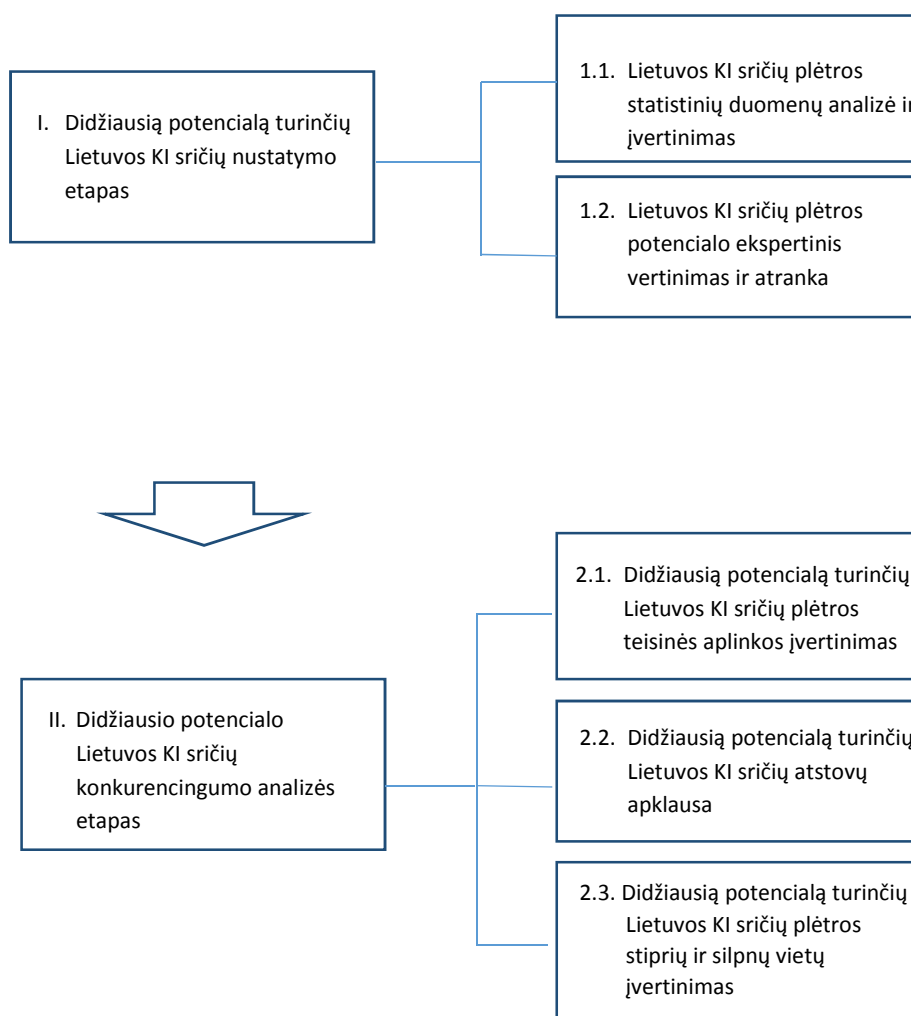
⁹ Good Practice Report. Open Method of Coordination Working Group on Cultural and Creative Sectors' Export and Internationalisation Support Strategies, 2014

Atlikta KI sektoriaus konkurencingumo rodiklių analizė parodė, kad kūrybinės industrijos laikytinos vienu svarbiausių bet kurios šalies tarptautinio konkurencingumo šaltinių, tačiau siekiant įvertinti kūrybinių industrijų indėlį, susiduriama su netolygiai renkama, indeksuojama, vertinama ir pateikiama statistine informacija. Pabrėžtina, kad siekiant įvertinti ir nustatyti, kurios Lietuvos KI sektoriaus sritys pasižymi didžiausiu plėtros potencialu, būtina specifinė metodika.

3. LIETUVOS KI SEKTORIAUS KONKURENCINGUMO VERTINIMO METODIKA

Lietuvos KI sektoriaus konkurencingumo tyrimas vykdomas dviem etapais (žr. 2 pav.):

1. Didžiausią potencialą turinčių Lietuvos KI sričių nustatymo etapas;
2. Didžiausio potencialo Lietuvos KI sričių konkurencingumo analizės etapas.



2 pav. Lietuvos KI konkurencingumo tyrimo schema

I. Didžiausią potencialą turinčių Lietuvos KI sričių nustatymo etapas.

Šio etapo tikslas yra nustatyti septynias didžiausią potencialą turinčias Lietuvos KI sritis. Didžiausią potencialą turinčių Lietuvos KI sričių nustatymas atliekamas trimis žingsniais:

1. **Lietuvos KI sričių plėtros statistinių duomenų analizė ir įvertinimas.** Siekiant išlaikyti tęstinumą su ankstesniais Lietuvoje vykdytais KI tyrimais, Lietuvos KI sričių plėtros

statistinių duomenų analizei naudojamas KI klasifikavimas pagal UNCTAD ir EVRK klasifikatorius (žr. 1 priedą). Analizuojami šie Lietuvos Statistikos departamento surinkti duomenys:

- KI sektoriaus įmonių skaičius ir dinamika (2010, 2011, 2012);
- KI sektoriaus įmonių darbuotojų skaičius ir dinamika (2010, 2011, 2012);
- KI sektoriaus įmonių apyvarta ir jos dinamika (2010, 2011, 2012);
- KI sektoriaus įmonių pelnas ir jo dinamika (2010, 2011, 2012);
- KI sektoriaus įmonių eksportas ir jo dinamika (2010, 2011, 2012).

KI sričių potencialas yra vertinamas balais pagal 9 kriterijus, pateikiamus 3 lentelėje.

3 lentelė. KI sričių potencialo vertinimo lentelė pagal statistinius veiklos duomenis

Kriterijaus pav.	Vertinimo balai	Suteikiami balai		
		Žemas lygis	Vidutinis lygis	Aukštas lygis
1. KI srities įmonių skaičiaus vidurkis (2010-2012)		1	2	4
2. KI srities įmonių skaičiaus augimo tempai (2010-2012)		2	4	8
3. KI srities įmonių darbuotojų skaičiaus vidurkis (2010-2012)		1	2	4
4. KI srities įmonių darbuotojų skaičiaus augimo tempai (2010-2012)		2	4	8
5. KI srities įmonių apyvartos vidurkis (2010-2012)		1	2	4
6. KI srities įmonių apyvartos augimo tempai (2010-2012)		2	4	8
7. KI srities įmonių bendro pelno vidurkis (2010-2012)		1	2	4
8. KI srities įmonių bendro pelno augimo tempai (2010-2012)		2	4	8
9. KI srities įmonių eksporto vidurkis (2010-2012)		1	2	4
10. KI srities įmonių eksporto augimo tempai (2010-2012)		2	4	8
11. KI srities įmonių apyvartos tenkančios vienam darbuotojui vidurkis (2010-2012)		2	4	8
12. KI srities įmonių apyvartos tenkančios vienam darbuotojui augimo tempų vidurkis (2010-2012)		2	4	8

2. **Lietuvos KI sričių plėtros potencialo ekspertinis vertinimas ir atranka.** Ekspertiniam vertinimui yra sudaroma 5-7 ekspertų, turinčių žinių ir patirtį KI industrijų plėtojimo srityje, grupė. KI sričių potencialo vertinimui yra surengiama sesija, kurios metu yra pristatomi surinkti KI statistiniai duomenys. Po pristatymo ekspertai, pateiktų statistinių duomenų pagrindu, bendru sutarimu atranka septynias didžiausią potencialą turinčias sritis. Ekspertų vertinimu yra atliekamas KI sričių ribų nustatymas apjungiant susijusias EVRK veiklas.

KI sričių potencialo bendras įvertinimas gaunamas susumavus ekspertinio vertinimo ir statistinių duomenų vertinimo balus. Septynios KI sritys, surinkusios daugiausiai vertinimo balų, yra atrenkamos į detalesnio vertinimo etapą.

II. Didžiausio potencialo Lietuvos KI sričių konkurencingumo analizės etapas.

Šio etapo tikslas yra nustatyti didžiausią plėtros potencialą turinčių Lietuvos KI sričių stipriausias ir silpnąsias vietas. Analizės etapas vykdomas trimis žingsniais:

1. **Didžiausią potencialą turinčių Lietuvos KI sričių plėtros teisinės aplinkos įvertinimas.** Šiame žingsnyje yra analizuojama teisinė KI sričių plėtros aplinka. Tam yra analizuojami teisiniai aktai turintys įtakos KI sričių plėtrai.
2. **Didžiausią potencialą turinčių Lietuvos KI sričių atstovų apklausa.** Apklausa vykdoma pagal parengtą klausimyną (žr. 2 priedą). Kiekvienos srities atstovai prašomi įvertinti savo srities klausimyne pateiktus elementus skalėje nuo 1 balo (mažiausias vertinimas) iki 5 balų (didžiausias vertinimas). Viso yra apklausiama po 10 atstovų iš kiekvienos srities.
3. **Didžiausią potencialą turinčių Lietuvos KI sričių plėtros stiprių ir silpnų vietų įvertinimas.** Kiekvienos nagrinėjamos srities atstovų vertinimai yra susumuojami ir apskaičiuojamas vertinimo vidurkis. Remiantis gautais vertinimais yra parengiamos kiekvienos srities ir visų sričių bendras vertinimo diagramos, įgalinančios nustatyti stipriausias ir silpnąsias srities charakteristikas.

4. DIDŽIAUSIĄ POTENCIALĄ TURINČIŲ LIETUVOS KI SRIČIŲ NUSTATYMAS

Remiantis sudaryta tyrimo metodika, nustatomos didžiausią potencialą turinčių Lietuvos KI sritys. Pirmasis sričių nustatymo etapas susideda iš (1) KI sričių plėtros statistinių duomenų analizės ir vertinimo, (2) KI sričių plėtros potencialo ekspertinio vertinimo ir (3) KI sričių potencialo bendro įvertinimo bei atrankos.

4.1. Lietuvos KI sričių plėtros statistinių duomenų analizė ir įvertinimas

4.1.1. KI sričių įmonių skaičiaus vertinimas

KI sričių įmonių skaičiaus vertinimas yra atliekamas pagal parengtą tyrimų metodiką (žr. 3 skyrių). Vertinamas įmonių skaičiaus 2010 – 2012 metais vidurkis ir įmonių skaičiaus augimo tempai 2010 – 2012 metų laikotarpiu.

Pagal įmonių skaičių balai yra skiriami tokiais režiais:

- daugiau kaip 100 įmonių – 4 balai;
- nuo 100- 20 įmonių – 2 balai;
- mažiau nei 20 įmonių – 1 balas.

Pagal įmonių skaičiaus augimo tempus balai skiriami tokiais režiais:

- daugiau kaip 20 proc. augimas – 8 balai;
- nuo 20-1 proc. augimas – 4 balai;
- mažiau nei 1 proc. augimas – 1 balas.

Pagal įmonių skaičių ir įmonių skaičiaus augimo tempus daugiausiai balų surinko šios KI vertinamos veiklos:

- Kompiuterių programavimo veikla (12 balų);
- Viešųjų ryšių ir komunikacijos veikla (12 balų);
- Kraštovaizdžio tvarkymas (12 balų);
- Kita pramogų ir poilsio organizavimo veikla (12 balų).

Daugiau vertinimo rezultatų pateikiama 4 lentelėje.

4 lentelė. KI sričių įmonių skaičiaus vertinimas

KI veiklų pavadinimas pagal EVRK veiklų klasifikatorių	EVRK 2 kodas	Įmonių skaičius				Vidurkis (2010-2012)	Balai už jm. sk. vidurkį (>100 (4) 100-20 (2) < 20(1))	Augimo tempai 2010-2012 (%)	Balai už jm. sk. augimo tempus (>20 (6) 20- 1(4) < 1(2))	Viso balų
		2010	2011	2012						
Kompiuterių programavimo veikla	6201	457	532	651	547	4	142	8	12	
Viešųjų ryšių ir komunikacijos veikla	7021	131	140	204	158	4	156	8	12	
Kraštovaizdžio tvarkymas	8130	91	109	120	107	4	132	8	12	
Kita pramogų ir poilsio organizavimo veikla	9329	143	155	209	169	4	146	8	12	
Papuošalų, juvelyrinių ir panašių dirbinių gamyba	3212	27	32	37	32	2	137	8	10	
Specializuota projektavimo veikla	7410	83	86	106	92	2	128	8	10	
Ekskursijų organizatorių veikla	7912	30	38	40	36	2	133	8	10	
Scenos pastatymams būdingų paslaugų veikla	9002	78	92	112	94	2	144	8	10	
Dirbtinės bižuterijos ir panašių dirbinių gamyba	3213	7	10	13	10	1	186	8	9	
Žaidimų ir žaislų gamyba	3240	8	8	10	9	1	125	8	9	
Kompiuterinių žaidimų leidyba	5821	2	3	4	3	1	200	8	9	
Pagamintų kino filmų, vaizdo filmų ir televizijos programų meninis apipavidalinimas	5912	4	6	7	6	1	175	8	9	
Naujų agentūrų veikla	6391	5	5	8	6	1	160	8	9	
Švietimui būdingų paslaugų veikla	8560	17	22	22	20	1	129	8	9	
Meninė kūryba	9003	15	16	19	17	1	127	8	9	
Meno įrenginių eksploatavimo veikla	9004	13	16	16	15	1	123	8	9	
Bibliotekų ir archyvų veikla	9101	4	5	7	5	1	175	8	9	
Akmens pjaustymas, tašymas ir apdailinimas	2370	97	108	107	104	4	110	4	8	
Knygų leidyba	5811	118	123	128	123	4	108	4	8	
Architektūros veikla	7111	467	495	512	491	4	110	4	8	
Inžinerijos veikla ir su ja susijusios techninės konsultacijos	7112	803	861	912	859	4	114	4	8	
Reklamos agentūrų veikla	7311	820	830	893	848	4	109	4	8	
Kita, niekur kitur nepriskirta, profesinė, mokslinė ir techninė veikla	7490	243	255	245	248	4	101	4	8	
Laikraščių leidyba	5813	76	83	83	81	2	109	4	6	
Žurnalų ir periodinių leidinių leidyba	5814	143	129	126	133	4	88	2	6	
Kita leidyba	5819	84	92	87	88	2	104	4	6	
Kino filmų, vaizdo filmų ir televizijos programų gamyba	5911	66	70	72	69	2	109	4	6	
Radio programų transliavimas	6010	29	29	30	29	2	103	4	6	
Interneto vartų paslaugų veikla	6312	55	56	64	58	2	116	4	6	
Rinkos tyrimas ir viešosios nuomonės apklausa	7320	89	90	91	90	2	102	4	6	
Kino filmų rodymas	5914	7	7	8	7	1	114	4	5	
Istorinių vietų ir pastatų bei panašių turistų lankomų vietų eksploatavimas	9103	5	6	6	6	1	120	4	5	
Atrakcionų ir teminių parkų veikla	9321	18	20	21		1	117	4	5	
Keraminių buitinių ir puošybos gaminių bei dirbinių gamyba	2341	22	23	22	22	2	100	2	4	
Kita programinės įrangos leidyba	5829	34	34	34	34	2	100	2	4	
Garso įrašymas ir muzikos įrašų leidyba	5920	40	37	32	36	2	80	2	4	
Televizijos programų rengimas ir transliavimas	6020	36	33	35	35	2	97	2	4	
Kiti gamtos mokslų ir inžinerijos moksliniai tyrimai ir taikomoji veikla	7219	73	66	51	63	2	70	2	4	
Atstovavimas žiniasklaidai	7312	54	51	54	53	2	100	2	4	
Fotografavimo veikla	7420	80	71	76	76	2	95	2	4	
Scenos pastatymų veikla	9001	57	47	55	53	2	96	2	4	
Žinytų, katalogų ir adresų sąrašų leidyba	5812	7	9	7	8	1	100	2	3	
Kino filmų, vaizdo filmų ir televizijos programų platinimas	5913	11	10	9	10	1	82	2	3	
Socialinių ir humanitarinių mokslų moksliniai tyrimai ir taikomoji veikla	7220	18	24	18	20	1	100	2	3	
Muziejų veikla	9102	3	5	3	4	1	100	2	3	

4.1.2. KI sričių įmonių darbuotojų skaičiaus vertinimas

KI sričių įmonių darbuotojų skaičiaus vertinimas yra atliekamas pagal parengtą tyrimų metodiką (žr. 3 skyrių). Vertinamas įmonių darbuotojų skaičiaus 2010 – 2012 metais vidurkis ir darbuotojų skaičiaus augimo tempai 2010 – 2012 metų laikotarpiu.

Pagal įmonių darbuotojų skaičių balai yra skiriami tokiais rėžiais:

- daugiau kaip 500 darbuotojų – 4 balai;
- nuo 500 iki 200 darbuotojų – 2 balai;
- mažiau nei 200 darbuotojų – 1 balas.

Pagal įmonių darbuotojų skaičiaus augimo tempus balai skiriami tokiais rėžiais:

- daugiau kaip 20 proc. augimas – 8 balai;
- nuo 20 proc. iki 1 proc. augimas – 4 balai;
- mažiau nei 1 proc. augimas – 1 balas.

Pagal įmonių darbuotojų skaičių ir įmonių darbuotojų skaičiaus augimo tempus daugiausia balų surinko šios KI vertinamos veiklos:

- Kompiuterių programavimo veikla (12 balų);
- Viešųjų ryšių ir komunikacijos veikla (12 balų);
- Kraštovaizdžio tvarkymas (12 balų);
- Kita pramogų ir poilsio organizavimo veikla (12 balų).

Daugiau vertinimo rezultatų pateikiama 5 lentelėje.

5 lentelė. KI sričių įmonių darbuotojų skaičiaus vertinimas

KI veiklų pavadinimas pagal EVRK veiklų klasifikatorių	EVRK 2 kodas	Darbuotojų skaičius				Balai už darb.sk. vidurkj(>500 (4) 500-200 (2) < 200(1)	Augimo tempai (%)	Balai už darb. sk. augimo tempus(>20 (6) 20- 1(4) < 1(2)	Viso balų
		2010	2011	2012	Vidurkis (2010-2012)				
Kompiuterių programavimo veikla	6201	4522	5293	5890	5235	4	130	8	12
Viešųjų ryšių ir komunikacijos veikla	7021	692	704	889	762	4	128	8	12
Kraštovaizdžio tvarkymas	8130	660	832	871	788	4	132	8	12
Kita pramogų ir poilsio organizavimo veikla	9329	747	835	966	849	4	129	8	12
Papuošalų, juvelyrinių ir panašių dirbinių gamyba	3212	283	326	394	334	2	139	8	10
Kita programinės įrangos leidyba	5829	•	192	232	212	2	121	8	10
Interneto vartų paslaugų veikla	6312	341	350	425	372	2	125	8	10
Specializuota projektavimo veikla	7410	351	382	437	390	2	125	8	10
Ekskursijų organizatorių veikla	7912	194	346	302	281	2	156	8	10
Scenos pastatymams būdingų paslaugų veikla	9002	262	312	413	329	2	158	8	10
Pagamintų kino filmų, vaizdo filmų ir televizijos programų meninis apipavidalinimas	5914	13	16	37	22	1	285	8	9
Bibliotekų ir archyvų veikla	9101	116	115	156	129	1	134	8	9
Muziejų veikla	9102	9	24	21	18	1	233	8	9
Istorinių vietų ir pastatų bei panašių turistų lankomų vietų eksploatavimas	9103	50	68	66	61	1	132	8	9
Akmens pjaustymas, tašymas ir apdailinimas	2370	780	944	859	861	4	110	4	8
Architektūros veikla	7111	3365	3337	3422	3375	4	102	4	8
Inžinerijos veikla ir su ja susijusios techninės konsultacijos	7112	6636	6708	7038	6794	4	106	4	8
Reklamos agentūrų veikla	7311	4705	4841	5346	4964	4	114	4	8
Knygų leidyba	5811	1061	899	811	924	4	76	2	6
Laikraščių leidyba	5813	2055	1934	1790	1926	4	87	2	6
Žurnalų ir periodinių leidinių leidyba	5814	1509	1247	1208	1321	4	80	2	6
Kita leidyba	5819	320	342	356	339	2	111	4	6
Televizijos programų rengimas ir transliavimas	6020	458	532	520	503	2	114	4	6
Kiti gamtos mokslų ir inžinerijos moksliniai tyrimai ir taikomoji veikla	7219	685	665	455	602	4	66	2	6
Rinkos tyrimas ir viešosios nuomonės apklausa	7320	1308	2202	2011	1840	4	0	2	6
Kita, niekur kitur nepriskirta, profesinė, mokslinė ir techninė veikla	7490	1463	1444	1247	1385	4	0	2	6
Socialinių ir humanitarinių mokslų moksliniai tyrimai ir taikomoji veikla	7220	59	83	71	71	1	120	4	5
Meninė kūryba	9003	37	56	43	45	1	116	4	5
Meno įrenginių eksploatavimo veikla	9004	96	128	104	109	1	108	4	5
Atrakcionų ir teminių parkų veikla	9321	83	94	99	92	1	119	4	5
Keraminių buitės ir puošybos gaminių bei dirbinių gamyba	2341	254	252	246	251	2	97	2	4
Kino filmų, vaizdo filmų ir televizijos programų gamyba	5913	262	246	234	247	2	89	2	4
Kino filmų rodymas	5914	240	228	223	230	2	93	2	4
Radijo programų transliavimas	6010	217	200	206	208	2	95	2	4
Atstovavimas žiniasklaidai	7312	385	396	337	373	2	88	2	4
Fotografavimo veikla	7420	464	411	407	427	2	88	2	4
Scenos pastatymų veikla	9001	270	198	205	224	2	76	2	4
Žinynų, katalogų ir adresų sąrašų leidyba	5812	13	15	13	14	1	100	2	3
Kompiuterinių žaidimų leidyba	5821	n/d	9	7	8	1	78	2	3
Kino filmų, vaizdo filmų ir televizijos programų platinimas	5913	79	82	80	80	1	101	2	3
Garso įrašymas ir muzikos įrašų leidyba	5920	134	123	74	110	1	55	2	3
Naujų agentūrų veikla	6391	96	93	89	93	1	93	2	3
Švietimui būdingų paslaugų veikla	8560	n/d	71	72	72	1	101	2	3
Dirbtinės bižuterijos ir panašių dirbinių gamyba	3213	n/d	n/d	n/d	n/d	n/d	n/d	n/d	n/d
Žaidimų ir žaislų gamyba	3240	n/d	n/d	n/d	n/d	n/d	n/d	n/d	n/d

4.1.3. KI sričių įmonių apyvartos vertinimas

KI sričių įmonių apyvartos vertinimas yra atliekamas pagal parengtą tyrimų metodiką. Vertinamas įmonių apyvartos 2010 – 2012 metais vidurkis ir apyvartos augimo tempai 2010 – 2012 metų laikotarpiu.

Pagal įmonių apyvartą balai yra skiriami tokiais rėžiais:

- daugiau kaip 100 mln. litų – 4 balai;
- nuo 100 mln. litų iki 20 mln. litų – 2 balai;
- mažiau nei 20 mln. litų – 1 balas.

Pagal įmonių apyvartos augimo tempus balai skiriami tokiais rėžiais

- daugiau kaip 20 proc. augimas - 8 balai;
- nuo 20 proc. iki 1 proc. augimas – 4 balai;
- mažiau nei 1 proc. augimas – 1 balas.

Pagal įmonių apyvartos ir įmonių apyvartos augimo tempus daugiausia balų surinko šios KI vertinamos veiklos:

- Kompiuterių programavimo veikla (12 balų);
- Inžinerijos veikla ir su ja susijusios techninės konsultacijos(12 balų);
- Reklamos agentūrų veikla(12 balų);
- Atstovavimas žiniasklaidai(12 balų);
- Rinkos tyrimas ir viešosios nuomonės apklausa(12 balų);
- Ekskursijų organizatorių veikla(12 balų);

Daugiau vertinimo rezultatų pateikiama 6 lentelėje.

6 lentelė. KI sričių įmonių apyvartos vertinimas

KI veiklų pavadinimas pagal EVRK veiklų klasifikatorių	EVRK 2 kodas	Apyvarta (Litais)				Balai už apyvartos vidurkį (>100 mln. (4) 100-20 mln. (2) < 20 mln.(1))	Augimo tempai (%)	Balai už apyvartos augimo tempus(> 20 (6) 20-1(4) < 1(2))	Viso balu
		2010	2011	2012	Vidurkis (2010-2012)				
Kompiuterių programavimo veikla	6201	539688962	675634099	744876142	653399734	4	138	8	12
Inžinerijos veikla ir su ja susijusios techninės konsultacijos	7112	508687011	530601719	615975827	551754852	4	121	8	12
Reklamos agentūrų veikla	7311	644002936	810086695	853294831	769128154	4	132	8	12
Atstovavimas žiniasklaidai	7312	113062207	136477523	155318674	134952801	4	137	8	12
Rinkos tyrimas ir viešosios nuomonės apklausa	7320	158326237	227461931	210458249	198748806	4	133	8	12
Ekskursijų organizatorių veikla	7912	30431280	193080985	227011378	150174548	4	746	8	12
Akmens pjaustymas, tašymas ir apdailinimas	2370	30754957	55978757	42496051	43076588	2	138	8	10
Papuošalų, juvelyrinių ir panašių dirbinių gamyba	3212	23251248	29907571	42603746	31920855	2	183	8	10
Kita leidyba	5819	21796496	24823112	28839644	25153084	2	132	8	10
Kita programinės įrangos leidyba	5829	n/d	19574225	31225619	25399922	2	160	8	10
Kino filmų, vaizdo filmų ir televizijos programų platinimas	5913	19792173	25175451	25145722	23371115	2	127	8	10
Kino filmų rodymas	5914	40331651	44625421	50510351	45155808	2	125	8	10
Interneto vartų paslaugų veikla	6312	37509114	43295687	47172835	42659212	2	126	8	10
Kraštovaizdžio tvarkymas	8130	24524977	41872987	45341121	37246362	2	185	8	10
Scenos pastatymams būdingų paslaugų veikla	9002	26450546	37373127	41833110	35218928	2	158	8	10
Kita pramogų ir poilsio organizavimo veikla	9329	57126825	64862826	81402084	67797245	2	142	8	10
Keraminių buitinių ir puošybos gaminių bei dirbinių gamyba	2341	7287556	9237429	9742290	8755758	1	134	8	9
Pagamintų kino filmų, vaizdo filmų ir televizijos programų meninis apipavidalinimas	5914	2045971	2608231	4492408	3048870	1	220	8	9
Socialinių ir humanitarinių mokslų moksliniai tyrimai ir taikomoji veikla	7220	3350714	5959845	5164678	4825079	1	154	8	9
Meninė kūryba	9003	747309	3839453	5058653	3215138	1	677	8	9
Muziejų veikla	9102	87918	341086	398573	275859	1	453	8	9
Istorinių vietų ir pastatų bei panašių turistų lankomų vietų eksploatavimas	9103	3223806	4009381	3985625	3739604	1	124	8	9
Televizijos programų rengimas ir transliavimas	6020	156776108	169416485	175540951	167244515	4	112	4	8
Knygų leidyba	5811	175510389	140643487	121935999	146029958	4	69	2	6
Laikraščių leidyba	5813	184090563	182035478	161215488	175780510	4	88	2	6
Žurnalų ir periodinių leidinių leidyba	5814	161054711	111031735	111670213	127918886	4	69	2	6
Kino filmų, vaizdo filmų ir televizijos programų gamyba	5913	60423744	69464063	61482271	63790026	2	102	4	6
Viešųjų ryšių ir komunikacijos veikla	7021	157268570	138809771	133724830	143267724	4	85	2	6
Architektūros veikla	7111	280243986	258227438	245917085	261462836	4	88	2	6
Specializuota projektavimo veikla	7410	31637301	38103554	32840274	34193710	2	104	4	6
Kita, niekur kitur nepriskirta, profesinė, mokslinė ir techninė veikla	7490	222104664	230284610	206276434	219555236	4	93	2	6
Naujų agentūrų veikla	6391	7223149	5527863	8333368	7028127	1	115	4	5
Meno įrenginių eksploatavimo veikla	9004	13097726	18560592	14390338	15349552	1	110	4	5
Bibliotekų ir archyvų veikla	9101	8192731	8856896	9654763	8901463	1	118	4	5
Atrakcionų ir teminių parkų veikla	9321	5068720	5810033	5743460	5540738	1	113	4	5
Radio programų transliavimas	6010	22974903	22998401	23176571	23049958	2	101	2	4
Kiti gamtos mokslų ir inžinerijos moksliniai tyrimai ir taikomoji veikla	7219	103992600	92567565	60957806	85839324	2	59	2	4
Žinynų, katalogų ir adresų sąrašų leidyba	5812	976939	1109811	638368	908373	1	65	2	3
Kompiuterinių žaidimų leidyba	5821	n/d	7344953	6233937	6789445	1	85	2	3
Garso įrašymas ir muzikos įrašų leidyba	5920	14236501	18015662	7015333	13089165	1	49	2	3
Fotografavimo veikla	7420	21352658	15963480	15962831	17759656	1	75	2	3
Švietimui būdingų paslaugų veikla	8560	n/d	12406454	8961176	10683815	1	72	2	3
Scenos pastatymų veikla	9001	18249177	19404679	17827527	18493794	1	98	2	3
Dirbtinės bižuterijos ir panašių dirbinių gamyba	3213	n/d	n/d	n/d	n/d	n/d	n/d	n/d	n/d
Žaidimų ir žaislų gamyba	3240	n/d	n/d	n/d	n/d	n/d	n/d	n/d	n/d

4.1.4. KI sričių įmonių bendrojo pelno vertinimas

KI sričių įmonių bendrojo pelno vertinimas yra atliekamas pagal parengtą tyrimų metodiką. Vertinamas įmonių bendrojo pelno 2010 – 2012 metais vidurkis ir bendrojo pelno augimo tempai 2010 – 2012 metų laikotarpiu.

Pagal įmonių bendrąjį pelną balai yra skiriami tokiais režiais:

- daugiau kaip 200 mln. litų – 4 balai;
- nuo 200 mln. litų iki 50 mln. litų – 2 balai;
- mažiau nei 50 mln. litų – 1 balas.

Pagal įmonių bendrojo pelno augimo tempus balai skiriami tokiais režiais

- daugiau kaip 20 proc. augimas – 8 balai;
- nuo 20 proc. iki 1 proc. augimas – 4 balai;
- mažiau nei 1 proc. augimas – 1 balas.

Pagal įmonių bendrąjį pelną ir įmonių bendrojo pelno augimo tempus daugiausia balų surinko šios KI vertinamos veiklos:

- Kita programinės įrangos leidyba (12 balų);
- Kino filmų rodymas (12 balų);
- Kompiuterių programavimo veikla (12 balų);
- Interneto vartų paslaugų veikla (12 balų);
- Reklamos agentūrų veikla (12 balų);
- Atstovavimas žiniasklaidai (12 balų);
- Ekskursijų organizatorių veikla (12 balų);
- Kita pramogų ir poilsio organizavimo veikla (12 balų).

Daugiau vertinimo rezultatų pateikiama 7 lentelėje.

7 lentelė. KI sričių įmonių bendrojo pelno vertinimas

KI veiklų pavadinimas pagal EVRK veiklų klasifikatorių	EVRK 2 kodas	Bendras pelnas (Litais)				Vidurkis (2010-2012)	Balai už bendr. pelno vidurkį (>20 0 mln. (4) 200-50 mln. (2) < 50 mln. (1))	Augimo tempai (%)	Balai už bendro pelno augimo tempus (>20 (6) 20-1(4) < 1(2))	Viso balų
		2010	2011	2012						
Kita programinės įrangos leidyba	5829	n/d	17359437	27305114	22332276	4	157	8	12	
Kino filmų rodymas	5914	18508903	21437602	26491785	22146097	4	143	8	12	
Kompiuterių programavimo veikla	6201	285332723	335607347	384784319	335241463	4	135	8	12	
Interneto vartų paslaugų veikla	6312	24619577	27913379	35116978	29216645	4	143	8	12	
Reklamos agentūrų veikla	7311	231843274	334929155	331507209	299426546	4	143	8	12	
Atstovavimas žiniasklaidai	7312	30878922	35183337	44634085	36898781	4	145	8	12	
Ekskursijų organizatorių veikla	7912	8646094	29425677	35801414	24624395	4	414	8	12	
Kita pramogų ir poilsio organizavimo veikla	9329	19138367	21853805	26857173	22616448	4	140	8	12	
Papuošalų, juvelyrinių ir panašių dirbinių gamyba	3212	9322622	11307197	16647059	12425626	2	179	8	10	
Kita leidyba	5819	9626832	11022285	12078869	10909329	2	125	8	10	
Kino filmų, vaizdo filmų ir televizijos programų platinimas	5913	5510599	8372359	8852259	7578406	2	161	8	10	
Kraštovaizdžio tvarkymas	8130	12098396	14155673	20369892	15541320	2	168	8	10	
Scenos pastatymams būdingų paslaugų veikla	9002	11374476	15912813	21213864	16167051	2	187	8	10	
Meno įrenginių eksploatavimo veikla	9004	6457480	9693948	8876893	8342774	2	137	8	10	
Keraminių buities ir puošybos gaminių bei dirbinių gamyba	2341	2934596	3955739	4484055	3791463	1	153	8	9	
Žinytų, katalogų ir adresų sąrašų leidyba	5812	248324	666935	356948	424069	1	144	8	9	
Pagamintų kino filmų, vaizdo filmų ir televizijos programų meninis apipavidalinimas	5914	622876	1978583	2871954	1824471	1	461	8	9	
Socialinių ir humanitarinių mokslų moksliniai tyrimai ir taikomoji veikla	7220	2539271	4468978	4567815	3858688	1	180	8	9	
Meninė kūryba	9003	362841	3253436	978511	1531596	1	270	8	9	
Muziejų veikla	9102	87918	341086	398573	275859	1	453	8	9	
Istorinių vietų ir pastatų bei panašių turistų lankomų vietų eksploatavimas	9103	1964333	2300253	3004963	2423183	1	153	8	9	
Atrakcionų ir teminių parkų veikla	9321	611566	3140048	2896806	2216140	1	474	8	9	
Žurnalų ir periodinių leidinių leidyba	5814	49519669	51970121	52244234	51244675	4	106	4	8	
Viešųjų ryšių ir komunikacijos veikla	7021	56120413	51408352	63978617	57169127	4	114	4	8	
Architektūros veikla	7111	102398432	104843196	108414702	105218777	4	106	4	8	
Inžinerijos veikla ir su ja susijusios techninės konsultacijos	7112	226778546	237693983	253705621	239392717	4	112	4	8	
Rinkos tyrimas ir viešosios nuomonės apklausa	7320	81867133	123498747	98037079	101134320	4	120	4	8	
Kita, niekur kitur nepriskirta, profesinė, mokslinė ir techninė veikla	7490	77419713	78629787	85895981	80648494	4	111	4	8	
Akmens pjaušymas, tašymas ir apdailinimas	2370	11913985	23587681	14090241	16530636	2	118	4	6	
Radijo programų transliavimas	6010	13651385	15122462	15313101	14695649	2	112	4	6	
Specializuota projektavimo veikla	7410	17191099	17605297	17873501	17556632	2	104	4	6	
Švietimui būdingų paslaugų veikla	8560	n/d	5736384	6463033	6099709	2	113	4	6	
Bibliotekų ir archyvų veikla	9101	5340814	5425282	5746940	5504345	2	108	4	6	
Knygų leidyba	5811	87097139	68310277	61921977	72443131	4	71	1	5	
Laikraščių leidyba	5813	54144333	51058921	44980683	50061312	4	83	1	5	
Kino filmų, vaizdo filmų ir televizijos programų gamyba	5913	25299370	22588902	16812482	21566918	4	66	1	5	
Televizijos programų rengimas ir transliavimas	6020	50421308	43632163	49555707	47869726	4	98	1	5	
Kiti gamtos mokslų ir inžinerijos moksliniai tyrimai ir taikomoji veikla	7219	50582615	41930986	33603145	42038915	4	66	1	5	
Garso įrašymas ir muzikos įrašų leidyba	5920	4824903	8508797	3783026	5705575	2	78	1	3	
Fotografavimo veikla	7420	10461145	9762509	10038346	10087333	2	96	1	3	
Kompiuterinių žaidimų leidyba	5821	n/d	2098356	497130	1297743	1	24	1	2	
Naujienų agentūrų veikla	6391	4247616	3990317	3506875	3914936	1	83	1	2	
Scenos pastatymų veikla	9001	5588041	4957714	4279201	4941652	1	77	1	2	
Dirbtinės bižuterijos ir panašių dirbinių gamyba	3213	n/d	n/d	n/d	n/d	n/d	n/d	n/d	n/d	
Žaidimų ir žaislų gamyba	3240	n/d	n/d	n/d	n/d	n/d	n/d	n/d	n/d	

4.1.5. KI sričių įmonių eksporto vertinimas

KI sričių įmonių eksporto vertinimas yra atliekamas pagal parengtą tyrimų metodiką. Vertinamas įmonių eksporto 2010 – 2012 metais vidurkis ir eksporto augimo tempai 2010 – 2012 metų laikotarpiu.

Pagal įmonių eksportą balai yra skiriami tokiais režiais:

- daugiau kaip 10 mln. litų – 4 balai;
- nuo 10 mln. litų iki 1 mln. litų – 2 balai;
- mažiau nei 1 mln. litų – 1 balas.

Pagal įmonių eksporto augimo tempus balai skiriami tokiais režiais

- daugiau kaip 20 proc. augimas – 8 balai;
- nuo 20 proc. iki 1 proc. augimas – 4 balai;
- mažiau nei 1 proc. augimas – 1 balas.

Pagal įmonių eksporto apimtį ir įmonių eksporto augimo tempus daugiausia balų surinko šios KI vertinamos veiklos:

- Papuošalų, juvelyrinių ir panašių dirbinių gamyba (12 balų);
- Kompiuterių programavimo veikla (12 balų);
- Inžinerijos veikla ir su ja susijusios techninės konsultacijos (12 balų).

Daugiau vertinimo rezultatų yra pateikta 8 lentelėje.

8 lentelė. KI sričių įmonių eksporto vertinimas

KI veiklų pavadinimas pagal EVRK veiklų klasifikatorių	EVRK 2 kodas	Eksportas (Litais)				Balai už eksporto vidurkį(>10 mln.(4) 10-1 mln.(2) < 1 mln.(1)	Augimo tempai (%)	Balai už eksporto augimo tempus(> 20 (6) 20-1(4) < 1(2)	Viso balų
		2010	2011	2012	Vidurkis (2010-2012)				
Papuošalų, juvelyrinių ir panašių dirbinių gamyba	3212	13120245	16109802	24052620	17760889	4	183	8	12
Kompiuterių programavimo veikla	6201	13036410	9654276	13834132	12174939	4	106	8	12
Inžinerijos veikla ir su ja susijusios techninės konsultacijos	7112	16510765	11977406	21918930	16802367	4	133	8	12
Keraminių buities ir puošybos gaminių bei dirbinių gamyba	2341	2947200	3116251	3000271	3021241	2	102	8	10
Akmens pjaustymas, tašymas ir apdailinimas	2370	2484054	5510534	3205914	3733501	2	129	8	10
Kiti gamtos mokslų ir inžinerijos moksliniai tyrimai ir taikomoji veikla	7219	3500466	5754899	4974298	4743221	2	142	8	10
Atstovavimas žiniasklaidai	7312	82365	4230094	18941618	7751359	2	22997	8	10
Rinkos tyrimas ir viešosios nuomonės apklausa	7320	933116	1421825	4788612	2381184	2	513	8	10
Laikraščių leidyba	5813	9000	9800	18755	12518.33	1	208	8	9
Kino filmų rodymas	5914	829	0	7990	2939.667	1	964	8	9
Scenos pastatymams būdingų paslaugų veikla	9002	102622	28182	432935	187913	1	422	8	9
Kita pramonų ir poilsio organizavimo veikla	9329	67999	18536	165510	84015	1	243	8	9
Žurnalų ir periodinių leidinių leidyba	5814	37853658	1750986	1809185	13804610	4	5	2	6
Viešųjų ryšių ir komunikacijos veikla	7021	34117315	637488	743529	11832777	4	2	2	6
Reklamos agentūrų veikla	7311	22218294	15767836	18415725	18800618	4	83	2	6
Kita, niekur kitur nepriskirta, profesinė, mokslinė ir techninė veikla	7490	45535041	44420940	41334228	43763403	4	91	2	6
Knygų leidyba	5811	12636930	234827	364914	4412224	2	3	2	4
Kino filmų, vaizdo filmų ir televizijos programų platinimas	5913	1960109	1316475	1352601	1543062	2	69	2	4
Garso įrašymas ir muzikos įrašų leidyba	5920	2203447	1766454	137080	1368994	2	6	2	4
Architektūros veikla	7111	6475134	665156	1351918	2830736	2	21	2	4
Specializuota projektavimo veikla	7410	2632515	1861574	603350	1699146	2	23	2	4
Žinių, katalogų ir adresų sąrašų leidyba	5812	0	13100	0	4366.667	1	0	2	3
Kita leidyba	5819	1611951	386330	683924	894068.3	1	42	2	3
Kompiuterinių žaidimų leidyba	5821	n/d	0	0	0	1	0	2	3
Kita programinės įrangos leidyba	5829	n/d	0	5221	2610.5	1	0	2	3
Kino filmų, vaizdo filmų ir televizijos programų gamyba	5913	26259	34262	0	20173.67	1	0	2	3
Pagamintų kino filmų, vaizdo filmų ir televizijos programų meninis apipavidalinimas	5914	0	0	0	0	1	0	2	3
Radijo programų transliavimas	6010	14800	0	0	4933.333	1	0	2	3
Televizijos programų rengimas ir transliavimas	6020	12316	0	7458	6591.333	1	61	2	3
Interneto vartų paslaugų veikla	6312	0	0	46200	15400	1	0	2	3
Naujų agentūrų veikla	6391	0	0	0	0	1	0	2	3
Socialinių ir humanitarinių mokslų moksliniai tyrimai ir taikomoji veikla	7220	1000	0	0	333.3333	1	0	2	3
Fotografavimo veikla	7420	50500	0	17471	22657	1	35	2	3
Ekskursijų organizatorių veikla	7912	0	42000	30800	24266.67	1	73	2	3
Kraštovaizdžio tvarkymas	8130	138112	81074	4000	74395.33	1	3	2	3
Švietimui būdingų paslaugų veikla	8560	n/d	0	0	0	1	0	2	3
Scenos pastatymų veikla	9001	7159	0	0	2386.333	1	0	2	3
Meninė kūryba	9003	17955	77280	11640	35625	1	65	2	3
Meno įrenginių eksploatavimo veikla	9004	0	0	0	0	1	0	2	3
Bibliotekų ir archyvų veikla	9101	0	0	0	0	1	0	2	3
Muziejų veikla	9102	0	0	0	0	1	0	2	3
Istorinių vietų ir pastatų bei panašių turistų lankomų vietų eksploatavimas	9103	0	0	7900	2633.333	1	0	2	3
Atrakcionų ir teminių parkų veikla	9321	2112	0	0	704	1	0	2	3
Dirbtinės bižuterijos ir panašių dirbinių gamyba	3213	n/d	n/d	n/d	n/d	n/d	n/d	n/d	n/d
Žaidimų ir žaislų gamyba	3240	n/d	n/d	n/d	n/d	n/d	n/d	n/d	n/d

4.1.6. KI sričių įmonių apyvartos tenkančios vienam darbuotojui vertinimas

KI sričių įmonių apyvartos tenkančios vienam darbuotojui vertinimas yra atliekamas pagal parengtą tyrimų metodiką. Vertinamas įmonių apyvartos tenkančios vienam darbuotojui 2010 – 2012 metais vidurkis ir apyvartos tenkančios vienam darbuotojui augimo tempai 2010 – 2012 metų laikotarpiu.

Pagal įmonių apyvartą tenkančią vienam darbuotojui balai yra skiriami tokiais režiais:

- daugiau kaip 150 tūkst. litų – 4 balai;
- nuo 150 tūkst. litų iki 100 tūkst. litų – 2 balai;
- mažiau nei 100 tūkst. litų – 1 balas.

Pagal įmonių apyvartos tenkančios vienam darbuotojui augimo tempus balai skiriami tokiais režiais:

- daugiau kaip 20 proc. augimas – 8 balai;
- nuo 20 proc. iki 1 proc. augimas – 4 balai;
- mažiau nei 1 proc. augimas – 1 balas.

Pagal įmonių apyvartos, tenkančios vienam darbuotojui, apimtis ir įmonių apyvartos, tenkančios vienam darbuotojui, augimo tempus, daugiausia balų surinko šios KI vertinamos veiklos:

- Kino filmų, vaizdo filmų ir televizijos programų platinimas (12 balų);
- Kino filmų rodymas (12 balų);
- Atstovavimas žiniasklaidai (12 balų);
- Ekskursijų organizatorių veikla (12 balų);
- Kompiuterinių žaidimų leidyba (12 balų);
- Kita programinės įrangos leidyba (12 balų);
- Kino filmų, vaizdo filmų ir televizijos programų gamyba (12 balų);
- Reklamos agentūrų veikla (12 balų);
- Kita, niekur kitur nepriskirta, profesinė, mokslinė ir techninė veikla (12 balų);

Daugiau vertinimo rezultatų pateikiama 9 lentelėje.

9 lentelė. KI sričių įmonių apyvartos, tenkančios vienam darbuotojui, vertinimas

KI veiklų pavadinimas pagal EVRK veiklų klasifikatorių	EVRK 2 kodas	Apyvarta tenkanti vienam darbuotojui (Litais)				Vidurkis (2010-2012)	Balai už apyvartos vidurkį vienam darbuotojui (>150 tūkst. (4) 150-100 tūkst. (2) < 100 tūkst.(1)	Augimo tempai (%)	Balai už apyvartos vienam darbuotojui augimo tempus(> 20 (6) 20-1(4) < 1(2)	Viso balų
		2010	2011	2012						
Kino filmų, vaizdo filmų ir televizijos programų platinimas	5913	250534	307018	314322	290624	8	125	8	16	
Kino filmų rodymas	5914	168049	195726	226504	196759	8	135	8	16	
Atstovavimas žiniasklaidai	7312	293668	344640	460886	366398	8	157	8	16	
Ekskursijų organizatorių veikla	7912	156862	558038	751693	488864	8	479	8	16	
Kompiuterinių žaidimų leidyba	5821	n/d	816106	890562	853334	8	109	4	12	
Kita programinės įrangos leidyba	5829	n/d!	101949	134593	118271	4	132	8	12	
Kino filmų, vaizdo filmų ir televizijos programų gamyba	5913	230625	282374	262745	258581	8	114	4	12	
Reklamos agentūrų veikla	7311	136876	167339	159614	154610	8	117	4	12	
Kita, niekur kitur nepriskirta, profesinė, mokslinė ir techninė veikla	7490	151815	159477	165418	158903	8	109	4	12	
Keraminių buitinių ir puošybos gaminių bei dirbinių gamyba	2341	28691	36656	39603	34983	2	138	8	10	
Akmens pjaustymas, tašymas ir apdailinimas	2370	39429	59300	49472	49400	2	125	8	10	
Papuošalų, juvelyrinių ir panašių dirbinių gamyba	3212	82160	91741	108131	94011	2	132	8	10	
Knygų leidyba	5811	165420	156444	150353	157406	8	91	2	10	
Televizijos programų rengimas ir transliavimas	6020	342306	318452	337579	332779	8	99	2	10	
Naujų agentūrų veikla	6391	75241	59439	93633	76105	2	124	8	10	
Viešųjų ryšių ir komunikacijos veikla	7021	227267	197173	150422	191620	8	66	2	10	
Socialinių ir humanitarinių mokslų moksliniai tyrimai ir taikomoji veikla	7220	56792	71805	72742	67113	2	128	8	10	
Kraštovaizdžio tvarkymas	8130	37159	50328	52056	46515	2	140	8	10	
Meninė kūryba	9003	20198	68562	117643	68801	2	582	8	10	
Muziejų veikla	9102	9769	14212	18980	14320	2	194	8	10	
Radio programų transliavimas	6010	105875	114992	112508	111125	4	106	4	8	
Kompiuterių programavimo veikla	6201	119347	127647	126465	124486	4	106	4	8	
Kita leidyba	5819	68114	72582	81010	73902	2	119	4	6	
Pagamintų kino filmų, vaizdo filmų ir televizijos programų meninis apipavidalinimas	5914	157382	163014	121416	147271	4	77	2	6	
Garso įrašymas ir muzikos įrašų leidyba	5920	106243	146469	94802	115838	4	89	2	6	
Interneto vartų paslaugų veikla	6312	109997	123702	110995	114898	4	101	2	6	
Inžinerijos veikla ir su ja susijusios techninės konsultacijos	7112	76656	79100	87521	81092	2	114	4	6	
Kiti gamtos mokslų ir inžinerijos moksliniai tyrimai ir taikomoji veikla	7219	151814	139199	133973	141662	4	88	2	6	
Rinkos tyrimas ir viešosios nuomonės apklausa	7320	121045	103298	104654	109665	4	86	2	6	
Švietimui būdingų paslaugų veikla	8560	n/d	174739	124461	149600	4	71	2	6	
Scenos pastatymams būdingų paslaugų veikla	9002	100956	119786	101291	107344	4	100	2	6	
Meno įrenginių eksploatavimo veikla	9004	136435	145005	138369	139936	4	101	2	6	
Kita pramogų ir poilsio organizavimo veikla	9329	76475	77680	84267	79474	2	110	4	6	
Žinių, katalogų ir adresų sąrašų leidyba	5812	75149	73987	49105	66081	2	65	2	4	
Laikraščių leidyba	5813	89582	94124	90065	91257	2	101	2	4	
Žurnalų ir periodinių leidinių leidyba	5814	106729	89039	92442	96070	2	87	2	4	
Architektūros veikla	7111	83282	77383	71864	77510	2	86	2	4	
Specializuota projektavimo veikla	7410	90135	99748	75149	88344	2	83	2	4	
Fotografavimo veikla	7420	46019	38841	39221	41360	2	85	2	4	
Scenos pastatymų veikla	9001	67590	98003	86964	84186	2	129	2	4	
Bibliotekų ir archyvų veikla	9101	70627	77016	61890	69844	2	88	2	4	
Istorinių vietų ir pastatų bei panašių turistų lankomų vietų eksploatavimas	9103	64476	58961	60388	61275	2	94	2	4	
Atrakcionų ir teminių parkų veikla	9321	61069	61809	58015	60298	2	95	2	4	
Dirbtinės bižuterijos ir panašių dirbinių gamyba	3213	n/d	n/d	n/d	n/d	n/d	n/d	n/d	n/d	
Žaidimų ir žaislų gamyba	3240	n/d	n/d	n/d	n/d	n/d	n/d	n/d	n/d	

4.1.7. KI sričių įmonių veiklos pagal statistinius duomenis bendras vertinimas

Susumavus KI veiklų vertinimus, nustatyta, kad daugiausia balų surinko šios veiklos:

1. Kompiuterių programavimo veikla (68 balai);
2. Ekskursijų organizatorių veikla (63 balai);
3. Papuošalų, juvelyrinių ir panašių dirbinių gamyba (62 balai);
4. Kita pramogų ir poilsio organizavimo veikla (61 balai);
5. Atstovavimas žiniasklaidai (58 balai);
6. Reklamos agentūrų veikla (58 balai);
7. Kraštovaizdžio tvarkymas (57 balai);
8. Kino filmų rodymas (56 balai).

Daugiau vertinimo rezultatų pateikiama 10 lentelėje.

10 lentelė. Bendras KI sričių vertinimas

KI veiklų pavadinimas pagal EVRK veiklų klasifikatorių	EVRK 2 kodas	Balai už im. sk. vidurkį	Balai už im. sk. augimo tempus	Balai už darb.sk. vidurkį	Balai už darb. sk. augimo tempus	Balai už apyvartos vidurkį	Balai už apyvartos augimo tempus	Balai už bendr. pelno vidurkį	Balai už bendro pelno augimo tempus	Balai už eksporto vidurkį	Balai už eksporto augimo tempus	Balai už apyvartos urkį vienam rbuotojui	Balai už apyvartos vienam darbuotojui augimo tempus	Viso balų
1. Kompiuterių programavimo veikla	6201	4	8	4	8	4	8	4	8	4	8	4	4	68
2. Ekskursijų organizatorių veikla	7912	2	8	2	8	4	8	4	8	1	2	8	8	63
3. Papuošalų, juvelyrinių ir panašių dirbinių gamyba	3212	2	8	2	8	2	8	2	8	4	8	2	8	62
4. Kita pramogų ir poilsio organizavimo veikla	9329	4	8	4	8	2	8	4	8	1	8	2	4	61
5. Atstovavimas žiniasklaidai	7312	2	2	2	2	4	8	4	8	2	8	8	8	58
6. Reklamos agentūrų veikla	7311	4	4	4	4	4	8	4	8	4	2	8	4	58
7. Kraštovaizdžio tvarkymas	8130	4	8	4	8	2	8	2	8	1	2	2	8	57
8. Kino filmų rodymas	5914	1	4	2	2	2	8	4	8	1	8	8	8	56
9. Scenos pastatymams būdingų paslaugų veikla	9002	2	8	2	8	2	8	2	8	1	8	4	2	55
10. Inžinerijos veikla ir su ja susijusios techninės konsultacijos	7112	4	4	4	4	4	8	4	4	4	8	2	4	54
11. Viešųjų ryšių ir komunikacijos veikla	7021	4	8	4	8	4	2	4	4	4	2	8	2	54
12. Akmens pjaustymas, tašymas ir apdailinimas	2370	4	4	4	4	2	8	2	4	2	8	2	8	52
13. Kita programinės įrangos leidyba	5829	2	2	2	8	2	8	4	8	1	2	4	8	51
14. Rinkos tyrimas ir viešosios nuomonės apklausa	7320	2	4	4	2	4	8	4	4	2	8	4	2	48
15. Interneto vartų paslaugų veikla	6312	2	4	2	8	2	8	4	8	1	2	4	2	47
16. Kita, niekur kitur nepriskirta, profesinė, mokslinė ir techninė veikla	7490	4	4	4	2	4	2	4	4	4	2	8	4	46
17. Kino filmų, vaizdo filmų ir televizijos programų platinimas	5913	1	2	1	2	2	8	2	8	2	2	8	8	46
18. Keraminių buities ir puošybos gaminių bei dirbinių gamyba	2341	2	2	2	2	1	8	1	8	2	8	2	8	46
19. Meninė kūryba	9003	1	8	1	4	1	8	1	8	1	2	2	8	45
20. Pagamintų kino filmų, vaizdo filmų ir televizijos programų meninis apipavidalinimas	5912	1	8	1	8	1	8	1	8	1	2	4	2	45
21. Muziejų veikla	9102	1	2	1	8	1	8	1	8	1	2	2	8	43
22. Kita leidyba	5819	2	4	2	4	2	8	2	8	1	2	2	4	41
23. Specializuota projektavimo veikla	7410	2	8	2	8	2	4	2	4	2	2	2	2	40
24. Istorinių vietų ir pastatų bei panašių	9103	1	4	1	8	1	8	1	8	1	2	2	2	39

turistų lankomų vietų eksploatavimas														
25. Socialinių ir humanitarinių mokslų moksliniai tyrimai ir taikomoji veikla	7220	1	2	1	4	1	8	1	8	1	2	2	8	39
26. Knygų leidyba	5811	4	4	4	2	4	2	4	1	2	2	8	2	39
27. Meno įrenginių eksploatavimo veikla	9004	1	8	1	4	1	4	2	8	1	2	4	2	38
28. Architektūros veikla	7111	4	4	4	4	4	2	4	4	2	2	2	2	38
29. Bibliotekų ir archyvų veikla	9101	1	8	1	8	1	4	2	4	1	2	2	2	36
30. Televizijos programų rengimas ir transliavimas	6020	2	2	2	4	4	4	4	1	1	2	8	2	36
31. Kino filmų, vaizdo filmų ir televizijos programų gamyba	5911	2	4	2	2	2	4	4	1	1	2	8	4	36
32. Žurnalų ir periodinių leidinių leidyba	5814	4	2	4	2	4	2	4	4	4	2	2	2	36
33. Laikraščių leidyba	5813	2	4	4	2	4	2	4	1	1	8	2	2	36
34. Kiti gamtos mokslų ir inžinerijos moksliniai tyrimai ir taikomoji veikla	7219	2	2	4	2	2	2	4	1	2	8	4	2	35
35. Naujienų agentūrų veikla	6391	1	8	1	2	1	4	1	1	1	2	2	8	32
36. Kompiuterinių žaidimų leidyba	5821	1	8	1	2	1	2	1	1	1	2	8	4	32
37. Atrakcionų ir teminių parkų veikla	9321	1	4	1	4	1	4	1	8	1	2	2	2	31
38. Radijo programų transliavimas	6010	2	4	2	2	2	2	2	4	1	2	4	4	31
39. Švietimui būdingų paslaugų veikla	8560	1	8	1	2	1	2	2	4	1	2	4	2	30
40. Žinybų, katalogų ir adresų sąrašų leidyba	5812	1	2	1	2	1	2	1	8	1	2	2	2	25
41. Žaidimų ir žaislų gamyba	3240	1	8	1	2	1	2	1	1	1	2	2	2	24
42. Dirbtinės bižuterijos ir panašių dirbinių gamyba	3213	1	8	1	2	1	2	1	1	1	2	2	2	24
43. Garso įrašymas ir muzikos įrašų leidyba	5920	2	2	1	2	1	2	2	1	2	2	4	2	23
44. Fotografavimo veikla	7420	2	2	2	2	1	2	2	1	1	2	2	2	21
45. Scenos pastatymų veikla	9001	2	2	2	2	1	2	1	1	1	2	2	2	20

4.2. Lietuvos KI sričių plėtros potencialo ekspertinis vertinimas

Ekspertiniam vertinimui buvo sudaryta 5 ekspertų, turinčių žinių ir patirties kūrybinių industrijų plėtojimo srityje, grupė ir surengta vertinimo sesija. Sesijos metu buvo pristatyti surinkti KI statistiniai duomenys.

Po pristatymo ekspertai, pateiktų statistinių duomenų pagrindu, bendru sutarimu, atliko KI sričių ribų nustatymą, apjungiant susijusias EVRK veiklas, ir atrinko 7 didžiausią potencialą turinčias sritis:

1. Kompiuteriniai žaidimai.
2. Kultūrinis turizmas.
3. Dizainas.
4. Pramogų verslas.
5. Reklama.
6. Architektūra.
7. Kinas.

Akcentuotina, kad Lietuvoje šiuo metu galiojantis Ekonominės veiklos rūšių klasifikatorius kūrybinių industrijų analizei tinka tik iš dalies, nes ne visas ekonominės veiklos rūšis įmanoma priskirti tik vienai konkrečiai kūrybinių industrijų sričiai. Kaip jau minėta (žr. 1 dalį), kūrybinių industrijų palyginimas skirtingose šalyse yra itin sudėtingas ir ilgai trunkantis procesas, nes įprastiniai klasifikatoriai nepilnai atskleidžia kūrybinių industrijų reikšmę šalies ekonomikai. Dėl šios priežasties tyrimui buvo surinkta ekspertų grupė, kuri išskyrė 7 kūrybinių industrijų sritis.

Remiantis ekspertų vertinimu, toliau pateikiama trumpa kiekvienos iš didžiausių plėtros potencialą turinčių Lietuvos kūrybinių industrijų sektoriaus sričių charakteristika.

4.2.1. Kompiuteriniai žaidimai

Kompiuterinių žaidimų sritis yra gimininga su trimis panašiomis veiklomis: kompiuterių programavimu, kompiuterinių žaidimų leidyba ir interneto vartų paslaugų veikla.

Remiantis atlikta statistinių duomenų analize, matyti, kad šioje srityje įmonių skaičiumi gausiausia yra kompiuterių programavimo veikla – šios veiklos įmonių skaičius augo visu analizuojamu laikotarpiu (žr. 4 lentelė) ir 2012 metais pasiekė 651 įmones. Šiuo metu mažiausiai įmonių vykdo kompiuterinių žaidimų leidybos veiklą, tačiau pastebėtina, kad analizuojamu laikotarpiu įmonių skaičius stabiliai augo, o augimo tempas sudarė 200%.

Panašūs rezultatai pastebimi ir srities įmonių darbuotojų skaičiaus vertinime – analizuojamu laikotarpiu labiausiai išaugo kompiuterių programavimo veiklos įmonių darbuotojų skaičius (augimo tempas – 130%, žr. 5 lentelė), o lėčiausiai darbuotojų daugėjo kompiuterinių žaidimų leidybos įmonėse (augimo tempas – 78%).

Vertinant srities įmonių apyvartos augimą, pastebima ta pati tendencija – kompiuterių programavimo veiklos įmonių apyvarta analizuojamu laikotarpiu augo 138% tempu, o kompiuterinių žaidimų leidybos įmonių apyvartos augimas sudarė 85%.

Visgi analizuojant įmonių apyvartos dalį, tenkančią vienam darbuotojui, išryškėja kompiuterinių žaidimų leidybos įmonių pranašumas – rodiklis analizuojamu laikotarpiu išaugo daugiausiai srityje (augimo tempas – 109%, žr. 9 lentelė).

Ekspertų vertinimu bei remiantis užsienio šalių patirtimi nustatyta, kad trys įvardintos veiklos sudaro vieną iš didžiausių plėtros potencialą turinčių sričių. Šias veiklas jungiantis vardiklis – būtinas informacinių technologijų ir kompiuterinio programavimo elementas.

4.2.2. Kultūrinis turizmas

Turint omenyje, kad kūrybiškumas kiekvienos šalies kultūriniame kontekste turi kur kas gilesnes šaknis nei darbo jėgos ar kapitalo panaudojimas, akivaizdu, kad meninės raiškos, talentų pasireiškimas, atvirumas naujoms idėjoms bei eksperimentavimui nėra turtingųjų valstybių privilegija. Tinkamai kultivuojami, šie kūrybiškumo šaltiniai gali ženkliai paveikti besivystančių valstybių įtaką pasaulinės prekybos mastu arba atverti naujas galimybes kurti pridėtinę vertę (Creative Industries and Development, 2004). Taigi kultūrinis turizmas įgalina panaudoti šalies kultūrinį paveldą pridėtinės vertės kūrimui. Šiai sričiai labai artimos ir įtaką darančios yra tokios veiklos: ekskursijų organizavimas, istorinių vietų ir pastatų bei panašių turistų lankomų vietų eksploatavimas bei muziejų veikla.

Įmonių skaičiumi gausiausia srityje yra ekskursijų organizatorių veikla (2012 m. šia veikla užsiėmė 40 įmonių, žr. 4 lentelė), ji yra ir greičiausiai auganti veikla srityje, analizuojamu laikotarpiu pasiekusi 133% augimo tempą. Istorinių vietų ir pastatų bei panašių turistų lankomų vietų eksploatavimas bei muziejų veiklos turi panašius įmonių skaičius, atitinkamai 6 ir 3 įmonės 2012 metais.

Srityje daugiausiai darbuotojų dirba ekskursijų organizavimo veikloje, ir tai yra nulemta šios veiklos specifikos. Akcentuotina, kad analizuojamu laikotarpiu didžiausias darbuotojų skaičiaus augimas užfiksuotas muziejų veikloje – net 233%.

Vertinant srities įmonių apyvartos augimo tempus analizuojamu laikotarpiu, nustatyta, kad ši sritis augo itin dideliu tempu: ekskursijų organizatorių veiklos įmonių apyvarta išaugo 746% (žr. 6

lentelė), muziejų veiklos – 453%, o istorinių vietų ir pastatų bei panašių turistų lankomų vietų eksploatavimo įmonių apyvarta augo lėčiau – augimo tempas sudarė 124%.

Tokios pačios tendencijos fiksuojamos ir vertinant įmonės apyvartos dalį, tenkančią vienam darbuotojui: ekskursijų organizatorių įmonėse apyvartos dalies vienam darbuotojui augimo tempas sudarė 479% (žr. 9 lentelė), muziejų veiklos įmonėse augimo tempas buvo 194%, o istorinių vietų ir pastatų bei panašių turistų lankomų vietų eksploatavimo įmonėse analizuojamu laikotarpiu šis rodiklis sumažėjo ir sudarė 94%.

Ekspertų vertinimu suformuota kultūrinio turizmo sritis remiasi istoriniu, kultūriniu paveldu ir jo pristatymo bei supažindinimo su juo veikla.

4.2.3. Dizainas

Dizaino sritis iš dalies siejasi su kultūriniu ir istoriniu paveldu, nes jo kontekste formuojasi vyraujanti estetikos ir grožio samprata. Kita vertus, ši sritis remiasi aukšto lygio asmeniniu kūrėjo meistriškumu ir gebėjimu ar noru pasitelkti tradicinių amatų elementus, o jai itin giminingomis veiklomis laikytinos šios: papuošalų, juvelyrinių ir panašių dirbinių gamyba, specializuota projektavimo veikla, dirbtinės bižuterijos ir panašių dirbinių bei keraminių buities ir puošybos gaminių, dirbinių gamyba.

Šioje srityje daugiausiai įmonių užsiima specializuota projektavimo veikla (2012 m. šią veiklą vykdė 106 įmonės, žr. 4 lentelė), likusias srities veiklas vykdė panašus įmonių skaičius, visgi vertinant augimo tempus, geriausią rezultatą analizuojamu laikotarpiu pasiekė dirbtinės bižuterijos ir panašių dirbinių gamybos įmonės (augimo tempas – 186%), o keraminių buities ir puošybos gaminių bei dirbinių gamybos įmonių skaičius analizuojamo laikotarpio pradžioje ir pabaigoje buvo lygus.

Duomenys apie dirbtinės bižuterijos ir panašių dirbinių gamybos įmonių darbuotojų skaičių analizuojamu laikotarpiu nepateikiami, bet statistikos analizė parodė, kad nors vidutiniškai darbuotojų daugiausiai turi specializuotos projektavimo veiklos įmonės (vidurkis analizuojamu laikotarpiu – 390 darb., žr. 5 lentelę), bet sparčiausiai darbuotojų skaičius augo papuošalų, juvelyrinių ir panašių dirbinių gamybos įmonėse (augimo tempas – 139%).

Analizuojamo laikotarpio pabaigoje didžiausią apyvartą pasiekė papuošalų, juvelyrinių ir panašių dirbinių gamybos įmonės – net 42,6 mln. Lt, ir tai sudarė didžiausią apyvartos augimą srityje – augimo tempas analizuojamu laikotarpiu pasiekė 183% (žr. 6 lentelė). Pagal vidutinę metinę apyvartą analizuojamu laikotarpiu šioje srityje pirmavo specializuota projektavimo veikla, tačiau bendru augimo tempu šios srities apyvarta nusileido kitoms veikloms ir sudarė 104%, duomenys apie dirbtinės bižuterijos ir panašių dirbinių gamybos įmonių apyvartą nėra pateikiami).

Vertinant įmonių apyvartos, tenkančios vienam darbuotojui dinamiką, pastebima, kad keraminių buities ir puošybos gaminių bei dirbinių gamybos įmonėse bei papuošalų, juvelyrinių ir panašių dirbinių gamybos įmonėse šis rodiklis augo labai panašiu tempu: atitinkamai 138% ir 132%, bet vertinant absoliučius dydžius, matoma, kad apyvartos dalis, tenkanti vienam darbuotojui, lyginant vidurkius analizuojamu laikotarpiu, yra 2,7 karto didesnė papuošalų, juvelyrinių ir panašių dirbinių gamybos įmonėse (žr. 9 lentelė). Apyvartos dalis, tenkanti vienam darbuotojui, specializuotos projektavimo veiklos įmonėse 2011 m. buvo išaugusi, tačiau vertinant 2010 m. ir 2012 m., matyti, kad šis rodiklis sumažėjo ir jo augimo tempas sudarė 83%. Duomenys apie dirbtinės bižuterijos ir panašių dirbinių gamybos įmonėse vienam pirkėjui tenkančią apyvartos dalį nėra pateikiami.

Juvelyrinės ir dizaino sritį sudaro veiklos, kurios remiasi individualiu kūrėjo kūrybiškumu ir meistriškumu, iš dalies formuojamu kultūrinio ir istorinio paveldo, iš dalies – socialinių reiškinių, visuomenėje vyraujančių tendencijų bei mados.

4.2.4. Pramogų verslas

Pramogų verslo sritis skirtingų autorių gali būti klasifikuojama ir vadinama skirtingai, pvz., Huang, Chen, Chang (2009) analizuoja Taivano kūrybinių industrijų klasifikaciją ir panašią sritį vadina „kūrybiško gyvenimo būdo“ sritimi. Jai priskiriamas turizmas, sportas, laisvalaikio organizavimo paslaugos, vestuvių paslaugos, teminiai ir atrakcionų parkai. Skirtingų klasifikacijų analizė parodė, kad ši sritis dar išskiriama ganėtinai retai, tačiau ji įgyja vis daugiau reikšmės, taigi pasižymi dideliu plėtros potencialu. Šią sritį galima glaudžiai sieti su pramogų ir poilsio organizavimo, atrakcionų ir teminių parkų bei meno įrenginių eksploatavimo veiklomis.

Vertinant srities įmonių skaičių, visų pirma pastebima, kad didžioji dalis įmonių vykdo kitą pramogų ir poilsio organizavimo veiklą – šia veikla užsiima 85% visų srities įmonių (žr. 4 lentelė). Taip pat pastebėtina, kad šia veikla užsiimančių įmonių skaičius augo didžiausiu tempu srityje ir sudarė 146%.

Pastebėtina, kad tokia pati atotrūkio tendencija matoma ir vertinant darbuotojų skaičių (žr. 5 lentelė): kita pramogų ir poilsio organizavimo veikla užsiimančiose įmonėse analizuojamu laikotarpiu dirbo vidutiniškai 849 darbuotojai, kai tuo tarpu atrakcionų ir teminių parkų veiklos bei meno įrenginių eksploatavimo veiklos įmonėse – atitinkamai 92 ir 109 darbuotojai.

Vertinant srities įmonių apyvartos dinamiką, matoma, kad kitos pramogų ir poilsio organizavimo veiklos įmonių apyvarta analizuojamu laikotarpiu nuolat augo, o bendras augimo tempas siekė 142% (žr. 6 lentelė). Analizuojamu laikotarpiu atrakcionų ir teminių parkų veiklos bei

meno įrenginių eksploatavimo veiklos įmonių apyvartos augo 2010 – 2011 m., bet nukrito 2011 – 2012 m., o bendras augimo tempas sudarė atitinkamai 113% ir 110%.

Analizuojant srities įmonių apyvartos dalį, tenkančią vienam darbuotojui, matyti, kad kita pramogų ir poilsio organizavimo veikla užsiimančių įmonių apyvartos dalis, tenkanti vienam darbuotojui, nuolat augo, o bendras augimo tempas analizuojamu laikotarpiu sudarė 110%, tačiau atrakcionų ir teminių parkų veiklos bei meno įrenginių eksploatavimo veiklos įmonėse šis rodiklis paaugo 2010 – 2011 m., tačiau nukrito 2011 – 2012 m., ir bendras pokyčio tempas sudarė atitinkamai 95% ir 101%.

Pramogų verslo sritį sudaro ekonominės veiklos, skirtos pilnavertiškam ir įdomiam laisvalaikio praleidimui užtikrinti: tai ir pramoginiai renginiai bei vietos (parkai), ir kultūriniai renginiai ar vietos.

4.2.5. Reklama

Reklamos augimo tempai skirtingose valstybėse priklauso nuo ekonomikos sąlygų, nes išlaidų pokytis menui ir kitoms industrijoms paklūsta ekonomikos svyravimams, o pokyčiai reklamos išlaidoms jas aplenkia. Kūrybinių industrijų sritis „reklama“ yra artimai susijusi su reklamos agentūrų, atstovavimo žiniasklaidai, viešųjų ryšių ir komunikacijos, rinkos tyrimų ir viešosios nuomonės apklausos bei naujienų agentūrų veikla.

Daugiausiai įmonių, veikiančių šioje srityje, priskiriamos reklamos agentūroms – jų šioje srityje analizuojamu laikotarpiu vidutiniškai buvo 848 (žr. 4 lentelė), o mažiausiai šios srities įmonių vykdė naujienų agentūrų veiklą, vidutiniškai 6 įmonės. Nors pastarosios veiklos įmonių ir mažiausiai, tačiau analizuojamu laikotarpiu jų skaičiaus augimas buvo didžiausias ir siekė 160% tempą. Mažai nuo šios veiklos įmonių augimo skaičiaus tempu atsiliko viešųjų ryšių ir komunikacijos veiklą vykdančios įmonės, jų skaičiaus augimo tempas sudarė 156%.

Analizuojant darbuotojų skaičiaus dinamiką, itin dideliu prieaugio tempu išsiskiria rinkos tyrimų ir viešosios nuomonės apklausų veiklą vykdančios įmonės – jose analizuojamu laikotarpiu darbuotojų prieaugio tempas siekė 154% (žr. 5 lentelė). Pastebėtina, kad darbuotojų skaičius sumažėjo atstovavimo žiniasklaidai įmonėse bei naujienų agentūrose – čia darbuotojų prieaugio tempas sudarė atitinkamai 88% ir 93%, kitose šios srities veiklose darbuotojų prieaugis buvo teigiamas.

Apyvartos augimo tempas šioje srityje analizuojamu laikotarpiu buvo labai panašus reklamos agentūrose bei atstovavimo žiniasklaidai įmonėse ir sudarė atitinkamai 132% ir 137%. Naujienų agentūrų apyvartos buvo ženkliai nukritusios 2010 – 2011 m., tačiau 2012 m. net aplenkė 2010 m. lygį ir, vertinant visą laikotarpį, augimo tempas siekė 115%. Akcentuotina, kad viešųjų ryšių ir

komunikacijos veikla užsiimančių įmonių apyvartos analizuojamu laikotarpiu nuolat krito, o bendras pokyčio tempas sudarė 85%.

Išskirtinio akcentavimo reikia įmonių eksporto vertinimui – atstovavimo žiniasklaidai įmonių paslaugų eksportas, lyginant 2012 ir 2010 m., išaugo 23 kartus (žr. 8 lentelė), o rinkos tyrimų ir viešosios nuomonės apklausų įmonių eksportas tuo pačiu laikotarpiu padidėjo 5 kartus.

Lyginant įmonių apyvartą, tenkančią vienam darbuotojui, matyti, kad labiausiai analizuojamu laikotarpiu šis rodiklis išaugo atstovavimo žiniasklaidai įmonėse, jo augimo tempas sudarė 157% (žr. 9 lentelė). Naujienų ir reklamos agentūrų apyvartos dalies, tenkančios vienam darbuotojui prieaugio tempas sudarė atitinkamai 124% ir 117%, o viešųjų ryšių ir komunikacijos bei rinkos tyrimų ir viešosios nuomonės apklausų įmonėse šis rodiklis sumažėjo ir siekė tik atitinkamai 66% ir 86%.

Šiai sričiai priskiriamos ekonominės veiklos siejasi dėl to, kad jos teikia viešosios komunikacijos paslaugas įmonėms ar viešiesiems asmenims įvairiomis formomis: nuo reklaminių maketų kūrimo ir transliavimo iki atstovavimo viešojoje erdvėje.

4.2.6. Architektūra

Architektūra yra autoriaus teisių verslas, ji išskirtinė savita simbolių, ženklų ir žymėjimo sistema, lengvai suprantama visame pasaulyje, taigi turi itin didelį tarptautinės sėkmės potencialą. Šiame tyrime kūrybinių industrijų sritis „architektūra“ yra giminiška architektūros ir kraštovaizdžio veikloms.

Analizuojamu laikotarpiu abejose šios srities veiklose kūrėsi naujos įmonės – visu laikotarpiu skaičius nuolat didėjo, tačiau didesnis prieaugio tempas pastebimas kraštovaizdžio tvarkymo veikloje – jis sudarė 132%, o architektūros veiklą pradėjusių įmonių skaičius išaugo 110% (žr. 4 lentelė). Akcentuotina, kad architektūros veikla užsiima vidutiniškai 4,6 karto daugiau įmonių nei kraštovaizdžio tvarkymo veikla.

Logiška, kad analizuojamu laikotarpiu daugiau darbuotojų dirbo architektūros veikla užsiimančiose įmonėse (žr. 5 lentelė), tačiau dėl spartesnės plėtros kraštovaizdžio tvarkymo veikloje, ir darbuotojų skaičiaus augimas joje buvo didesnis, siekė 132%, tuo tarpu architektūros veiklą vykdančiose įmonėse darbuotojų prieaugio tempas buvo 102%.

Vertinant įmonių apyvartos dinamiką, matyti, kad architektūros veiklą vykdančių įmonių apyvartos analizuojamu laikotarpiu stabiliai mažėjo, bendras prieaugio tempas sudarė tik 88% (žr. 6 lentelė), bet vidutiniškai 7 kartus viršijo kraštovaizdžio tvarkymo įmonių apyvartą. Akcentuotina, kad pastarųjų įmonių apyvartos prieaugis analizuojamu laikotarpiu sudarė 185%. Turint omenyje,

kad analizuojamas laikotarpis po ekonominės krizės, skaudžiai palietusios statybų rinką, tokie rezultatai yra lengvai paaiškinami.

Statistinių duomenų analizė parodė, kad ir įmonės apyvartos dalis, tenkanti vienam darbuotojui, turi tokią pat tendenciją – kraštovaizdžio tvarkymo veikla užsiimančiose įmonėse šis rodiklis nuolat augo absoliutiniu dydžiu (žr. 9 lentelė) ir vertinant visą laikotarpį, pasiekė 140% augimo tempą. Tuo pačiu laikotarpiu architektūros veiklą vykdančiose įmonėse šis rodiklis nuolat mažėjo, o bendras augimo tempas siekė tik 86%.

Ši kūrybinių industrijų sritis apima veiklas, kurios skirtos gyvenamosios ar viešosios erdvės projektavimui ir kūrimui – tiek pastatų, tiek ir juos supančios aplinkos.

4.2.7. Kinas

Kinas yra viena iš seniausiai egzistuojančių kūrybinių industrijų sričių, kurioje pasauliniu mastu vyrauja kelios itin didelės įmonės bei labai didelis skaičius mažesnių, nacionalinės ar vietinės reikšmės įmonių. Kino sričiai yra giminingos šios veiklos: kino filmų rodymas, kino filmų, vaizdo filmų ir televizijos programų platinimas, pagamintų kino filmų, vaizdo filmų ir televizijos programų meninis apipavidalinimas, kino filmų, vaizdo filmų ir televizijos programų gamyba bei garso įrašymas ir muzikos įrašų leidyba.

Vertinant Lietuvoje veikiančių kino srities įmonių skaičiaus pokyčius, analizuojamu laikotarpiu ryškėja tokios tendencijos: didžiausias įmonių skaičius, net 72 analizuojamo laikotarpio pabaigoje (žr. 4 lentelė), užsiima kino filmų, vaizdo filmų ir televizijos programų gamyba, pagal įmonių skaičių antroje vietoje atsiduria garso įrašymo ir muzikos įrašų leidybinės įmonės (2012 – 32 įmonės), tačiau visoje srityje didžiausią augimo tempą pasiekė pagamintų kino filmų, vaizdo filmų ir televizijos programų meninio apipavidalinimo paslaugas teikiančios įmonės – 175%.

Analizuojant kino srities darbuotojų skaičių, akivaizdu, kad analizuojamu laikotarpiu vidutinis darbuotojų skaičius pagal veiklos sritis buvo itin netolygus – pagamintų kino filmų, vaizdo filmų ir televizijos programų meninio apipavidalinimo įmonėse dirbo vidutiniškai tik 22 darbuotojai (žr. 5 lentelė), o kino filmų, vaizdo filmų ir televizijos programų gamybos veikla užsiimančiose įmonėse – vidutiniškai 247 darbuotojai. Visgi akcentuotina, kad pirmojoje veikloje darbuotojų per analizuojamą laikotarpį padaugėjo beveik 3 kartus – 285%, o kitose veiklose darbuotojų skaičius kito neženkliai.

Nagrinėjant srities įmonių apyvartos dinamiką, akcentuotina, kad apyvarta augo visų veiklų įmonėse, bet intensyviausias augimas – net 220% (žr. 6 lentelė), fiksuotas tarp pagamintų kino filmų, vaizdo filmų, televizijos programų meninio apipavidalinimo veiklą vykdančių įmonių.

Srityje išsiskiria garso įrašymo ir muzikos įrašų leidybos įmonės, kurių apyvarta analizuojamu laikotarpiu sumažėjo perpus: 2010 – 2012 m. kitimo tempas buvo 49%.

Analizuojamu laikotarpiu kino srities įmonių eksportas kito labai nevienodai: kino filmų rodymo eksportas išaugo 964% (žr. 8 lentelė), kino filmų, vaizdo filmų ir televizijos programų platinimo eksportas sumažėjo (pokytis 2010 – 2012 m. sudarė 69%), dar labiau sumažėjo garso įrašymo ir muzikos įrašų leidybos eksportas (6% tuo pačiu laikotarpiu), tuo tarpu kino filmų, vaizdo filmų ir televizijos gamybos bei meninio apipavidalinimo eksportas 2012 m. buvo nulinės apimties. Meninio apipavidalinimo eksportas visu analizuojamu laikotarpiu buvo nulinis, tačiau kino filmų, vaizdo filmų ir televizijos gamybos eksportas, išaugęs 2010 – 2011 m., 2012 m. nebuvo vykdomas.

5. DIDŽIAUSIO POTENCIALO LIETUVOS KI SRIČIŲ KONKURENCINGUMO ANALIZĖ

Šioje tyrimo dalyje, remiantis tyrimo metodika (žr. 3 skyrių), pateikiama didžiausią potencialą turinčių Lietuvos KI sričių konkurencingumo analizė.

Analizė atliekama trimis etapais:

1. Didžiausią potencialą turinčių Lietuvos KI sričių plėtros teisinės aplinkos įvertinimas.
2. Didžiausią potencialą turinčių Lietuvos KI sričių atstovų apklausa.
3. Didžiausią potencialą turinčių Lietuvos KI sričių plėtros stiprių ir silpnų vietų įvertinimas.

5.1. Didžiausią potencialą turinčių Lietuvos KI sričių plėtros teisinė aplinka

5.1.1. Kultūrinių ir kūrybinių industrijų Europos Sąjungos teisinis reguliavimas

Kultūrinių ir kūrybinių industrijų (toliau – KKI) reguliavimas Europos Sąjungos lygiu darantis tiesioginį poveikį valstybių narių teisinėms sistemoms vis dar fragmentuotas. Europos Sąjungos sutartyse atskiras straipsnis dėl kultūros buvo įtrauktas tik Maastrichto sutartimi ir tapo teisiniu pagrindu kultūros veikloms reglamentuoti. Sutarties dėl Europos Sąjungos veikimo (toliau – SESV) 167 str. 1 d. nustato, kad „Sąjunga prisideda prie valstybių narių kultūrų klestėjimo, gerbdama jų nacionalinę ir regioninę įvairovę“ bei veikia siekdama skatinti valstybes nares bendradarbiauti, o prireikus – paremti ir papildyti jų veiklą Europos tautų kultūros ir istorijos geresnio pažinimo ir populiarinimo, europinės reikšmės kultūros paveldo išsaugojimo ir apsaugos, nekomercinių kultūrinių mainų, meninės ir literatūrinės kūrybos, įskaitant audiovizualinę sritis. Šiame kontekste paminėtina Europos Sąjungos pagrindinių teisių chartijos nuostata (11 str. 2 d.), garantuojanti Europos Sąjungos išsipareigojimą gerbti žiniasklaidos laisvę ir pliuralizmą ir kurios turi būti laikomasi, įgyvendinant Europos Sąjungai priskirtas kompetencijas. SESV nuostatos neišskiria atskirų KKI sričių ir jų veikla Europos Sąjungos vidaus rinkos kontekste reguliuojami skirtingomis Sutarties nuostatomis dėl laisvo prekių judėjimo (SESV 28, 30, 34 ir 35 str.), laisvo asmenų, paslaugų ir kapitalo judėjimo (SESV 45 – 62 str.), konkurencijos (SESV 101 – 109 str.), teisės aktų suderinimo technologijos srityje (SESV 114 str.), švietimo ir profesinio mokymo (SESV 165 ir 166 str.), kultūros (SESV 167 str.), pramonės (173 str.). Kiek tai nėra susiję su išimtinėmis Europos Sąjungos kompetencijomis KKI liečiantys klausimai reguliuojami pagal Europos Sąjungos sutarties (toliau – ESS) 5 str. įtvirtintus subsidiarumo ir proporcingumo principus. Jie įtvirtina Europos Sąjungos veiklos ribojimus: Europos Sąjunga veikia tik tada ir tik tokiu mastu, kai „valstybės narės numatomo veiksmo tikslų negali deramai pasiekti centrinu, regioniniu ir vietiniu

lygiu, o Sąjungos lygiu dėl numatomo veiksmo masto arba poveikio juos pasiekti būtų geriau“. Sprendimų turinys ir forma tokiu atveju turi neviršyti to, kas būtina siekiant Sutarčių tikslų. Nors valstybės narės turi plačius įgaliojimus nustatant ir reguliuojant KKI veiklos ir plėtros prioritetus, Europos Sąjungos teisinės priemonės sistemingai daro įtaką jų nacionaliniams sprendimams, ypač kiek tai susiję su tinkamu vidaus rinkos funkcionavimu, parama KKI plėtrai, inovacijoms, intelektinės nuosavybės apsauga ir pasauliniu šių sričių konkurencingumo užtikrinimu.

5.1.2. Strateginės KKI plėtros gairės

Svarų impulsą diskusijoms Europos Sąjungoje dėl bendrijos vaidmens remiant atskiras KKI sritis davė 2006 m. Europos Komisijos užsakymu atliktas tyrimas „Kultūros ekonomika Europoje“¹⁰, kuriame buvo atskleistas KKI vaidmuo siekiant Lisabonos strategijoje numatytų tikslų įgyvendinimo. Jo rezultatai buvo plačiai aptariami Europos Komisijos komunikate apie Europos kultūros globalizuotame pasaulyje darbotvarkę¹¹, pažymint ES vaidmenį skatinant kultūros įvairovės ir kultūrų dialogą, kultūros kaip kūrybiškumo katalizatoriaus vaidmenį, įgyvendinant Lisabonos ekonomikos augimo ir darbo vietų kūrimo strategiją bei kultūros kaip labai svarbios ES tarptautinių santykių dalį. KKI tapo ir kitų Europos Sąjungos institucijų politinių diskusijų objektu. 2007 m. Europos Sąjungos Taryba patvirtino rezoliuciją dėl Europos kultūros darbotvarkės ir KKI sektoriaus vaidmens, siekiant Lisabonos tikslų, kuriai vėliau pritarė ir Europos Vadovų Taryba. 2010 metais Europos Komisija paskelbė komunikatą „2020 m. Europa – Pažangaus, tvaraus ir integracinio augimo strategija“¹² (toliau – „Europa 2020“ strategija), kuriame pateikiamas strateginis planas, siekiant pažangios, tvarios ir integruotos Europos Sąjungos ekonomikos, didelio užimtumo, produktyvumo ir socialinės sanglaudos. Komunikate Komisija išskiria poreikį sukurti palankią aplinką ir sąlygas inovacijoms ir kūrybiškumui skatinti. Šioje strategijoje KKI numatytas svarbus vaidmuo remiant pažangų, tvarų ir subalansuotą augimą visuose Europos Sąjungos regionuose bei prisidedant prie Europos 2020 strategijos įgyvendinimo. KKI vaidmuo šiame procese išskiriamas dėl KKI kylančių naujų idėjų, taikytinų naujiems produktams ir paslaugoms kurti, jų vaidmens skatinant ekonomikos augimą, darbo vietų kūrimą ir sprendžiant su visuomenėje vykstančiais pokyčiais susijusias problemas. 2010 m. Komisija paskelbė žaliąją knygą „Kultūros ir kūrybos sektorių potencialo išlaisvinimas“¹³, kuri pirmą kartą Europos Sąjungos lygiu sistemiškai apžvelgė KKI svarbą bei teisinių, politinių ir ekonominių priemonių nulemtus jų plėtros iššūkius.

¹⁰ Interaktyvus šaltinis, prieiga per internetą: http://ec.europa.eu/culture/library/studies/cultural-economy_en.pdf.

¹¹ KOM(2007) 242 galutinis.

¹² KOM(2010) 2020 galutinis.

¹³ KOM(2010) 183 galutinis.

Žaliaja knyga buvo siekiama atskleisti KKI potencialą Europos Sąjungoje bei nustatyti pagrindines priemones, kurių būtina imtis šių sektorių plėtrai užtikrinti.

Siekdama „Europa 2020“ strategijos tikslų įgyvendinimo 2012 m. Komisija parengė komunikatą „Kultūrinių ir kūrybinių sektorių skatinimas augimui ir darbo vietoms kurti ES“¹⁴, kuriame išskiriamas poreikis skatinti įvairių sektorių bendradarbiavimą, išnaudoti galimas sinergijas kuriant naujas prekes ir paslaugas, diegiant naujas technologijas skirtingose srityse - gamybos, transporto, žemės ūkio, energetikos ir kt. Šiame dokumente pagrindinis dėmesys skiriamas KKI sektorių inovacijų diegimo potencialui įvertinti ir identifikuoti pagrindines priemones jam išnaudoti. KKI nauda ekonomikos augimui, stimuliuojant kitas verslo sritis, kuriant naujas ir tvarias darbo vietas taip pat išskiriamas ir Europos Sąjungos 2014 – 2020 m. regioninėje politikoje. 2013 m. priimtame reglamente 1301/2013/ES dėl Europos regioninės plėtros fondo ir dėl konkrečių su investicijų į ekonomikos augimą ir darbo vietų kūrimą tikslu susijusių nuostatų¹⁵ taip pat pabrėžiamas poreikis skatinti mažo ir vidutinio verslo inovacijas ir plėtrą su Europos lygmens ir regioniniais uždaviniais susijusiose besiformuojančiose srityse kaip kūrybos ir kultūros pramonė bei naujoviškų paslaugų teikimas.

Europos Sąjungos KKI plėtros strateginės gairės, kurios nustato Komisijos planuojamo reguliavimo kryptis, remiasi siekiu sukurti bendra rinką KKI prekėms ir paslaugoms. Teisės aktų derinimas siekiant atskirų KKI sričių sėkmingo funkcionavimo Europos Sąjungos vidaus rinkos sąlygomis vykdomas antrinių Europos Sąjungos teisės aktų – direktyvų pagalba, taikant abipusio pripažinimo principą. Šis kertinis vidaus rinkos principas nustato sąlygas, pagal kurias valstybės institucijos negali reikalauti iš teikėjo pakartotinai įvykdyti tokius pat ar iš esmės panašius reikalavimus ir kontrolės priemones, kurias teikėjas jau yra įvykdęs kitoje valstybėje narėje. Taip sumažinamos kliūtys prekių ir paslaugų judėjimui tarp valstybių narių.

ES teisinė aplinka, įtakojanti KKI plėtrą šalyse narėse, buvo ne kartą analizuojama EK atvirojo koordinavimo principu organizuotų tarptautinių ekspertų darbo grupėse. Nors ekspertų išvados ir pasiūlymai yra tik rekomendacinio pobūdžio, jie gana tiksliai atspindi ekspertinius teisinės aplinkos vertinimus, jos raidos tendencijas bei trūkumus ir gali būti naudingi formuluojant pasiūlymus dėl efektyvesnio KKI srities reglamentavimo ES ir nacionalinių vyriausybių lygiu.

EK inicijuota apžvalga “Rekomendacijos dėl kultūrinių ir kūrybinių industrijų plėtros”¹⁶ apibrėžia 8 pagrindines sritis, kuriose rekomenduojama taikyti KKI politikos priemones: 1) KKI verslų specifiškumo pripažinimas; 2) intelektinės nuosavybės apsauga; 3) KKI verslų prieinamumo prie rinkų didinimas; 4) KKI prieinamumo prie finansinės paramos didinimas; 5) darbo sąlygų

¹⁴ KOM(2012) 537 galutinis.

¹⁵ OL 2013 L 347, p. 289.

¹⁶ *Recommendations for Cultural and Creative Industries*, Brussels, June 2008 - September 2009. Platform on Potential of Cultural and Creative Industries.

gerinimas; 6) menininkų ir darbų judumo didinimas; 7) tarptautinių ryšių ir mainų plėtra; 8) švietimo ir lavinimo skatinimas. Šios apžvalgos rekomendacijos siūlo, viena vertus, užtikrinti, kad egzistuojančios ES teisinė bazės privalumai būtų aktualūs ir KKI verslams (pvz. Europos smulkaus verslo aktas¹⁷), tačiau, kita vertus, kad būtų išsaugota su kultūriniu turiniu siejama KKI specifika – pvz. pripažįstama būtinybė užtikrinti UNESCO Konvencijos dėl kultūrų raiškos įvairovės apsaugos ir skatinimo¹⁸ nuostatas. Rekomendacijos pabrėžia, kad ypač svarbu sudaryti palankias sąlygas smulkioms KKI įmonėms dalyvauti intelektinės nuosavybės apsaugos sistemoje kuriant ir plėtojant skaitmeninį turinį ir paslaugas. Rekomendacijos pažymi, jog visi KKI subjektai, nepriklausomai nuo jų dydžio, turi turėti galimybes pasiekti jai aktualią rinką – tai yra būtina KKI produkcijos ir paslaugų įvairovės sąlyga. Siekiant šio tikslo būtina vengti KKI centralizacijos ir monopolizacijos, didinti visų KKI subjektų galimybes naudotis distribucijos kanalais ypač pasinaudojant elektroninės prekybos ir elektroninių paslaugų teikiamomis galimybėmis. Prieinamumas prie finansinės paramos turi užtikrinti KKI verslų savarankiškumą. Rekomendacijose siūloma taikyti PVM lengvatas KKI produkcijai ir paslaugomis, sukurti palankią aplinką PVP (privataus ir viešojo sektoriaus partnerystės) iniciatyvoms, numatant galimybes jas finansuoti bankų paskolomis, plėtoti valstybės pagalbos schemas KKI sritims, ypač audiovizualiniam sektoriui. Rekomendacijos dėl darbo sąlygų gerinimo apima KKI darbuotojų ir ypač menininkų galimybes dirbti lanksčiai, pagal trumpalaikes darbo sutartis, būtinybę užtikrinti jų socialines garantijas. Skatinant menininkų judumą siūloma atkreipti dėmesį į sąlygų tarptautinei koprodukcijai gerinimą audiovizualiniame sektoriuje ir scenos menų srityse, skatinti literatūros vertimus iš vienu ES kalbų į kitas, skatinti tarptautinių menininkų rezidencijų tinklų plėtrą. Rekomendacijos siūlo plėsti tarptautinius ryšius organizuojant studentų praktikas KKI įmonėse, sudaryti geresnes sąlygas siekti karjeros KKI srityje kitose šalyse.

EK sudarytos tarptautinės ekspertų darbo grupės, parengusios rekomendacijas dėl Kultūrinių ir kūrybinių industrijų, ypač smulkių ir vidutinių įmonių, potencialo atskleidimo¹⁹, išvados apima šias susijusias sritis: 1) politinis žinomumas ir jautrumas, 2) prielaidos KKI plėtrai (kultūra, švietimas, komunikacija), 3) aplinkos sąlygos, 4) verslo gebėjimai, finansavimas ir infrastruktūra, 5) nauji verslo modeliai, tinklai ir klasteriai, 6) ryšiai tarp kūrybingumo ir inovacijų, 7) ryšiai su kitais sektoriais ir socialinės plėtros tikslais, 8) Europinė ir tarptautinė dimensija. Ekspertai atkreipė dėmesį į tai, jog plėtojant naujus verslo modelius geros praktikos pavyzdys yra Creative Commons licencijų sistema. Pasak ekspertų, ES inovacijų politika turėtų būti atviresnė ne-technologinėms, paslaugų ir vartotojų kuriamoms inovacijoms bei pasinaudoti KKI būdingu tinkliniu bedradarbiavimo modeliu. Rekomendacijos siūlo atsižvelgti į KKI sąsajas su kitomis ūkio ir

¹⁷ Žr. <http://ec.europa.eu/small-business>.

¹⁸ Valstybės žinios, 2007-01-04, Nr. 1-4.

¹⁹ Final report, 3rd June, 2010, OMC - Expert Working Group on maximising the potential of Cultural and Creative Industries, in particular that of SMEs.

socialinės plėtros sritimis: urbanistinė plėtra ir post-industrijų teritorijų regeneracija, kultūrinis turizmas, mokymai visą gyvenimą, vietos ir regioninės plėtros projektais.

Atskira EK inicijuota tarptautinė ekspertų grupė parengė KKI tarptautiškumo apžvalgą bei rekomendacijas dėl šios srities politikos²⁰. Šalia kitų ES KKI sektoriaus silpnųjų ekspertai pabrėžė, jog tarptautiškumą apsunkina tai, jog dauguma KKI įmonių yra smulkios, tarpinių institucijų gebėjimai yra nepakankami, kyla daug problemų išsaugant ir panaudojant intelektinę nuosavybę. Šalia šių silpnųjų ekspertai taip pat atkreipė dėmesį į tai, jog KKI įmonėms sunku eksportuoti savo produkciją dėl to, jog ji dažnai neturi medžiagiško pavidalo (todėl sunku pritraukti investicijų ir gauti finansinę paramą), stinga informacijos apie galimas tikslines rinkas bei jose galiojančią teisinę aplinką, trūksta tarptautinių finansinės paramos mechanizmų (dauguma eksporto paramos priemonių yra nacionalinės), nepakankamai efektyvūs tarptautinio bendradarbiavimo tinklai, galintys padėti susirasti partnerius ir KKI produkcijos distributorius, KKI sektorius yra nepakankamai organizuotas, todėl tarptautinė rinkodara vykdoma individualių įmonių, tarptautinės rinkodaros tematika nėra įtraukta į nacionalines KKI plėtros programas, kiti sektoriai nežino apie naudą, kurią KKI galėtų jiems suteikti plėtojant eksportą ir tarptautiškumą, tarptautinė rinka yra labai fragmentuota taip pat ir kalbiniu atžvilgiu. Tarp kitų rekomendacijų, kurias pateikė ekspertai, siūloma skirti didesnę dėmesį intelektinės nuosavybės apsaugai, siekti susitarimų su trečiosiomis šalimis dėl intelektinės nuosavybės apsaugos, bendradarbiauti kuriant metodiką, kuri padėtų įvertinti intelektinės nuosavybės ekonominę vertę, kuri tokiu būdu taptų argumentu kreipiantis finansinės paramos, banko paskolos ir pan. Ekspertai taip skyrė dėmesio edukacinėms priemonėms ir pažymėjo, jog patartina skatinti tarptautinį mokslo ir švietimo institucijų bendradarbiavimą įtraukiant tarptautiškumo ir tarptautinės rinkodaros tematiką į studijų programas.

5.1.3. Sektoriaus plėtros finansavimo priemonės

Europos Komisija nuolat pabrėžia, kad finansinių išteklių prieinamumas yra viena iš svarbiausių KKI sektorių plėtros sąlygų. Atskiros programos skirtos remti kultūrinį bendradarbiavimą tarp valstybių narių, institucijų ir organizacijų - tokios kaip „Kaleidoskopas“, „Kultūra“ Europos Sąjungoje vykdomos nuo 1996 m. Finansinė parama KKI sektoriams 2014 – 2020 m. finansiniu laikotarpiu bus įgyvendinama ankstesnio programavimo laikotarpiu sukaupta patirtimi ypač pagal Sąjungos programas, patvirtintas Europos Parlamento ir Tarybos sprendime 1718/2006/EB²¹. Daugiau negu 20 metų gyvavusi programa „MEDIA“, Europos Sąjungoje rėmusi

²⁰ Directorate-General for Education and Culture, Open Method of Coordination Working Group on Cultural and Creative Sectors' Export and Internationalisation Support Strategies, January, 2014, http://ec.europa.eu/culture/our-policy-development/policy-documents/omc-working-groups_en.htm

²¹ OL 2006 L327, p. 12.

audiovizualinio sektoriaus plėtrą 2013 m. gruodžio 11 d., priėmus Europos Parlamento ir Tarybos reglamentą 1295/2013/ES²², kartu su paprograme „Kultūra“ ir tarpsektorine paprograme tapo skėtinės programos „Kūrybiška Europa“ dalimi. Šia programa ne tik siekiama saugoti, plėsti, puoselėti Europos kultūrą ir kalbų įvairovę, tačiau taip pat stiprinti Europos KKI sektorius, sudarant sąlygas vykdyti veiklą tarpvalstybiniu ir tarptautiniu mastu, didinti finansinius KKI sektoriuose veikiančių organizacijų pajėgumus. Paprogramė „MEDIA“ pagrindiniais prioritetais įvardina ir finansinių išteklių paskirstymą numato audiovizualinio sektoriaus specialistų gebėjimams ir kompetencijoms ugdyti, plėtoti tinklus, prisitaikyti prie rinkos vystymosi, išbandant naujus auditorijos formavimo metodus ir naujus verslo modelius. Joje taip pat numatoma ir atskira KKI sektorių garantijų priemonė, pagal kurią atrinkti finansiniai tarpininkai teiktų finansines garantijas, sudarančias palankesnes sąlygas šiuose sektoriuose veikiančioms labai mažoms, mažoms ir vidutinėms organizacijoms gauti finansavimą, būtiną jų plėtrai. Kadangi finansinių garantijų sistema jau taikomos įgyvendinant tokias programas kaip „Konkurencingumo ir inovacijų programa“, todėl Komisija yra įsitikinusi, kad valstybės narės galės pasinaudoti jau turima patirtimi. Nuo 2014 m. sausio 1 d. iki 2020 m. gruodžio 31 d. laikotarpiu programos „Kūrybiška Europa“ finansinis paketas yra 1 462 724 000 EUR, iš kurių ne mažiau negu 56% lėšų numatyta paprogramei „MEDIA“.

Paminėtinos ir kitos Europos Sąjungos finansinės priemonės, kuriomis siekiama inovacijų ir verslumo bendrijoje plėtos, turinčios tiek tiesioginį, tiek netiesioginį poveikį KKI: Erasmus+ programa skirta studijų, profesinių gebėjimų ugdymui, COSME, kuria siekiama remti naujus ir jau veikiančius verslo subjektus ypač SVV, sudarant sąlygas finansavimo priemonių prieinamumui užtikrinti, skatinti verslumą ir remti SVV internacionalizaciją. Atskirai paminėtina tyrimų ir inovacijų programa „Horizontas 2020“, kuri yra strategijos „Europa 2020“ pavyzdinės iniciatyvos „Inovacijų sąjunga“, skirtos Europos pasauliniam konkurencingumui didinti, vienas iš pagrindinių ramsčių. Pagal programą „Horizontas 2020“ finansavimas bus paskirstytas Europos Sąjungos kaip pasaulinės lyderės mokslo srityje pozicijoms stiprinti, užtikrinti pirmavimą diegiant inovacijas pramonės srityje, investuojant į pagrindines technologijas, SVV rėmimą, papildomai numatant finansavimą aktualioms svarbiausioms problemoms spręsti sveikatos, demografinių pokyčių ir gerovės, maisto tiekimo užtikrinimo, saugios, švarios ir efektyviai naudojamos energijos, įtraukios, novatoriškos bei saugios visuomenės srityse.

Nors Europos Sąjungos finansinės priemonės yra svarbus veiksnys KKI veiklos plėtrai ir inovacijoms diegti, tačiau daugelis Europos Sąjungos programų yra sudėtingos, reikalaujančios didelio savarankiško indėlio ir sunkiai prieinamos naujiems rinkos dalyviams - ypač labai mažoms ir mažoms įmonėms. Dėl šios priežasties ir ateityje, siekiant pasinaudoti Europos Sąjungos paramos schemomis, didelį poveikį turės nacionalinės paramos priemonės, skirtos atverti galimybes

²² OL 2013 L 347, p. 221.

dalyvauti Europos Sąjungos finansuojamuose projektuose bei kompetentingų institucijų pagalba rengiant finansavimo paraiškas.

5.1.4. KKI teisinė aplinka Lietuvoje

Nors Europos Sąjungos reguliavimas, integrali Lietuvos teisinės sistemos dalis, ir finansavimo priemonės daro poveikį KKI sektorių plėtrai Lietuvoje, vis tik svarbiausi sprendimai, lemiantys tolimesnes jų konkurencines ir augimo galimybes, priimami nacionaliniu lygiu. Lietuvos Respublikos Konstitucijoje įtvirtinti principai dėl kultūros, mokslo, tyrinėjimų laisvės, valstybės vaidmens remiant kultūrą ir mokslą, užtikrinant autorių teisių apsaugą (42 str.), privačios nuosavybės neliečiamybės, asmens ūkinės veiklos laisvės bei valstybės paramos visuomenei naudingoms veikloms (46 str.) sudarantys KKI ūkinės-komercinės veiklos pagrindą detalizuojami atskiruose teisės aktuose ir strateginėse plėtros gairėse.

5.1.5. KKI sektoriaus plėtros strateginės gairės

KKI reikšmė strateginiuose Lietuvos dokumentuose pirmą kartą sistemiškai įtvirtinta įgyvendinant Lietuvos Respublikos Vyriausybės 2006–2008 metų programą kultūros ministro patvirtintoje „Kūrybinių industrijų skatinimo ir plėtros strategijoje“²³. Ja buvo siekiama „numatyti sąlygas, būtinas efektyviai šalies gyventojų kūrybinį potencialą panaudojančiai kūrybinių industrijų sektoriaus plėtrai, šio sektoriaus indėlio į ūkį, žinių ekonomiką didinimui, kūrybinių industrijų produkcijos konkurencingumo šalyje bei užsienyje didinimui“. Strategijoje identifikuoti viešojo administravimo institucijoms priskirtini uždaviniai: kaupti, analizuoti ir skleisti informaciją apie sektoriaus raidą, kelti dirbančiųjų KKI sektoriuose kvalifikaciją bei kurti KKI plėtrai palankią aplinką. 2009 m. tobulinant strategiją buvo pakeistas vienas iš uždavinių, numatant „užtikrinti sistemiską kūrybiškumo skatinimą kultūros, švietimo ir mokslo bei ūkio srityse siekiant didinti kūrybinių industrijų dalį Lietuvos BVP bei Lietuvos gyventojų užimtumą vykdant kūrybines veiklas“. Iki 2012 m. dar buvo patvirtintos Lietuvos kultūros politikos kaitos gairės²⁴ bei KKI aktuali Regionų kultūros plėtros 2012 – 2020 metų programa. 2012 m. Seimas patvirtino Lietuvos pažangos strategiją „Lietuva 2030“²⁵, kuri formuluoja valstybės raidos iki 2030 m. viziją bei jos įgyvendinimo prioritetus ir kryptis. Pažangos strategijoje išskiriami strateginiai tikslai kurti sumanią visuomenę ir sumanią ekonomiką, kūrybiškumo ugdytas numatytas kaip vienas iš strateginių prioritetų. Siekiant įgyvendinti Lietuvos pažangos strategija „Lietuva 2030“ Vyriausybė patvirtino

²³ Žin., 2007, Nr. 39-1460; Žin., 2009, Nr 93 -3999.

²⁴ Žin., 2010, Nr. 80-4152.

²⁵ Žin., 2012, Nr. 61-3050.

2014–2020 metų nacionalinės pažangos programą, kurios vienas iš uždavinių - skatinti KKI plėtrą, su menu ir kultūra susijusias inovacijas, šių inovacijų tarpsektorinę plėtrą bei kultūros eksportą. Siekiant šio uždavinio įgyvendinimo išskiriamas poreikis skatinti kūrybiškumo infrastruktūros plėtrą, skatinti naujų produktų įsiliejimą į gamybą, gerinti prieinamumą prie kultūros ir meno produktų bei paslaugų, taip pat kurti finansines paskatas verslumui KKI srityse ugdyti, produkcijos sklaidai užsienyje užtikrinti, remiant naujų produktų bei paslaugų kūrimą, panaudojimą ir skatinant tarpsektorinį bendradarbiavimą. Pažymėtina, kad iki 2020 m. planuojama didesnę dėmesį skirti kultūros plėtrai ir kūrybiškumo ugdymui regionuose. Tai numato ir Regionų kultūros plėtros 2012–2020 metų programa²⁶, kuria siekiama „sudaryti sąlygas regionuose žmogaus kūrybinei raiškai ir visapusiškai asmenybės raidai, kultūros įvairovei, sklaidai ir prieinamumui, kaip regiono socialinės ir ekonominės pažangos pagrindui, ugdyti pilietinę savimonę, puoselėjant regionų išskirtinumą ir patrauklumą“. Neabejotinai tai atitinkamai atsispindės ir perskirstant valstybės paramą, kurios didesnė dalis bus nukreipta į KKI plėtrą regionuose.

KKI plėtra neatskiriama nuo nacionalinės strategijos inovacijų ir mokslo srityje. Lietuvos inovacijų plėtros 2014–2020 metų programoje²⁷ pabrėžiant KKI vaidmenį skirtingų sektorių plėtrai ir pažangai, numatoma „skatinti įvairių sektorių bendradarbiavimą, išnaudoti galimas sinergijas kuriant naujas prekes ir paslaugas, diegiant naujas technologijas įvairiose srityse – gamybos, transporto, žemės ūkio, energetikos ir kt.“. Įtrauki ir kūrybinga visuomenė bei informacinės bei ryšių technologijos yra taip pat ir tarp prioritetinių Vyriausybės patvirtintų MTEP ir inovacijų raidos (sumanios specializacijos) kryptių²⁸.

Nepaisant strateginiuose dokumentuose KKI skiriamo dėmesio ir jų reikšmės siekiant pažangios ir subalansuotos ekonominės plėtros, išlieka daug neaiškumų, kokiomis konkrečiomis KKI pritaikytomis priemonėmis bus siekiama strateginiuose dokumentuose įvardintų tikslų.

5.1.6. KKI verslo kūrimo ir plėtros sąlygos

Didžioji dalis KKI veikiančių įmonių yra labai mažos, mažos ar vidutinės įmonės, daugumoje jų dirba vos vienas ar du darbuotojai, kuriuos galima vadinti tiesiog versliais asmenimis ar versliais kultūros darbuotojais, dažnai jie dirba kaip laisvai samdomi darbuotojai, nebepriklausantys tradicinių visą darbo dieną dirbančių darbuotojų grupei²⁹, todėl KKI sektorių konkurencingumui ir

²⁶ Žin., 2011, Nr. 130-6189.

²⁷ Žin., 2013, Nr.140-7110.

²⁸ Žin., 2013 Nr.112-5582.

²⁹ Žr. preliminarious Kultūros ir kūrybinės pramonės verslininkystės aspekto studijos, kurią Europos Komisijos užsakymu 2010 m. atliko Utrechto meno mokykla, dokumentus: <http://cci.hku.nl/>. Europos Komisija, Žalioji knyga, Kultūros ir kūrybos sektorių potencialo išlaisvinimas. Briuselis, 2010.4.27, KOM(2010) 183 galutinis, p. 7.

augimui užtikrinti ypač svarbūs: teisinės verslo formos pasirinkimo reguliavimas, darbo teisinė, mokestinė aplinkos ir finansavimo išteklių prieinamumas. Pasaulio Banko 2014 m. atliktas „Doing Business 2015“ tyrimas Lietuvos verslo pradžios sąlygas įvertino 11 vieta. Tokį gerą rodiklį lėmė trumpa įmonės steigimo trukmė bei maži steigimo kaštai³⁰. Vis tik darbo teisinių santykių ir mokestinės teisinės aplinkos reguliavimas išlieka prie problematiškiausių ir daugiausia problemų verslo subjektams keliančių sričių.

5.1.7. Verslo teisinės formos pasirinkimo ir steigimo sąlygos

Lietuvos Respublikos Konstitucijos 46 str. įtvirtinti privačios nuosavybės neliečiamumo ir asmens ūkinės veiklos laisvės ir iniciatyvos principai įgyvendinami sudarant sąlygas asmenims vykdyti ūkinę-komercinę veiklą steigiant ir vykdant šią veiklą per verslo subjektą - įmonę, tiek ir jos nesteigiant ir vykdant veiklą kitais įstatymų nustatytais pagrindais. Populiariausios šiuo metu Lietuvos Respublikoje leidžiamos KKI srityje veikiančių subjektų įmonės yra: uždarnosios akcinės bendrovės, mažosios bendrijos, individualios įmonės³¹. Fiziniai asmenys taip pat turi teisę verstis ūkine-komercine veikla neįsteigę juridinio asmens, užsiimdami individualia veikla, nebent teisės aktai nenustato, kad tam tikros rūšies veiklą gali vykdyti tik juridiniai asmenys. Lietuvos Respublikos gyventojų pajamų mokesčio įstatyme³² individuali veikla apibrėžiama, kaip „savarankiška veikla, kuria versdamasis gyventojas siekia gauti pajamų ar kitokios ekonominės naudos per tęstinį laikotarpį“ (2 str. 7 d.). Gyventojai individualią veiklą gali vykdyti arba nustatyta tvarka įregistruojant individualią veiklą, arba pagal verslo liudijimą, kuris išduodamas tik veikloms numatytoms Vyriausybės patvirtintame sąraše³³.

Analizuojant KKI veiklos teisinės formas pirmiausia paminėtinas 2012 m. priimtas Lietuvos Respublikos mažųjų bendrijų įstatymas, kuris sudaro sąlygas pasirinkti naują įmonių teisinę formą – mažąją bendriją. Mažoji bendrija - tai yra ribotos civilinės atsakomybės juridinis asmuo, kurio nariais gali būti tik fiziniai asmenys ir kurių negali būti daugiau kaip 10. Juridinio asmens teisinė forma, grindžiama asmeninėmis savybėmis pagrįsto bendradarbiavimo principu. Vienas iš svarbiausių šios įmonės formos pasirinkimo motyvų yra tai, kad netaikomas minimalaus kapitalo reikalavimas bei nustatyta supaprastinta valdymo tvarka: su mažosios bendrijos vadovu sudaroma civilinė (paslaugų) sutartis, taip pat mažosios bendrijos nariui sudaromos galimybės kaip avansu

³⁰ Interaktyvus šaltinis, prieiga per internetą:

<http://www.doingbusiness.org/data/exploreeconomies/lithuania/starting-a-business>.

³¹ Įstatymai laiduoja ir kitų įmonių formų pasirinkimą pvz. kooperatinę bendrovę, Europos bendrovę, Europos kooperatinę bendrovę, Europos ekonominių interesų grupę, tačiau jų populiarumas nėra didelis, todėl toliau detaliau nebus nagrinėjamos.

³² Žin., 2002, Nr. 73-3085

³³ Žin., Nr. 112-4992, 2013, Nr. 136-6920.

išmokamą pelną gauti mažosios bendrijos lėšų savo asmeniniams poreikiams ir mažosios bendrijos pelno dalį už trumpesnę negu finansiniai metai laikotarpį. Ši įmonės forma patraukli KKI srityse plėtojant labai mažą verslą – tokį, kuriame dirba iki 10 darbuotojų ir kuriam įstatinio kapitalo reikalavimas gali būti kliūtis verslui steigti. Vis tik ši teisinė forma turi ir tam tikrų trūkumų, kurie susiję su neaiškumais dėl mokesstinės šių įmonių reguliavimo teisinės aplinkos. Nuo 2014 m. sausio 1 d. turėjusios įsigaliooti 2011 m. gruodžio 13 d. Lietuvos Respublikos valstybinio socialinio draudimo įstatymo 4, 7, 8, 16, 19 straipsnių pakeitimo įstatymo 2 straipsnio 3 dalies nuostatos³⁴, kurios numato, kad mažųjų bendrijų nariams bus privaloma mokėti VSD įmokas nuo minimalios mėnesinės algos buvo nukeltos iki 2015 m. sausio 1 d. Jeigu įstatymo pakeitimu minėtų nuostatų įsigaliojimas nebus atidėtas arba jos nebus panaikintos, tokiu atveju tikėtina, kad tai ne tik sumažins šios teisinės formos pasirinkimo patrauklumą, bet ir dalis tokių įmonių gali pakeisti teisinę formą arba paprasčiausiai nutraukti veiklą.

2003 m. priimtas Individualių įmonių įstatymas³⁵ sudaro sąlygas steigti individualią įmonę. Nors ši teisinė verslo forma vis dar yra viena populiariausių Lietuvoje, jos populiarumas nuolat mažėja dėl vienos paprastos priežasties - tai neribotos civilinės atsakomybės privatusis juridinis asmuo, kurio savininkas už įmonės prievoles atsako visu savo turtu. Individualios įmonės steigėju ir savininku gali būti tik vienas fizinis asmuo, kuris negali būti kitos individualios įmonės savininku. Nors individualios įmonės vadovu gali būti ir kiti asmenys, dažniausiai įmonės savininkas yra ir įmonės vadovas. Kai individualios įmonės vadovu paskiriamas kitas asmuo, su juo sudaroma darbo arba paslaugų sutartis. Individuali įmonė patraukli dėl valdymo paprastumo, nėra įstatinio kapitalo reikalavimo, tačiau dėl neribotos civilinės atsakomybės - rekomenduotina tik nerizikinga veikla užsiimantiems subjektams.

Civilinis kodeksas ir Akcinių bendrovių įstatymas nustato uždaruųjų akcinių bendrovių ir akcinių bendrovių steigimo ir valdymo sąlygas. Šiems ribotos civilinės atsakomybės juridiniams asmenims įstatymas nustato minimalaus įstatinio kapitalo reikalavimus: akcinėms bendrovėms jis turi būti ne mažesnis kaip 150 tūkstančių litų, o uždarosioms akcinėms bendrovėms – ne mažiau kaip 10 tūkstančių litų. Akcinės bendrovės akcijos gali būti platinamos bei jomis prekiaujama viešai, vadovaujantis vertybinių popierių rinką reglamentuojančiais teisės aktais, akcininkų skaičius neribojamas. Uždarosios akcinės bendrovės taip pat gali turėti daugiau savininkų, tačiau jų skaičius negali viršyti 250. Akcinės bendrovės ir uždarosios akcinės bendrovės turto savininkai turi tiek įtakos, kiek jiems priklauso balsavimo teisę suteikiančių bendrovės akcijų, jos skirtingai negu mažosios bendrijos, suteikia galimybę pritraukti investuotojus parduodant dalį įmonės akcijų. Nors įstatinio kapitalo reikalavimas ir riboja šių įmonių pasirinkimą, tačiau šių teisinių formų specifi-

³⁴ Žin., 2011, Nr. 160-7561, susiję pakeitimai Žin., 2012, Nr. 83-4349.

³⁵ Žin., Nr. 112-4991.

lemia didesnes galimybes pritraukti investicijų bei derėtis dėl palankesnių verslo finansavimo sąlygų.³⁶

Viešoji įstaiga vadovaujantis Lietuvos Respublikos viešųjų įstaigų įstatymu³⁷ yra pelno nesiekiantis ribotos civilinės atsakomybės viešasis juridinis asmuo, kurio tikslas – tenkinti viešuosius interesus vykdant švietimo, mokymo ir mokslinę, kultūrinę, sveikatos priežiūros, aplinkos apsaugos, sporto plėtojimo, socialinės ar teisinės pagalbos teikimo, taip pat kitokią visuomenei naudingą veiklą (2 str. 1 d.). Šiems subjektams įstatymai leidžia vykdyti ūkinę-komercinę veiklą, tačiau ji turi neprieštarauti įstatymams ir atitinkamos įstaigos tikslams. Viešosios įstaigos formos pasirinkimą KKI veikloms vykdyti lemia ne tik šiose srityse veikiančių subjektų veiklos specifika, tačiau ir galimybė pasinaudoti mokestinėmis lengvatomis, gauti paramą iš fizinių ir juridinių asmenų. Viešųjų įstaigų įstatymas dėl šių juridinių asmenų specifinės visuomeninės paskirties numato tam tikrus ribojimus dėl įstaigos pelno paskirstymo, kuris gali būti naudojamas tik įstatuose nustatytiems veiklos tikslams siekti, negali būti skiriamas dalininkams, organų nariams ir darbuotojų premijoms išmokėti ir veiklos ribojimus, kurie susiaurina ne tik tokių subjektų galimų veiklų sąrašą, tačiau ir jų plėtros galimybes.

5.1.8. Darbo teisiniai santykiai Lietuvoje

Kultūrinėse ir kūrybinėse industrijose labiau negu kitose industrijose būdingos netradicinės darbo santykių formos³⁸. Darbas šiose srityse dažnai vyksta individualios veiklos pagrindais su verslo liudijimu arba be jo, teikiant paslaugas pagal autorines, atlygintinų paslaugų sutartis, dirbant pagal terminuotą darbo sutartį. KKI taip pat didelė dalis dirbančių ne pilną darbo dieną bei dirbančių keliose skirtingose organizacijose. Dėl šios priežasties darbo santykių lankstumas yra viena iš svarbiausių KKI plėtros ir konkurencingo augimo sąlygų. Darbo teisiniai santykiai Lietuvoje dėl griežto reglamentavimo yra viena iš sričių, kuri investuotojams kelia didelį susirūpinimą³⁹. Darbo kodeksas numato ribotą darbo sutarčių rūšių sąrašą: neterminuotas, terminuotas, trumpalaikes, sezonines, dėl antraeilių pareigų, nuotolinio darbo sutartis. Nors

³⁶Žr. Interaktyvus šaltinis, prieiga per internetą: <http://osp.stat.gov.lt/web/guest/statistiniu-rodikliu-analize?portletFormName=visualization&hash=ce181345-5f41-48d4-930d-58d39e6ed740>

³⁷ Žin., 1996, Nr. 68-1633, 2004, Nr. 25-752, TAR 2014-10454.

³⁸Dervojeđa K., Nagtegaal F., Lengton M., Creative industries. Analysis of industry – specific framework conditions relevant for the development of world - class clusters, 2013, p. 54.
http://www.emergingindustries.eu/Upload/CMS/Docs/Creative_industries_FCs.pdf

³⁹ Investors' Forum, Lietuvos investuotojų pasitikėjimo indeksas, IV ketvirtis, 2014. Interaktyvus šaltinis, prieiga per internetą: http://www.investorsforum.lt/files/LIPI%20ICIL/LIPI_2014_IVketvirtis.pdf. Tą taip pat patvirtina ir Pasaulio ekonomikos forumo atlikto tyrimo duomenys, pagal kuriuos tarp 144 šalių pasaulio šalių Lietuva pagal įdarbinimo ir atleidimo iš darbo tvarką užima - 125, mokesčių poveikį skatinimui dirbti - 124, atleidimo iš darbo išlaidas – 112 vietą. Interaktyvus šaltinis, prieigas per internetą: http://www3.weforum.org/docs/WEF_GlobalCompetitivenessReport_2014-15.pdf.

įstatymas ir leidžia sudaryti kitas darbo sutartis, tokio pasirinkimo ir taikymo galimybės vadovaujantis DK 117 str. yra labai ribotos. Platesnis terminuotų darbo sutarčių taikymas taip pat ribotas: Darbo kodekse įtvirtintas imperatyvas neleidžiantis sudaryti terminuotos darbo sutarties, jeigu darbas yra nuolatinio pobūdžio, išskyrus įstatymų ar kolektyvinės sutarties nustatytus atvejus (109 str. 2 d.). Nuo 2015 m. rugpjūčio 1 d. nustos galioti lengvata nustatanti galimybę sudaryti terminuotą darbo sutartį, kai darbuotojas priimamas į naujai steigiamą darbo vietą. Ribotos šios sutarčių rūšies taikymo sąlygos ne tik neskatina organizacijų kurti naujų darbo vietų ypač tokiose srityse, kaip KKI, kuriose dėl veiklos dinamiškumo ir mišraus specialistų poreikio gali būti sudėtinga formuoti ilgalaikę personalo politiką, tačiau ir riboja galimybes išsaugoti esamas darbo vietas, pasikeitus rinkos sąlygoms. Todėl tikslinga svarstyti siūlymus ne tik numatyti galimybę sudaryti naujų rūšių, įvairesnes darbo sutartis, kaip pvz., pagal iškvietimą, „job-sharing“, „zero-hour“ ir pan.⁴⁰, tačiau taip pat keisti terminuotų sutarčių reglamentavimą bei lengvinti jų sudarymo ir pratęsimo galimybes.

Siekiant patenkinti laikinų darbuotojų poreikį, įmonės gali pasinaudoti 2011 m. priimto Įdarbinimo per laikinojo įdarbinimo įmones įstatymo⁴¹ pagrindu vykdoma laikino įdarbinimo paslauga. Šiuo įstatymu, kuriuo buvo perkeltos į nacionalinę teisę direktyvos 2008/104/EB dėl darbo per laikinojo įdarbinimo įmones susiklosto dvipusiai santykiai: laikinojo įdarbinimo įmonei sudarius darbo sutartį su darbuotoju tarp šalių atsiranda darbo santykiai, tuo tarpu laikinojo įdarbinimo įmonei ir darbdaviui sudarius laikinojo įdarbinimo sutartį atsiranda civiliniai teisiniai santykiai. Įstatymas nustato, kad laikinojo darbo sutartis gali būti tiek terminuota, tiek neterminuota, tačiau be įprastinės darbo sutartyse numatomų sąlygų papildomai turi būti numatoma: laikinojo darbuotojo iškvietimo ir siuntimo dirbti darbo naudotojui ir atšaukimo iš darbo, dirbto darbo naudotojui, tvarka, darbo užmokesčio dydis ir mokėjimo tvarka, darbo užmokesčio, mokamo už laikotarpį tarp siuntimų dirbti darbo naudotojui, dydis ir mokėjimo tvarka.

Darbo kodekse įtvirtintos sąlygos dėl darbuotojų atleidimo iš darbuotojų pusės vertintinos kaip suteikiančios minimalią jų teisių apsaugą, tačiau iš darbdavio pusės - tai ilgas ir brangus procesas, kuris mažina darbo santykių lankstumą. DK 129 str. 1 d. yra įtvirtinta bendra taisyklė, kad darbdavys darbuotoją gali atleisti tik dėl svarbių priežasčių ir įspėjęs jį ne vėliau kaip prieš du

⁴⁰ Lietuvos Respublikos socialinės apsaugos ir darbo ministerija, Darbo santykių ir valstybinio socialinio draudimo teisinis-administracinis modelis. Uždavinyš Nr. 1-1 „Užimtumo didinimo priemonių tyrimas“, Galutinė ataskaita, 2014, p. 13. Interaktyvus šaltinis, prieiga per internetą: <http://www.socmodelis.lt/wp-content/uploads/1-1-dalis-GALUTINE.pdf>.

⁴¹ Žin., 2011, Nr. 69-3287.

mėnesius⁴². Papildomos rizikos susijusios su įdarbinimo kaštais ir sudėtingos sąlygos jį atleisti riboja darbdavio sprendimus priimti į darbą naujus darbuotojus. O tai riboja ir įmonių plėtrą.

Darbo kodekse įtvirtintas viršvalandinio darbo reguliavimas taip pat mažina darbo santykių lankstumą. Nors po 2010 m. Darbo kodekso pakeitimų viršvalandinis darbas Lietuvoje nėra draudžiamas, tačiau jų taikymas ypač ribotas: reikalingas ne tik rašytinis darbuotojo sutikimas, jeigu viršvalandinis darbas skiriamas DK 151 str. nenumatytais atvejais, tačiau taip pat neviršyti Darbo kodekso įtvirtintos apimties - šimto dvidešimties valandų arba šimto aštuoniasdešimt valandų per metus, jeigu tai numatyta kolektyvinėje sutartyje. Toks ribojimas dažnai neturi tinkamo paaiškinimo ir tam tikrose kūrybinės veiklos srityse vertintinas kaip rimtas veiklos ribojimas.

5.1.9. Mokestinė aplinka

Palanki mokestinė aplinka yra viena iš svarbiausių KKI subjektų – ypač labai mažų ir mažų sėkmingos veiklos prielaidų. Standartinis juridiniams asmenims taikomas pelno mokesčio tarifas Lietuvoje yra 15%. Ne pelno siekiančios įmonės, kurių bendrosios pajamos neviršija 1 mln. litų per mokestinius metus ir kurios vidutinis darbuotojų skaičius ne didesnis kaip 10 žmonių, turi teisę taikyti 5% pelno mokesčio tarifą. Pelno nesiekiančių vienetų, kurių mokestinio laikotarpio pajamos iš ūkinės komercinės veiklos neviršija 1 milijono litų, apmokestinamojo pelno dalis, atitinkanti 25 tūkst. litų sumą, apmokestinama taikant 0% mokesčio tarifą, o likusi apmokestinamojo pelno dalis - taikant 15% mokesčio tarifą. 0% mokesčio tarifas taikomas ir socialinių įmonių pelno apmokestinimui. Pelno mokesčių įstatymas leidžia įmonėms sumažinti apmokestinamąjį pelną dėl vykdomo investicinio projekto (Pelno mokesčio įstatymo 461 str.). Jis gali būti sumažintas iki 50% faktiškai patirtų išlaidų skirtų investicijoms į tam tikrų grupių ilgalaikį turtą, įskaitant kompiuterines ir programines įrangas, ryšių priemones ir įgytas teises. Ši mokestinė lengvata, kuri taikoma 2009-2018 metų mokestiniams laikotarpiams nustato ir tam tikrus apribojimus: įsigytas turtas turi būti nenaudotas ir pagamintas ne anksčiau kaip prieš 2 metus bei, kaip taisyklė, naudojamas veikloje, ne trumpiau kaip 3 metus. Šia mokestine lengvata siekiama sudaryti palankesnes sąlygas plėsti įmonių veiklą, didinti jų produktyvumą, efektyvumą, konkurencingumą investuojant pelną į įmonės materialinės bazės atnaujinimą.

2014 m. sausio 1 d. įsigaliojo Kino gamybą skatinanti pelno mokesčio lengvata⁴³. Lietuvos vienetas ar užsienio vienetas, per nuolatinę buveinę Lietuvoje neatlygintinai suteikęs lėšų filmo arba

⁴² Tais atvejais, kai darbo sutartis nutraukiama su darbuotojais, kuriems iki teisės gauti visą senatvės pensiją liko ne daugiau kaip penkeri metai, asmenimis iki aštuoniolikos metų, neįgaliaisiais, darbuotojais, auginančiais vaikų iki keturiolikos metų, ji gali būti nutraukta tik ypatingais atvejais, jeigu darbuotojo palikimas darbe iš esmės pažeistų darbdavio interesus bei įspėjus tokius darbuotojus apie atleidimą prieš keturis mėnesius.

jo dalies gamybai Lietuvos Respublikoje turi teisę šių lėšų suma iki 75 procentų sumažinti pelno mokestį, apskaičiuotą už tą mokestinį laikotarpį, kurį buvo gauta investicijos. Norint pasinaudoti šia lengvata filmas turi atitikti Lietuvos Respublikos Vyriausybės ar jos įgaliotos institucijos nustatytus kultūrinio turinio ir gamybos vertinimo kriterijus, ne mažiau kaip 80 procentų visų filmo ar jo dalies gamybos išlaidų, kurios turi būti ne mažesnės kaip 150 000 litų turi būti patiriamos Lietuvos Respublikoje ir bendra visų Lietuvos vienetų ar užsienio vienetų per jų nuolatinės buveinės Lietuvos Respublikoje neatlygintinai suteiktų lėšų suma turi neviršyti 20 procentų visų filmo ar jo dalies gamybos išlaidų (Pelno mokesčio 17² str.). Pelno mokesčio įstatymas numato ribojimus, kokios panaudotos lėšos negali būti atimamos iš apmokestinamųjų pajamų – tai lėšos panaudotos konsultacijų dėl paraiškos rengimo išlaidoms, paraiškos parengimo išlaidoms, parengiamųjų filmo darbų išlaidoms, filmo reklamos, rinkodaros išlaidoms, filmo platinimo išlaidoms, vaidmenų atlikėjams mokamam atlygiui – suma, viršijanti 4 procentus visų filmo ar jo dalies gamybos išlaidų ir kt. Ši mokestinė lengvata, sudaranti sąlygas kino pramonės plėtrai ir konkurencingumui, bei leidžianti pritraukti užsienio kino gamintojus, turėtų galioti iki 2018 m. gruodžio 31 d.

Pridėtinės vertės mokestis paskutinį kartą Lietuvoje buvo keistas 2009 metų rugsėjo 1 d. ir pagal galiojantį Pridėtinės vertės mokesčio įstatymą⁴⁴ standartinis tarifas yra 21%. Vertinant bendrame Europos Sąjungos kontekste – jis yra šiek tiek mažesnis negu standartinio PVM tarifo vidurkis valstybėse narėse⁴⁵. Fiziniai ir juridiniai asmenys privalo užsiregistruoti PVM mokėtojais, jei jų pajamos iš ekonominės veiklos per 12 mėn. laikotarpį viršija 155 tūkst. litų (44 891 eurus). Pridėtinės vertės mokesčio įstatyme nustatomos ir lengvatinio 9% PVM tarifo taikymo sąlygos. Toks tarifas gali būti taikomas: knygoms ir neperiodiniams informaciniams leidiniams, laikraščiams, žurnalams ir kitiems periodiniams leidiniams, išskyrus erotinio ir/ar smurtinio pobūdžio arba profesinės etikos nesilaikančius leidinius arba spausdintą produkciją, kurioje mokama reklama sudaro daugiau kaip 4/5 viso leidinio ploto. Nuo 2015 m. sausio 1 d. lengvatinis 9% PVM tarifas bus taikomas už suteiktas apgyvendinimo paslaugas pagal turizmo veiklą reglamentuojančius teisės aktus (PVM įstatymo 19 str. 3 d.) ir sudaryti palankesnes sąlygas turizmo sektoriaus plėtrai.

⁴³ Žin., 2013, Nr. 68-3407.

⁴⁴ Žin., 2002, Nr. 35-1271, 2013, Nr. 101-4978.

⁴⁵ 2014 m. liepos 1 d. duomenimis standartinio PVM tarifų vidurkis sudarė 21,5%. Mažesnę už Lietuvos standartinį PVM tarifą turėjo Bulgarija (20%), Vokietija (19%), Estija (20%), Prancūzija (20%), Kipras (19%), Liuksemburgas (15%), Malta (18%), Austrija (20%), Slovakija (20%), Jungtinė Karalystė (20%). Žr. European Commission, VAT Rates Applied in the Member States of the European Union. Interaktyvus šaltinis Prieiga per internetą: http://ec.europa.eu/taxation_customs/resources/documents/taxation/vat/how_vat_works/rates/vat_rates_en.pdf.

Lietuvos Respublikos laisvųjų ekonominių zonų pagrindų įstatymas⁴⁶ numato galimybes sukurti tam tikras ūkinei-komercinei ir finansinei veiklai skirtas teritorijas, kuriose gali būti plėtojama prekybos, gamybos, importo ir eksporto, verslo ar kita Lietuvos Respublikos įstatymų nedraudžiama veikla ir kurioje veikiantiems ūkio subjektams sudaromos išskirtinės veiklos sąlygos: pelno mokesčio įstatymo nustatytais atvejais ir tvarka nėra apmokestinami laisvojoje ekonominėje zonoje gauti dividendai, taip pat zonos įmonės, į kurias kapitalo investicijos pasiekė ne mažesnę kaip vieno milijono eurų sumą, 6 mokestinius laikotarpius, pradedant tuo mokestiniu laikotarpiu, kurį ši investicijų suma buvo pasiekta yra atleidžiama nuo pelno mokesčio prievolės, o kitais 10 mokestinių laikotarpių jai taikomas 50 procentų sumažintas pelno mokesčio tarifas. Pastaroji lengvata taikoma, kai ne mažiau kaip 75 procentus atitinkamo mokestinio laikotarpio zonos įmonės pajamų sudaro įstatyme įvardintos veiklos. Į šį veiklų sąrašą taip pat patenka kompiuterių programavimo veiklos, kompiuterių konsultacinės veiklos, kompiuterinės įrangos tvarkybos, kitos informacinių technologijų ir kompiuterių paslaugų veiklos, duomenų apdorojimo, interneto serverių paslaugų (prieglobos) ir susijusios veiklos, užsakomųjų informacinių paslaugų centrų veiklos. Tokiose zonose veikiančioms įmonėms gali būti taikomos ir kitos mokesčių lengvatos tokios kaip atleidimas nuo nekilnojamojo turto mokesčio.

5.1.10. Intelektinės nuosavybės apsauga

Intelektinės nuosavybės apsauga yra viena iš inovacijų plėtros sąlygų ir Europos Sąjungos prioritetų⁴⁷. Informacijos skaitmeninimas ir augantis jos viešas prieinamumas internetu daro svarų poveikį visoms KKI sritims, tačiau įstatymai garantuodami efektyvią intelektinės nuosavybės apsaugą ir tinkamą atlygio sistemą už autorių kūrinį panaudojimą turi neužkirsti kelio inovacijų plėtrai. KKI sektoriams svarbi tiek autorių ir gretutinių teisių, tiek pramoninės nuosavybės apsauga, tačiau ne vienoda apimtimi, nes dažnai dėl atvirų inovacijų praranda savo paskirtį ir reikšmę. 2003 m. priimtas Autorių teisių ir gretutinių teisių įstatymą (toliau – ATGTĮ) iki 2014 m. lapkričio mėn. buvo keistas jau šešis kartus. 2006 m. ATGTĮ pakeitimais⁴⁸ nustatė aiškesnes meno kūrinio ir rankraščio originalo perpardavimo teises ir autorinio atlyginimo apskaičiavimo sąlygas, buvo patikslintos autorinių sutarčių sąlygos, techninės apsaugos priemonės ir teisių gynimo būdai. 2010 m. priimti ATGTĮ pakeitimais⁴⁹ nustatė aiškesnius autorių teisių ir gretutinių teisių kolektyvinio

⁴⁶ Žin., 1995, Nr. 59-1462, 2011, Nr. 164-7803.

⁴⁷ European Patent Office, Office for Harmonization in the Internal Market, Intellectual property rights intensive industries: contribution to economic performance and employment in the European Union. Industry-Level Analysis Report, September 2013.

⁴⁸ Žin., 2006, Nr. 116-4400.

⁴⁹ Žin., 2010, Nr. 13-621.

administravimo asociacijų veiklos ir priežiūros principus, o 2011 m.⁵⁰ – patikslinta kompensacinio atlyginimo autoriams už kūrinių atgaminimą asmeniniams tikslams administravimo tvarka. 2014 m. priimti ATGTĮ pakeitimai⁵¹ skirti nustatyti ilgesnius gretutinių teisių apsaugos terminus bei papildomas atlikėjų teisių apsaugos garantijas.

ATGTĮ 4 str. 2 d. pateiktas nebaigtinis autorių teisių objektų, kuriems taikoma teisės aktuose įtvirtinta apsauga sąrašas, tarp kurių patenka audiovizualiniai, architektūros, muzikos, fotografijos kūriniai, išvestiniai kūriniai, sukurti pasinaudojus kitais literatūros, mokslo ir meno kūriniais. Autorių ir gretutinių teisių objektai Lietuvoje nėra registruojami, jų teisių apsauga yra taikoma sukūrus (atlikus) atitinkamą kūrinį. ATGTĮ atskirai nustato subjektų ratą, kuriems priklauso autorių teisės į audiovizualinį kūrinį – tai režisierius, scenarijaus autorius, dialogo autorius, dailininkas, operatorius ir muzikos (su tekstu arba be teksto), sukurtos specialiai šiam audiovizualiniam kūriniiui, autorius. Anksčiau sukurtų kūrinių, kurie yra perdirbti arba įtraukti į audiovizualinį kūrinį, autoriai turi autorių teises į savo kūrinius. Nors bendroji ATGTĮ 15 str. 2 d. įtvirtinta taisyklė draudžia bet kokį kūrinio originalo ar jo kopijų panaudojimą be autoriaus, jo teisių perėmėjo ar jo tinkamai įgalioto asmens leidimo, įstatyme numatytos išimtyss dėl kūrinių atgaminimo ir kopijavimo asmeniniais nekomerciniais tikslais. Įstatymas leidžia fiziniams asmenims išimtinai savo asmeniniam naudojimui nekomerciniais tikslais atgaminti vieną viešai paskelbtą kūrinį arba jo dalį. Tačiau šiai teisei įstatymas nustato tam tikrus ribojimus, nustatant kūrinių rūšis, kurioms šios nuostatos netaikomos - draudžiama atgaminti architektūros kūrinius pastatų ar kitokių statinių pavidalu, ribojamas kompiuterių programų ir elektroninės duomenų bazių atgaminimas, nuostatos taip pat netaikomos reprografijos būdu viso knygos teksto ar didesnės jo dalies arba muzikos kūrinio natų atgaminimui. Įgyvendinant šią fiziniams asmenims laiduojamą teisę autoriai patiria žalą, todėl ATGTĮ nustato kompensacinio atlyginimo mechanizmą, pagal kurį įstatyme patvirtinti specialūs tarifai mokėtini už įvežtus ir Lietuvoje prekiaujamus atgaminti asmeniniam naudojimui skirtus įrenginius, tuščias analogines ir skaitmenines garso ir audiovizualines laikmenas ir reprografinius įrenginius. Kompensacinį atlyginimą įstatyme nustatytiems autoriams Vyriausybės nustatyta tvarka surenka, paskirsto ir moka Vyriausybės įgaliotos institucijos patvirtintos kolektyvinio administravimo asociacijos.

Didžioji dalis teisės nuostatų dėl autorių teisių apsaugos jau yra suvienodintos Europos Sąjungos mastu, naujos iniciatyvos šioje srityje taip pat ateina iš Europos Sąjungos. Vienas iš paskutiniųjų pavyzdžių 2014 m. vasario 26 d. priimta Direktyva 2014/26/ES dėl kolektyvinio autorių teisių ir gretutinių teisių administravimo ir daugiateritorių licencijų naudoti muzikos

⁵⁰ Žin., 2012, Nr. 6-177.

⁵¹ TAR Nr. 2014-05732.

kūrinius internete teikimo vidaus rinkoje, kurią Lietuva turės perkelti į nacionalinę teisę iki 2016 m. balandžio 10 d.

Ne mažiau KKI sektoriuose veikiantiems subjektams aktuali pramoninės nuosavybės apsauga – ypač prekių ženklų ir dizaino apsauga. Prekių ženklų apsaugą garantuoja 2000 m. įsigaliojęs Prekių ženklų įstatymas⁵². Lietuva taip pat yra 1987 m. Madrido sutarties dėl tarptautinės ženklų registracijos protokolo dalyvė. Ši sutartis atveria galimybes Lietuvoje turėti tarptautinę ženklo registraciją, suteikiant prekės ženklui tokią pačią kaip ir Prekių ženklų įstatymo laiduojama nacionalinė ženklo apsauga. Harmonizuojant prekių ženklų apsaugą Europos Sąjungoje buvo priimta – 1988 m. gruodžio 21 d. Pirmoji Tarybos direktyva Nr. 89/104/EEB valstybių narių įstatymams, susijusiems su prekių ženklais, suderinti (2008 m. spalio 22 d. Europos Parlamento ir Tarybos direktyva 2008/95/EB valstybių narių teisės aktams, susijusiems su prekių ženklais, suderinti (kodifikuota redakcija))⁵³ ir 1993 m. gruodžio 20 d. Tarybos reglamentas (EB) Nr. 40/94 dėl Bendrijos prekių ženklo (2009 m. vasario 26 d. Tarybos reglamentas (EB) Nr. 207/2009 dėl Bendrijos prekių ženklo (kodifikuota redakcija))⁵⁴. Pastarasis suteikia galimybę registruoti Bendrijos prekių ženklą, galiojantį ir atitinkamą apsaugą garantuojantis visose Europos Sąjungos valstybėse narėse. Lietuvoje prekių ženklai yra registruojami LR prekių ženklų registre, kurį tvarko Valstybinis patentų biuras, tačiau paraišką dėl Bendrijos prekių ženklo įregistravimo galima pateikti tiek per Valstybinį patentų biurą, tiek tiesiogiai Vidaus rinkos derinimo tarnybai.

Dizaino teisinės apsaugos principai įtvirtinti 2002 m. priimtame Dizaino įstatyme⁵⁵. Šis įstatymas suteikia teisinę apsaugą tik tokiam dizainui, kuris yra naujas, turi individualių savybių bei yra registruotas Lietuvos Respublikos dizaino registre. Dizaino įstatymo 12 str. numato, kad dizaineris, sukūręs dizainą, turi asmenines neturtines teises ir teisę registruoti dizainą savo vardu. Įstatymas leidžia perleisti teisę registruoti dizainą tretiesiems asmenims. Asmuo, kurio vardu yra įregistruotas dizainas, turi išimtinės teises „dizainą naudoti, leisti arba drausti kitiems asmenims be jo leidimo gaminti, siūlyti parduoti, parduoti, pateikti į rinką, importuoti, eksportuoti, kaupti ir naudoti bet kokius gaminius ar jų dalis“ (36 str. 1 d). 2001 m. gruodžio 12 d. Tarybos reglamentas Nr. 6/2002/EB dėl Bendrijos dizainų⁵⁶ sudaro sąlygas garantuoti dizaino apsaugą Europos Sąjungos mastus. Įstatymas numato ir tarptautinės dizaino apsaugos galimybę pagal Pasaulinės intelektinės nuosavybės organizacijos Tarptautinio biuro tarptautiniame registre pagal Hagos susitarimo dėl pramoninio dizaino tarptautinės registracijos Ženevos aktą, priimtą 1999 m. liepos 2 d.

⁵² Žin., 2000, Nr. 92-2844

⁵³ OL 2008 L 299, p. 25

⁵⁴ OL 2009 L 78, p. 1.

⁵⁵ Žin., 2002, Nr. 112-4980, 2012, Nr. 135-6871.

⁵⁶ OL 2002 L 3, p. 1.

5.1.11. Sektoriaus plėtros finansavimo priemonės

Smulčio ir vidutinio verslo plėtros įstatymas⁵⁷ (toliau – SVVPĮ) nustato, kad numatant priemones verslo paramai teikti prioritetas turi būti teikiamas labai mažoms įmonėms, mažoms įmonėms ir verslininkams, atitinkantiems šio įstatymo 3 straipsnio 2 ar 3 dalyje nustatytas sąlygas, kurias atitinka ir didelė dalis KKI veikiančių verslo subjektų. Valstybės parama smulčio ir vidutinio verslo subjektams teikiama Lietuvoje pagal Vyriausybės smulčio ir vidutinio verslo plėtros programas ir pagal priemones, numatytas savivaldybės strateginiame plėtros ir (arba) savivaldybės strateginiame veiklos planuose. Smulčio ir vidutinio verslo subjektams gali būti taikomos šios valstybės paramos formos (SVVPĮ 6 str.):

1. Mokesčių lengvatos (jei jos nustatytos įstatymų), rinkliavų lengvatos;
2. teisės aktų nustatyta tvarka finansinė parama: lengvatinių paskolų teikimas, labai mažų paskolų teikimas, dalinis ar visiškas palūkanų dengimas, garantijų teikimas, kreditų draudimas, rizikos kapitalo investavimas, tam tikrų išlaidų (steigimo, tyrimų, garantijų mokesčių, kreditų draudimo įmokų, sertifikavimo (registravimo), atitikties įvertinimo ir kitų) kompensavimas, subsidijos darbo vietoms kurti;
3. viešųjų paslaugų verslui teikimas verslo inkubatoriuose, verslo informacijos centruose, mokslo ir technologijų parkuose ir kituose juridiniuose asmenyse, kurių steigimo dokumentuose nustatytas šių paslaugų teikimas;
4. Vyriausybės ar savivaldybių nustatytos kitos paramos formos.

Pažymėtina, kad valstybės parama verslo subjektams turi būti teikiama vadovaujantis Komisijos 2013 m. gruodžio 18 d. reglamento Nr. 1407/2013 dėl Sutarties dėl Europos Sąjungos veikimo 107 ir 108 straipsnių taikymo de minimis pagalbai⁵⁸ sąlygomis. Šis reglamentas nustato, kad „nereikšminga“ valstybės pagalba laikoma suma, kuri kaip taisyklė per trejus metus vienai įmonei neviršija 200 tūkstančių eurų. Ši riba taikoma nepriklausomai nuo pagalbos formos ar siekiamų tikslų. Ji taikoma dotacijoms, palūkanų subsidijoms, kapitalo injekcijoms, rizikos finansų priemonėms, garantijoms. Pagal šį reglamentą valstybė gali garantuoti penkeriems metams paskolos sumą iki 1 500 000 eurų ir tai bus laikoma subsidijos ekvivalentu neviršijančiu de minimis viršutinės ribos. Jei pagalba teikiama kitokia nei subsidijos forma, būtina nustatyti subsidijos ekvivalentą - pagalbos dydį, išreikštą pinigais. Šis reglamentas atveria galimybes plačiai taikyti de minimis pagalbos sumos neviršijančias dotacijas ir garantijas naujų verslų steigimui, verslo konkurencingumui ir augimui skatinti.

⁵⁷ Žin., 1998, Nr. 109-2993, 2007, Nr. 132-5354, 2013, Nr. 79-3991.

⁵⁸ OL 2013 L 352, p.1.

Šiuo metu paskolų garantijos ir palūkanų dalinis kompensavimas vykdomas per UAB „Investicijų ir verslo garantijos“ (INVEGA), kuri teikia garantijas Lietuvos Respublikos ir užsienio valstybių kredito įstaigoms ir finansinės nuomos (lizingo) bendrovėms. Savivaldybės, įgyvendindamos Lietuvos Respublikos vietos savivaldos įstatyme⁵⁹ numatytas funkcijas dėl sąlygų verslo ir turizmo plėtrai sudarymo taip pat aktyviai dalyvauja prioritinių verslo sričių finansavime per skatinimo fondus ir programas, kurių tikslai gali skirtis priklausomai nuo konkrečios savivaldybės numatomų verslo plėtros prioritetų.

Lietuvos Respublikos koncesijų įstatymas⁶⁰ atveria kelią viešojo ir privataus sektoriaus partnerystei. Vadovaujantis koncesijos sutartimi ir joje nustatytais sąlygomis suteikiančiosios institucijos koncesininkui pagal įstatymą suteikiamas leidimas vykdyti ūkinę komercinę veiklą, susijusią su infrastruktūros objektų projektavimu, statyba, plėtra, atnaujinimu, pakeitimu, remontu, valdymu, naudojimu ir (ar) priežiūra, teikti viešąsias paslaugas, valdyti ir (ar) naudoti valstybės, savivaldybės turtą (tarp jų eksploatuoti gamtos išteklius), kai koncesininkas pagal koncesijos sutartį prisiima visą ar didžiąją dalį su tokia veikla susijusios rizikos bei atitinkamas teises ir pareigas, o koncesininko atlyginimą už tokią veiklą sudaro tik teisės užsiimti atitinkama veikla suteikimas ir pajamos iš tokios veiklos ar tokios teisės suteikimas ir pajamos iš tokios veiklos kartu su atlyginimu, mokamu koncesininkui suteikiančiosios institucijos, atsižvelgiant į jos prisiimtą riziką.

Europos Komisija yra parengusi reglamento projektą, kuriame nustatomos tam tikros valstybės pagalbos rūšys suderinamos su vidaus rinka taikant SESV 107 ir 108 str. Šiame projekte pabrėždama garso ir vaizdo sektoriaus svarbą ir konkurenciją jo kuriamos produkcijos konkurencines sąlygas, produkcijai sukurti didelių investicijų poreikį, ribotas galimybes pritraukti papildomą kapitalą iš privačių investuotojų ir dideles veiklos rizikas, Komisija nustato specialius kriterijus, siekiant įvertinti valstybės pagalbos, teikiamos skirtingiems audiovizualinės produkcijos kūrimo ir sklaidos etapams būtinybę, proporcingumą ir tinkamumą. Didesnis pagalbos intensyvumas leidžiamas keliose valstybėse gaminamai produkcijai arba tai, kuri tikėtina bus platinama keliose valstybėse narėse. Šis dokumentas turėtų sumažinti formalias procedūras, atsisakant pareigos informuoti Komisiją teikiant pagalbą kultūros ir paveldo išsaugojimo bei audiovizualiniam sektoriams.

⁵⁹ Žin., 1994, Nr. 55-1049, Žin., 2008, Nr. 113-4290.

⁶⁰ Žin., 1996, Nr. 92-2141, 2003, Nr. 70-3163.

5.1.12. Subjektų veiklos administracinė priežiūra

Ūkio subjektų veiklos priežiūra Lietuvoje įgyvendinama pagal Viešojo administravimo įstatyme⁶¹ įtvirtintus principus. Šis įstatymas nustato, kad ūkio subjektų veiklos priežiūra – tai veikla “skirta teikti metodinę pagalbą ūkio subjektams, prižiūrėti, kaip ūkio subjektai laikosi įstatymuose ir kituose teisės aktuose nustatytų reikalavimų, kontroliuoti, ar tinkamai tuos reikalavimus vykdo, ir įgyvendinti kitas priemones, užtikrinančias tinkamą teisės aktų reikalavimų laikymąsi ir mažinančias galimų pažeidimų skaičių”. Todėl ūkio subjektų veiklos priežiūra apima ne tik jų veiklos patikrinimus ir poveikio priemonių taikymą, tačiau ir ūkio subjektų konsultavimą bei kitų prevencinių veikslių, skirtų užkirsti kelią galimiems teisės aktų pažeidimams, atlikimą. Ūkio subjektų veiklos priežiūra turi būti vykdoma vadovaujantis minimalios ir proporcingos priežiūros naštos, nediskriminavimo, planavimo, viešumo, metodinės pagalbos teikimo, funkcijų atskyrimo principais, vis didesnę dėmesį skiriant verslo subjektų konsultavimui, o ne baudimui. 2011 m. rugsėjo 14 d. Vyriausybėje pasirašytoje Deklaracijoje dėl pirmųjų verslo metų⁶² devynios pagrindinės verslo priežiūrą atliekančios institucijos įsipareigojo verslo naujokus pirmaisiais jų veiklos metais ne bausti, o konsultuoti. Toks įsipareigojimas turėtų sumažinti neigiamą spaudimą asmenims Lietuvoje planuojantiems steigti verslą bei sudaryti palankesnes sąlygas priežiūros institucijų ir verslo subjektų bendradarbiavimui.

2010 m. Vyriausybės patvirtintas nutarimas dėl institucijų atliekamų priežiūros veikslių optimizavimo⁶³ numato priežiūros funkcijas įgyvendinančių įstaigų pertvarką, kuri turi (Institucijų atliekamų priežiūros funkcijų optimizavimo gairių aprašo 5 p.):

- sumažinti ūkio subjektams, institucijoms našta, tenkančią atliekant priežiūros funkcijas;
- priežiūros veiklą ir turimus ribotus išteklius skirti didžiausiems rizikos atvejams šalinti;
- mažinti Lietuvos Respublikos valstybės biudžeto asignavimų valdytojų skaičių;
- mažinti korupcijos sąlygas;
- užtikrinti, kad priežiūros reikalavimai būtų suprantami, lengvai ir patogiai prieinami prižiūrimiems ūkio subjektams;
- užtikrinti, kad priežiūros reguliavimo keitimas ar naujo reguliavimo įvedimas būtų prognozuojamas, viešas, koordinuojamas horizontaliai, reguliavimas įsigalioję laikantis dviejų datų taisyklės (teisės aktai įsigalioję ne dažniau nei 2 kartus per metus);
- keisti priežiūros institucijų misijos sampratą – akcentuoti metodinės pagalbos ūkio subjektams teikimo, kitų prevencinių priemonių, užkertančių kelią teisės aktų pažeidimams, įgyvendinimo svarbą;

⁶¹ Žin., 1999, Nr. 60-1945, 2006, Nr. 77-2975.

⁶² Interaktyvus šaltinis, prieiga per internetą: <http://www.ukmin.lt/lt/dokumentai/Deklaracija.pdf>.

⁶³ Žin., 2010, Nr. 53-2613.

- plėtoti veiksmingą priežiūros institucijų tarnybinį bendradarbiavimą;
- užtikrinti, kad ūkio subjektams nebūtų taikomas perteklinis ir nepagrįstas veiklos ir (ar) jos vykdymo priežiūros teisinis reguliavimas.

Igyvendinus šias optimizavimo gaires būtų atsisakyta nereikalingos administracinė naštos, kuri reikalauja didelių finansinių ir žmogiškųjų išteklių bei yra svarbi kliūtis labai mažų, mažų ir vidutinių įmonių plėtrai.

Apibendrinant kūrybinių industrijų teisinę aplinką Lietuvoje, daromos tokios esminės išvados:

1. KKI sektoriaus reguliavimas Europos Sąjungoje siekia užtikrinti ne tik sklandų vidaus rinkos funkcionavimą, bet ir sudaryti sąlygas gauti būtiną jų plėtrai finansavimą, dėl KKI sektorių svarbos Europos Sąjungos ekonomikos konkurencingumui, tvariam augimui ir naujų darbo vietų kūrimui, jų teigiamo poveikio kuriant naujas prekes ir paslaugas. 2014 – 2020 m. finansiniu laikotarpiu paprogramė „MEDIA“ pagrindiniais prioritetais įvardina ir finansinių išteklių paskirstymą numato audiovizualinio sektoriaus specialistų gebėjimams ir kompetencijoms ugdyti, plėtoti tinklus, prisitaikyti prie rinkos plėtros, išbandant naujus auditorijos formavimo metodus ir naujus verslo modelius. Joje taip pat numatoma ir atskira KKI sektorių garantijų priemonė, pagal kurią atrinkti finansiniai tarpininkai teiktų finansines garantijas, sudarančias palankesnes sąlygas šiuose sektoriuose veikiančioms labai mažoms, mažoms ir vidutinėms organizacijoms gauti jų plėtrai būtiną finansavimą. KKI sektoriams ne mažiau svarbios ir kitos Europos Sąjungos finansavimo priemonės, tačiau siekiant, kad Lietuvos verslo subjektai tinkamai pasinaudotų šių programų teikiamomis galimybėmis turi būti parengta aiški nacionalinė strategija, užtikrinanti būtiną papildomą finansavimą ir techninę pagalbą parengiant kokybiškas paraiškas paramai gauti.
2. KKI vyrauja labai mažos, mažos įmonės ir individualia veikla besiverčiantys asmenys, todėl šiems sektoriams ypač svarbus teisinės aplinkos stabilumas. Lietuvoje steigiant juridinį asmenį galima rinktis iš dvylikos skirtingų įmonių rūšių. 2012 m. priimtas Mažųjų bendrijų įstatymas sudaro sąlygas steigti naują ribotos civilinės atsakomybės įmonių rūšį – mažąją bendriją. Dėl paprastesnio šių įmonių valdymo bei netaikomo įstatinio kapitalo reikalavimo, ši forma patraukli planuojant labai mažą verslą. Vis tik neaiškumai dėl šių juridinių asmenų mokestinės teisinės aplinkos bei ribotos galimybės pritraukti papildomą finansavimą stabdė didesnę jų plėtrą. Naujausi Socialinio draudimo įstatymo pakeitimai įneša daugiau aiškumo dėl mažosioms bendrijoms taikytinų mokesčių, tačiau šio įmonių formos nepadaro

patrauklesne negu buvo iki šiol. Todėl tikėtina, kad ateityje KKI Lietuvoje ir toliau dominuos uždarnosios akcinės bendrovės.

3. Darbo teisinių santykių reguliavimas Lietuvoje vis dar sudėtingas ir nelankstus. Darbo kodeksas numato ribotą sutarčių rūšių sąrašą, ribotas terminuotų sutarčių taikymo sąlygas, darbdaviui nepalankias darbuotojų atleidimo sąlygas, griežtus viršvalandinio darbo ribojimus. Kadangi KKI vyrauja netradicinės darbo santykių formos ir planavimo metodai, toks reglamentavimas yra kliūtis KKI sektorių plėtrai. Siūlytina ir toliau liberalizuoti darbo teisinius santykius, nustatant paprastesnes viršvalandinio darbo sąlygas, tačiau taip pat numatyti galimybę sudaryti naujų rūšių, įvairesnes darbo sutartis, keisti terminuotų sutarčių reglamentavimą bei lengvinti jų sudarymo ir pratęsimo galimybes.
4. Lietuvoje KKI sektorių plėtrai nėra numatytas atskiras mokesstinis teisinis režimas išskyrus tam tikras atskiras išimtis. Viena iš jų - Pelno mokesčio lengvata, taikoma kino pramonėje investuojantiems subjektams. Ji yra puikus pavyzdys, kuriuo siekiama sudaryti palankesnes sąlygas šio sektoriaus plėtrai. Tikslinga svarstyti šios ir kitų mokesolinių lengvatų taikymą ir kitoms didžiausią potencialą turinčioms KKI sritims (pvz. kompiuterinių žaidimų industrijai). Tai turėtų padėti pritraukti finansavimą, skatintų gamybą ir atitinkamų paslaugų plėtrą.
5. Nors Lietuvos strateginiuose dokumentuose nuolat pabrėžiamas poreikis dėl verslo priežiūrą atliekančių institucijų veiklos optimizavimo, tačiau tokie pokyčiai sunkiai skinasi kelią. Teigiamai vertintinas 2011 m. Vyriausybėje tarp devynių pagrindinių verslo priežiūrą atliekančių institucijų pasirašyta susitarimas dėl pirmųjų verslo metų, tačiau tikslinga ir toliau mažinti verslą kontroliuojančių institucijų, atsisakant funkcijų dubliavimo bei daugiau dėmesio skiriant ne verslo subjektų baudimui, bet jų konsultavimui ir švietimui.

5.2. Didžiausią potencialą turinčių Lietuvos KI sričių atstovų apklausa

Didžiausio plėtros potencialo Lietuvos kūrybinių industrijų sričių konkurencingumo analizės etape taip pat atliktas kiekvienos srities ekspertinis vertinimas. Remiantis parengtu pusiau struktūruotu klausimynu (žr. 2 priedą), apklausta mažiausiai po 10 kiekvienos analizuojamos kūrybinių industrijų srities specialistų. Siekta apklausti kuo skirtingesnių profesijų kiekvienoje industrijoje atstovus pagal jų priklausymą kūrimo ir gamybos arba platinimo sferai (maksimaliai įvairių atvejų atranka, žr. Rupšienė, 2007). Pagrindinis specialistų apklausos tikslas – išsiaiškinti vidinių požiūrių į „savo“ industriją, jos procesus, produktus ir kūrėjus įvairovę. Minimali apklausiamų specialistų kiekvienoje industrijoje kvota (10) pasirinkta atsižvelgiant į imties dydžio kokybiniuose tyrimuose nustatymo rekomendacijas (Bonde, 2007; Baker, Edwards, 2012).

Apskritai, kokybinio pobūdžio tyrimuose nėra nusistovėjusio dydžio, kiek respondentų turėtų būti apklausiami atliekant interviu. Kartais gali užtekti ir vieno respondento, o kartais gali tekti apklausti ir virš 100. Kita vertus, atliekant ekspertinį tyrimą, kai apklausiami ne atsitiktinai atrinkti respondentai, o tam tikros srities specialistai, turintys specifinių žinių ir nuostatų apie tiriamą objektą, labai didelė imtis nėra būtina, norint pakankamai atspindėti požiūrių ir vertinimų įvairovę (Romney, Weller, Batchelder, 1986; Guest, Bunce, Johnson, 2006). Šiuo atveju svarbiau yra srities išmanymo ir pozicijų įvairovės principai. Kita vertus, kadangi realiai apklausti buvo 84 pagrindinių Lietuvos kūrybinių industrijų specialistai, imtis viso tyrimo objekto atžvilgiu buvo pakankamai didelė. Be to, atsakymų įvairovė ir skirtingumas atskirų industrijų viduje nebuvo didelis (žr. 3-10 priedus), kas leidžia postuliuoti *teorinio prisotinimo* situaciją (Morse, 2004).

Atliekant kiekvienos srities veiksmų analizę, industrija skaidoma į tris sudėtines dalis: kūrimą ir gamybą, produkciją ir platinimą. Šių dalių vertinimo rodikliai:

Produkto kūrimo ir gamybos dalies vertinimo rodikliai:

- **Kūrėjų vertinimas.**
- **Turimų išteklių vertinimas:**
 - Infrastruktūra;
 - Įstatyminė bazė;
 - Valstybės skiriamos lėšos;
 - Privačių lėšų pritraukimas.
- **Kūrybinio proceso valdymo vertinimas:**
 - Planavimas ir organizavimas;
 - Motyvavimo sistemos;
 - Komandinis darbas.
- **Kūrybos proceso vertinimas:**
 - Kūrybos novatoriškumas;
 - Produktų novatoriškumas;
 - Produkcijos konkurencingumas.
- **Produkcijos vertinimo rodikliai:**
 - Produkcijos vertinimas;
 - Produkcijos kitimo tendencijų vertinimas.
- **Platinimo dalies vertinimo rodikliai:**
 - Platinimas Lietuvos rinkoje;
 - Platinimas užsienio rinkose;
 - Gebėjimas gauti pajamas iš platinimo;

- Vadybininkų gebėjimai pritraukti lėšas;
- Platinimo lygis lyginant su užsienio rinkomis;
- Vyriausybės tikslinė parama platinimui.

Kiekvienos industrijos kūrimo ir gamybos dalis skaidoma į keturis sudedamuosius elementus: kūrėjus, išteklius, kūrybinio proceso valdymą ir kūrybinį procesą. Kūrėjai formuoja sektoriaus turinį, taigi jų analizė yra viena pagrindinių kūrybos dalies vertinimo sričių. Dėl besiskiriančių produkcijos bei kūrybos proceso ypatybių, atskirus sektorius atspindinčios profesijos atrinktos remiantis ekspertų vertinimais. Analizuojant išteklių duomenis galima apžvelgti kūrybos aplinką. Kūrybos proceso bei kūrybinio proceso valdymo rodiklių grupės leidžia skirtingais aspektais analizuoti sektoriaus kūrybinį procesą. Produkcijos vertinimas apima produkto bei produkcijos kitimo tendencijos rodiklius. Tiriant trečiąją industrijos dalį, analizuojamos produkto patekimo į rinką galimybės – produkcijos platinimas.

Kiekvienos iš šių dalių rodikliai analizuojami atskirai, vėliau apjungiant juos į bendrą indeksą. Rodikliai vertinami tarpusavyje kiekvienoje industrijoje, išskiriant stipriausias ir silpniausias grupes bei akcentuojant jų stiprias bei silpnas dedamąsias. Analizuojant ekspertų atsakymus, skaičiuojami atsakymų standartiniai nuokrypiai, tyrime aprašomi didesniais nuokrypiais pasižymintys atvejai.

Siekiant nustatyti kūrybos ir gamybos bei platinimo dalių vertinimui parinktų veiksnių tinkamumą, ekspertams pateikti kontroliniai klausimai, kuriais prašoma įvertinti vien tik kūrybos bei platinimo dalį. Išvados dėl tyrimo veiksnių patikinimo daromos lyginant šiuos atsakymus bei parinktų rodiklių vidurkius. Visapusiškam srities konkurencingumą galinčių paskatinti veiksnių įvertinimui, respondentams buvo pateikti atviri klausimai, kurių atsakymai leidžia praplėsti kūrybinių industrijų šakoms įtaką turinčių veiksnių sąrašą ir analizuoti kiekvienos srities unikalias ypatybes.

Norint įvertinti sričių stipriausias ir silpniausias vietas, kiekvienas veiksnys yra lyginamas su atitinkamos srities vertinimų vidurkiu. Jeigu veiksnio nuokrypis nuo vidurkio yra didesnis negu 0,5 balo, jis yra laikomas stipriu, jeigu -0,5, silpnu.

5.2.1. Kompiuterinių žaidimų industrijos ekspertinis vertinimas

Kompiuterinių žaidimų industrijos ekspertiniame vertinime dalyvavo 18 įvairių profesijų kompiuterinių žaidimų srities ekspertų: 5 projektų vadovai, 5 programuotojai, 5 dizaineriai, 2 3D modeliuotojai ir 1 dailininkas.

Kompiuterinių žaidimų kūrimo ir gamybos dalies vertinimas.

Vidutinis respondentų skirtas balas kompiuterinių žaidimų kūrėjams yra 3,19, geriausiai įvertinta WEB dizainerių (4,5 balo), prasčiausiai – projektų vadovų (2,45 balo) kvalifikacija. Ekspertų nuomonės sutapo dėl WEB dizainerių kvalifikacijos (standartinis nuokrypis 0,76 balo), didžiausias atsakymų pasiskirstymas buvo vertinant žaidimų bendruomenės valdymo specialistus ir projekto vadovus (standartinis nuokrypis atitinkamai 1,23 ir 1,14 balo). Analizuojant apklausos duomenis, matoma, kad silpniausius kūrėjus – projektų vadovus prasčiausiai vertina dizaineriai ir programuotojai, kituose rodikliuose vertinimo tendencijų pagal profesijas nepastebima.

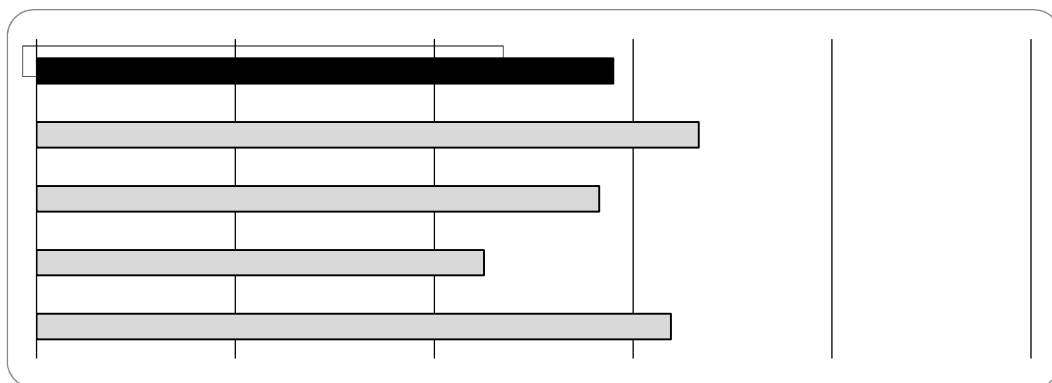
Vidutinis išteklių vertinimas – 2,25 balo. Aukščiausius balus tyrimo respondentai skyrė infrastruktūrai bei privačių lėšų pritraukimui, atitinkamai 2,8 ir 2,5 balo, žemiausius – įstatyminei bazei, vidutiniškai surinkusiai 2,25 balo.

Respondentų atsakymai reikšmingai nesiskyrė atsakant į klausimus apie kūrybinio proceso valdymą, vidutinis vertinimas – 2,83 balo. Tiek motyvavimo sistemų, tiek planavimo ir organizavimo valdymo vertinimas yra žemesnis nei vidutinis, atitinkamai 2,9 ir 2,75 balo.

Kūrybos proceso vertinimas apima kūrybos novatoriškumą ir produktų novatoriškumą, kurių vertinimai yra šiek tiek aukštesni už vidutinius ir atitinkamai sudaro 3,3 ir 3,35 balo. Vidutinis kūrybos proceso vertinimas 3,32 balo.

Apjungus visas keturias dedamąsias (kūrėjus, išteklius, kūrybinio proceso valdymą, kūrybinį procesą), vidutinis kūrimo ir gamybos balo indeksas yra 2,9 balo. Anketinėje apklausoje ekspertų paprašius įvertinti vien tik kūrybos ir gamybos procesą, vidutinis vertinimas buvo 3 balai, o tai rodo, kad anketai parinkti veiksniai tinkamai atspindi kūrybos procesą.

Apibendrinus visų atsakymų duomenis, matoma, kad kompiuterinių žaidimų industrijoje silpniausia grandis yra turimi ištekliai (2,25), stipriausia – kūrybos procesas (3,33).

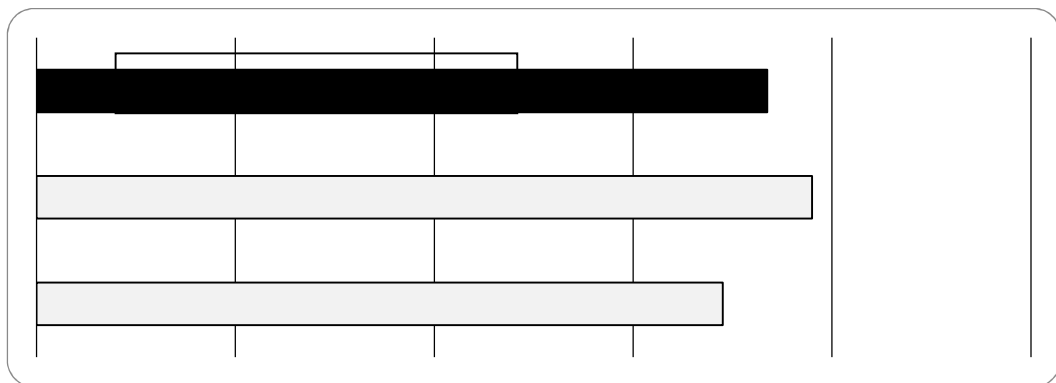


3 pav. Kompiuterinių žaidimų kūrimo ir gamybos vertinimas

(skalė nuo 1 – labai žemas iki 5 – labai aukštas)

Atvirais klausimais gauta ekspertų nuomone kompiuterinių žaidimų konkurencingumą galėtų padidinti šie kūrimo ir gamybos veiksniai: paprastesnės finansavimo sąlygos, kūrėjų kvalifikacija bei sektoriaus įtraukimas į Kultūros bei Ūkio ministerijų strategijas.

Kompiuterinių žaidimų produkto dalies vertinimas. Kompiuterinių žaidimų produkcija analizuojama atsižvelgiant į produkto kokybę bei kitimo tendencijų prognozę. Produkcijos vertinimas yra aukštesnis už vidutinį ir sudaro 3,7 balo. Produkcijos dalis yra stipriausia kompiuterinių žaidimų industrijos dalis.



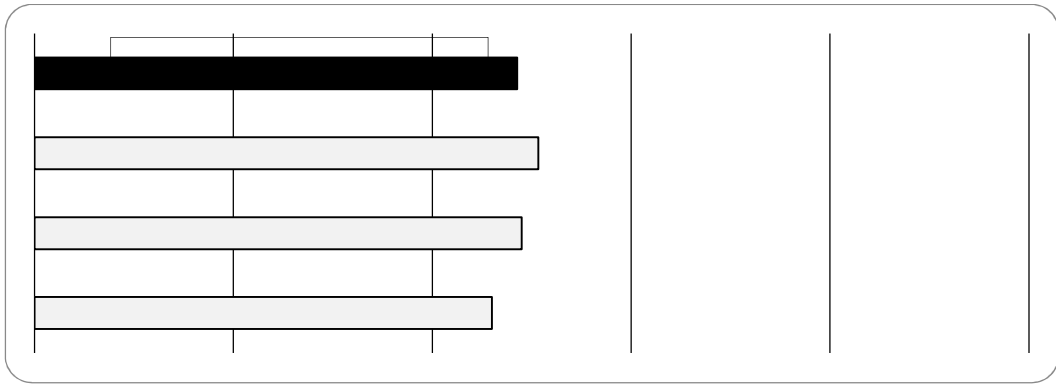
4 pav. Kompiuterinių žaidimų produkcijos vertinimas

(skalė nuo 1 – labai žemas iki 5 – labai aukštas)

Atviru klausimu ekspertų klausiant kokie veiksniai padidintų produktų konkurencingumą, dauguma nurodė novatoriškumo bei kokybės veiksnius.

Kompiuterinių žaidimų platinimo dalies vertinimas. Vidutinis kompiuterinių žaidimų platinimo įvertis, įtraukus visas jo sudedamąsias dalis – 2,43 balo. Tai yra žemiausiu balu įvertinta kompiuterinių žaidimų sektoriaus dalis.

Ekspertų paklausus nuomonės apie vien platinimą, jų atsakymų vidurkis yra 2,45 balo, tai rodo, kad tyrimo rodikliai yra tinkamai parinkti platinimo procesui.



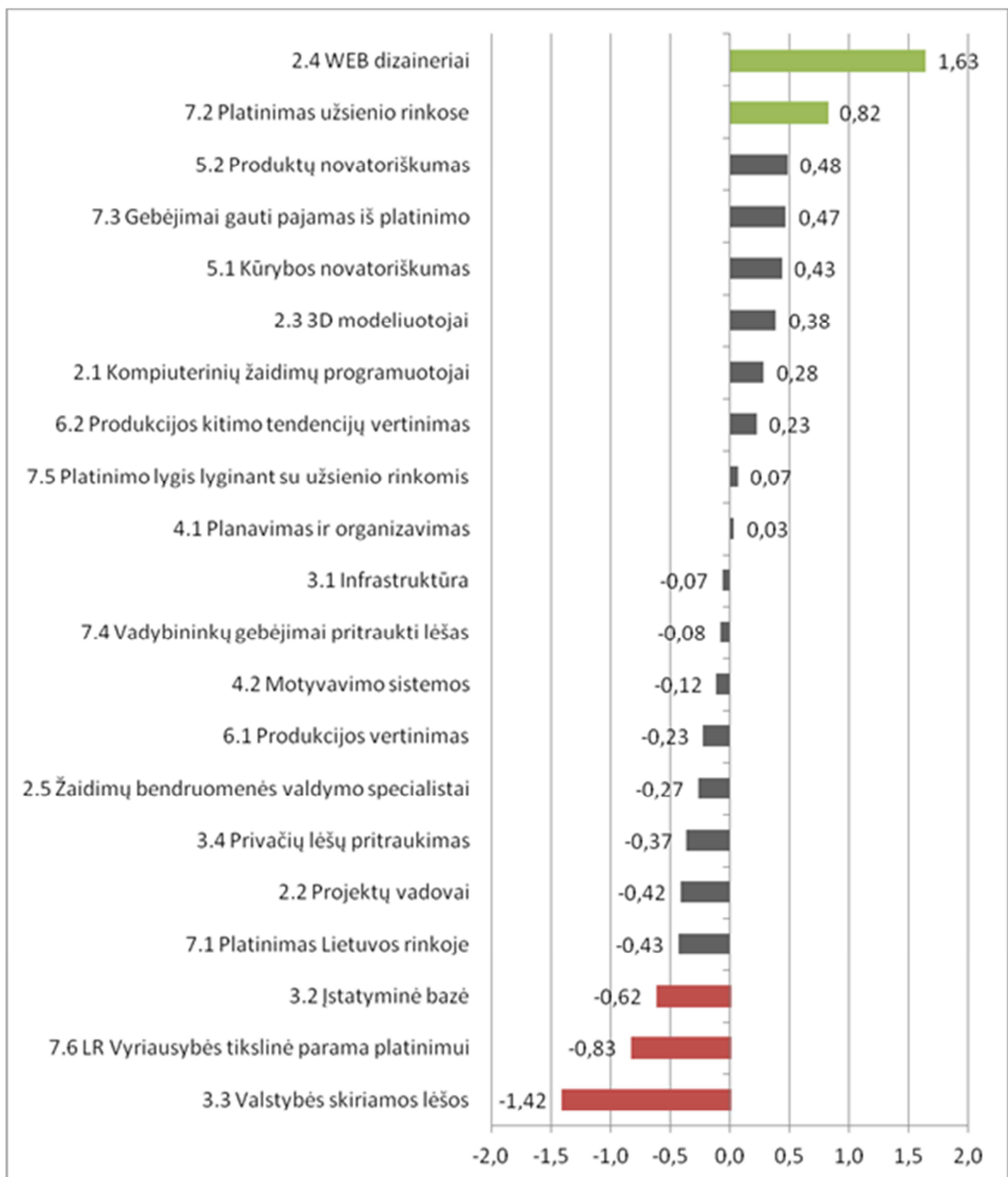
5 pav. Kompiuterinių žaidimų platinimo dalies vertinimas

(skalė nuo 1 – labai žemas iki 5 – labai aukštas)

Atviru ekspertų vertinimu, platinimo veiksniai, turintys didžiausią įtaką konkurencingumui, yra: Lietuvos kaip kompiuterinių žaidimų kūrėjos pripažinimas užsienyje bei lietuviškų žaidimų įtraukimas į tarptautines platinimo platformas, platinimo specialistų kompetencijos, savų platformų kūrimas, aukšto lygio partnerių suradimas.

Stipriausi ir silpniausi kompiuterinių žaidimų industrijos veiksniai. Stipriausių ir silpniausių kompiuterinių žaidimų industrijos veiksnių identifikavimui analizuojamas kiekvieno iš veiksnių balo nuokrypis nuo bendro industrijos vidurkio.

Nuokrypių reikšmės grafiškai pateikiamos 6 pav.



6 pav. Rodiklių vertinimų nuokrypiai nuo vidurkio

Stipriausi kompiuterinių žaidimų industrijos veiksniai yra tie, kurių nuokrypis nuo vidurkio yra didesnis negu 0,5 balo, ir tai yra WEB dizaineriai (nuokrypis 1,63 balo) ir platinimas užsienio rinkose (nuokrypis 0,82 balo).

Silpniausi veiksniai yra tie, kurių neigiamas nuokrypis nuo vidurkio yra 0,5 balo ir daugiau. Kompiuterinių žaidimų industrijoje tai yra veiksniai, susiję su turima infrastruktūra: įstatyminė bazė, LR Vyriausybės tikslinė parama platinimui ir valstybės skiriamos lėšos, nuokrypiai atitinkamai -0,62, -0,83 ir -1,42 balo.

5.2.2. Kultūrinio turizmo industrijos ekspertinis vertinimas

Tyrimė dalyvavo 10 kultūrinio turizmo ekspertų: 2 muziejaus vadovai, 2 gidai, 2 vietinio turizmo atstovai, 2 dvarų ir pilių atstovai, informacinių technologijų turizmo sektoriuje atstovas bei kultūrinio turizmo projektų koordinatorius. Vienas respondentas savo pozicijos kultūrinio turizmo srityje nenurodė.

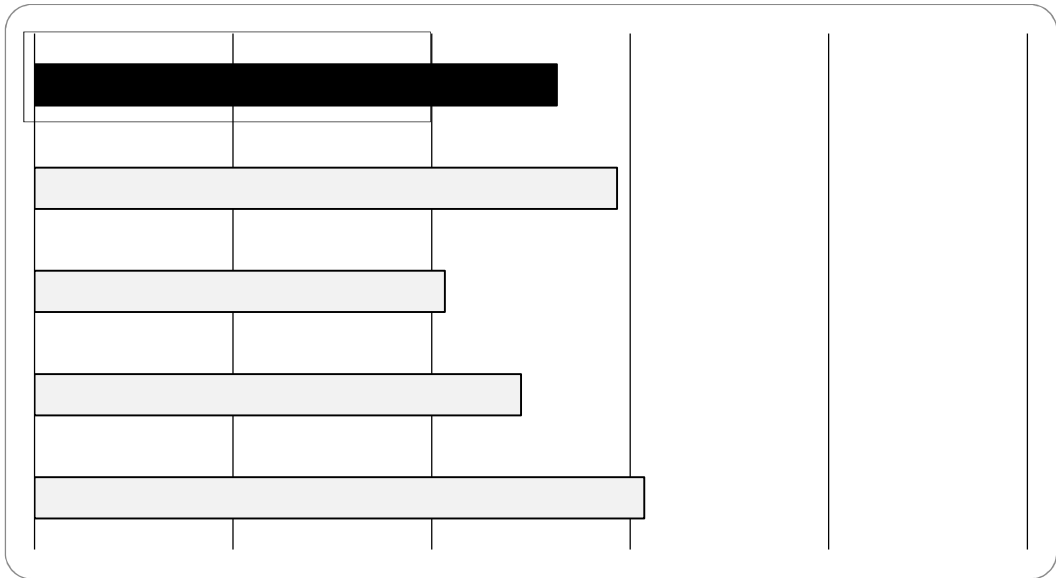
Kultūrinio turizmo kūrimo ir gamybos dalies vertinimas. Analizuojant kultūrinio turizmo kūrėjus išskirtos gidų, muziejininkų ir administratorių profesijos. Vidutinis kūrėjų vertinimas yra 3,07 balo, tai yra aukščiausius balus surinkusi kūrimo ir gamybos dalies sritis. Ekspertai geriausiai vertino gidus, prasčiausiai – administratorius, atitinkamai 4,22 ir 2,2 balo.

Kultūrinio turizmo išteklų vidutinis balas yra 2,45. Geriausiai šioje srityje įvertinta infrastruktūra (3 balai), prasčiausiai – valstybės skiriamos lėšos ir privačių lėšų pritraukimas (po 2 balus). Analizuojant pastaruosius, su finansavimu susijusius veiksmus, matoma, kad ekspertų nuomonė šiuo klausimu yra vieninga, standartinis nuokrypis yra 0.

Tyrimė dalyvavusių ekspertų vertinimu, kūrybos procesas yra silpniausia kultūrinio turizmo kūrimo ir gamybos dalies sritis. Geriausiai įvertintas komandinis darbas, prasčiausiai – motyvavimo sistemos, atitinkamai 2,4 ir 1,8 balo. Bendra kūrybos procesui skirtas balas – 2,07.

Kūrybos proceso valdymo vertinimas – 2,9, atskiri proceso komponentai nedaug nukrypsta nuo bendro vidurkio.

Apjungus kūrėjų, išteklių, kūrybos proceso ir kūrybos proceso valdymo dėmenis, vidutinis kultūrinio turizmo sektoriaus vertinimas yra 2,63 balo. Ekspertai, vertindami vien kūrybos procesą, skyrė 2,8 balo, kas rodo tinkamai parinktą rodiklių sudėtį proceso vertinimui.

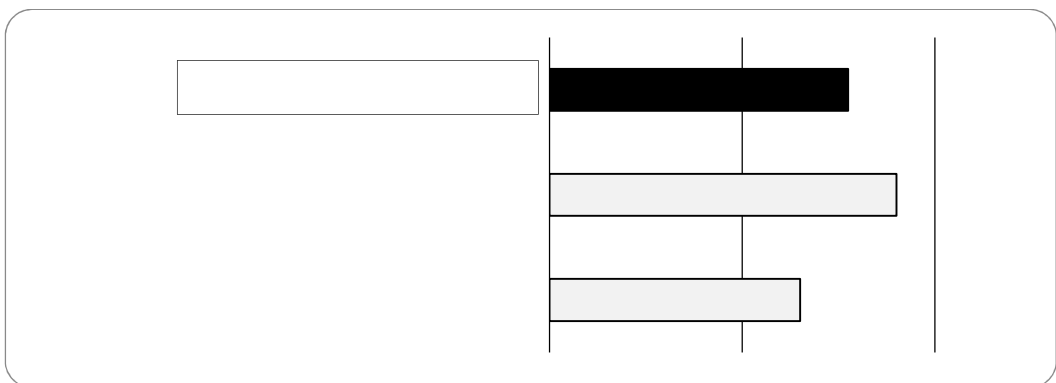


7 pav. Kultūrinio turizmo kūrimo ir gamybos vertinimas

(skalė nuo 1 – labai žemas iki 5 – labai aukštas)

Išskirdami kūrimo ir gamybos veiksnius, turinčius įtaką sektoriaus konkurencingumui, kultūrinio turizmo sektoriaus ekspertai nurodė valstybės bei savivaldybių strateginį planavimą, išsamesnę rinkos analizę, orientaciją į vartotoją, tinkamą specialistų ruošimą bei kuriamo produkto tobulinimą.

Kultūrinio turizmo produkto dalies vertinimas. Tyrimo ekspertų nuomone, produkcija yra stipriausia kultūrinio turizmo sektoriaus dalis, kuriai skirta 3,1 balo. Sudėtinėms dalims: produkcijai ir produkcijos tendencijoms, skirta atitinkamai 2,6 ir 3,6 balo.

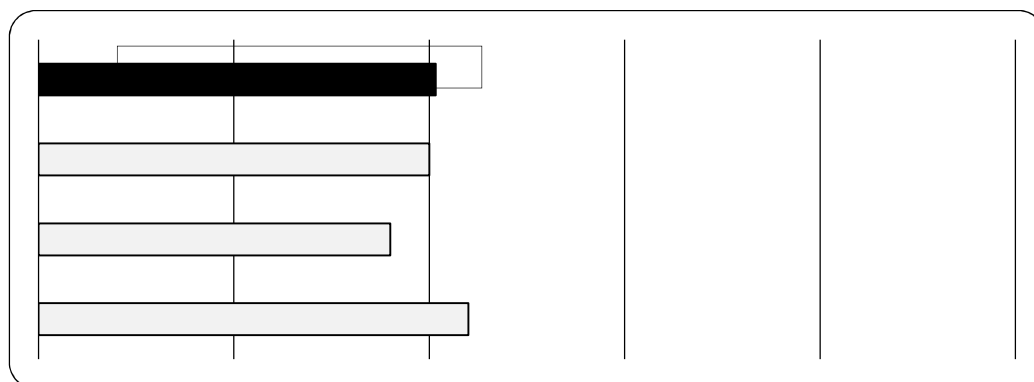


8 pav. Kultūrinio turizmo produkcijos vertinimas

(skalė nuo 1 – labai žemas iki 5 – labai aukštas)

Išskirdami produkcijos konkurencingumą skatinančius veiksnius, ekspertai minėjo inovacijas, originalumą, technologijų panaudojimą, išskirtinumą bei autentiškumo išsaugojimą ir bendradarbiavimo su festivaliais ar plenerais galimybes.

Kultūrinio turizmo platinimo dalies vertinimas. Sektoriaus atstovų nuomone, silpniausia kultūrinio turizmo dalis yra platinimas (2,03 balo). Šioje dalyje geriausiai įvertinti vadybininkų gebėjimai pritraukti lėšas (2,22 balo), prasčiausiai – platinimas, lyginant su užsienio rinkomis (1,8 balo). Kontrolinio klausimo rezultatai (vien platinimo dalies įvertinimas – 2,8 balo), patvirtina analizei parinktų veiksnių tinkamumą.

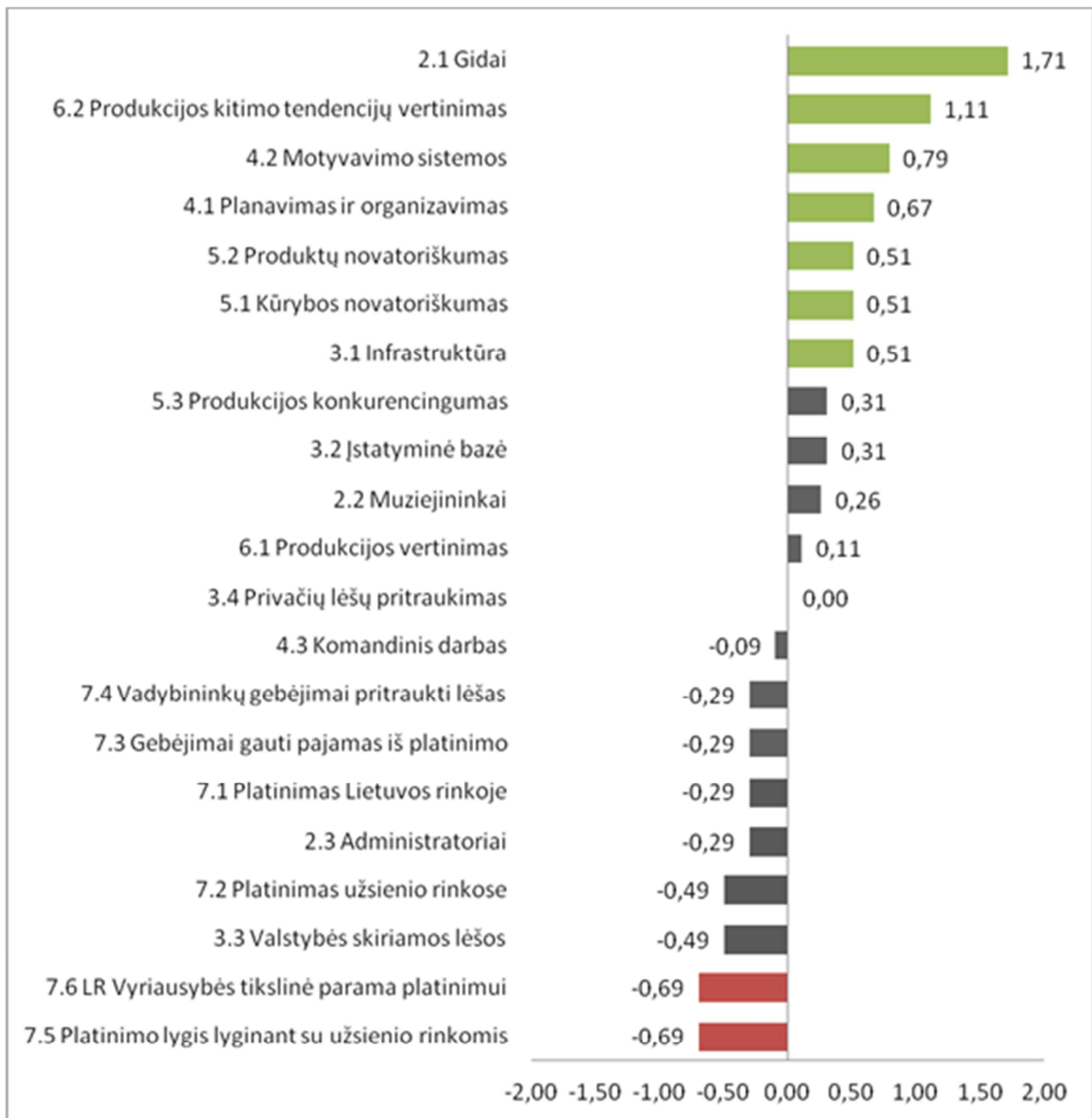


9 pav. Kultūrinio turizmo platinimo vertinimas

(skalė nuo 1 – labai žemas iki 5 – labai aukštas)

Įvardindami platinimo dalies veiksnius, galinčius padidinti sektoriaus konkurencingumą, visi ekspertai nurodė įvairius rinkodaros veiksnius: rinkos tyrimus, reklamą, bei tarptautinius veiksnius: tarptautinį bendradarbiavimą bei užsienio turistų sudominimą.

Stipriausi ir silpniausi kultūrinio turizmo industrijos veiksniai. Stipriausių ir silpniausių kultūrinio turizmo industrijos veiksnių identifikavimui analizuojamas kiekvieno iš veiksnių balo nuokrypis nuo bendro industrijos vidurkio (10 pav.).



10 pav. Rodiklių vertinimų nuokrypiai nuo vidurkio

Stipriausi kultūrinio turizmo veiksniai yra iš kūrimo ir gamybos dalies: gidai (nuokrypis nuo vidurkio – 1,71 balo), motyvavimo sistemos (0,79), planavimas ir organizavimas (0,67), produktų novatoriškumas (0,51), kūrybos novatoriškumas (0,51) bei infrastruktūra (0,51), bei vienas produkcijos veiksnys – produkto kitimo tendencijos (1,11). Silpniausi veiksniai susiję su platinimu: LR Vyriausybės tikslinė parama platinimui (-0,69) bei platinimo lygis, lyginant su užsienio rinkomis (-0,69).

5.2.3. Dizaino industrijos ekspertinis vertinimas

Tyrimo dalyvavo 10 dizaino sektoriaus atstovų: 3 dizaino projektų vadybininkai, 2 dizaino dėstytojai, du dizaineriai, juvelyras, dizaino studijos vadovas bei Lietuvos dizaino sektorių tirianti konsultantė.

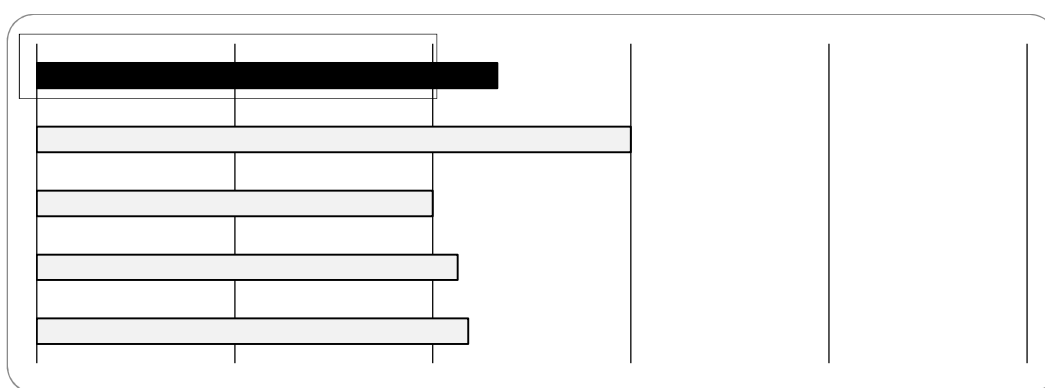
Dizaino kūrimo ir gamybos dalies vertinimas. Tyrimo dizaino kūrėjams priskirtos šios profesijos: dizaineriai, produkto dizaineriai, vadybininkai. Geriausiai įvertinti dizaineriai, prasčiausiai – vadybininkai, atitinkamai 3,1 ir 1,6 balo. Respondentai kūrėjams vidutiniškai skyrė 2,15 balo.

Dizaino industrijos ištekliai vidutinis balas yra 2,12. Ekspertų nuomone, sektoriuje palankiausia infrastruktūra ir įstatyminė bazė (po 2,4 balo), silpniausia išteklių dalis – valstybės skiriamos lėšos (1,7 balo).

Prasčiausiai įvertinta kūrybos ir gamybos dalis dizaino industrijoje – kūrybinio proceso valdymas, kurio vidutinis vertinimas – 2 balai. Visų sudėtinių dalių: planavimo ir organizavimo, motyvavimo sistemų ir komandinio darbo balai nedaug skiriasi nuo grupės vidurkio.

Tyrimo dalyvavusių ekspertų nuomone, kūrybos procesas yra stipriausia kūrybos ir gamybos dalis, vidutiniškai kūrybos procesui skirta 3 balai. Geriausiai vertinamas kūrybos novatoriškumas, prasčiausiai – produkcijos konkurencingumas, atitinkamai 3,3 ir 2,8 balo.

Apjungus kūrėjų, išteklių, kūrybos proceso valdymo ir kūrybos proceso dedamąsias, vidutinis dizaino kūrimo ir gamybos dalies balas yra 2,33 balo. Ekspertai, atsakydami į kontrolinį klausimą apie šią dalį, jai teikė 2,29 balo, tai parodo tinkamai parinktas sudėtines indekso dalis.



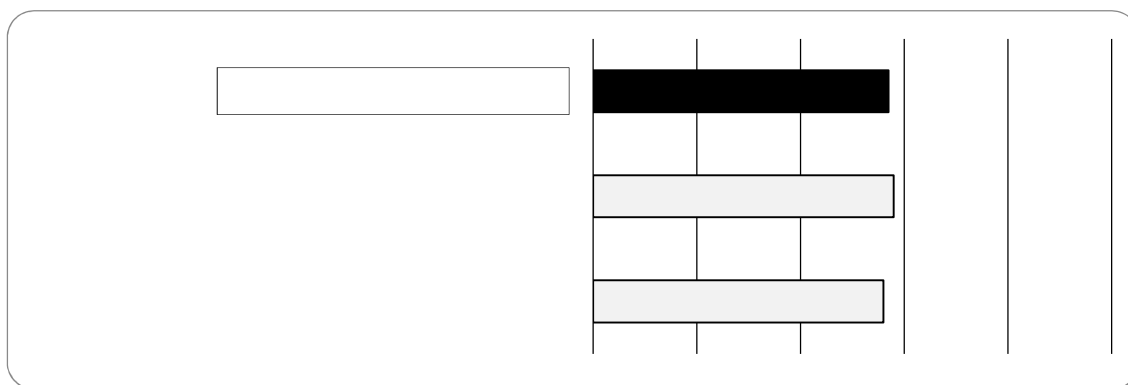
11 pav. Dizaino kūrimo ir gamybos vertinimas

(skalė nuo 1 – labai žemas iki 5 – labai aukštas)

Apsvarstydami veiksnius, galinčius padaryti didžiausią įtaką dizaino srities konkurencingumui, dauguma ekspertų minėjo pokyčius valstybinėje politikoje, paramą autorių

prisistatymui Lietuvoje ir užsienyje, dizaino panaudojimą viešajame sektoriuje bei visuomeninių poreikių tenkinimui.

Dizaino produkto dalies vertinimas. Bendras dizaino produkcijai skirtas balas – 2,86. Tai yra geriausiai įvertinta dizaino dalis. Vidutinis produkcijos balas – 2,71, produkcijos kitimo tendencijų – 3,00.

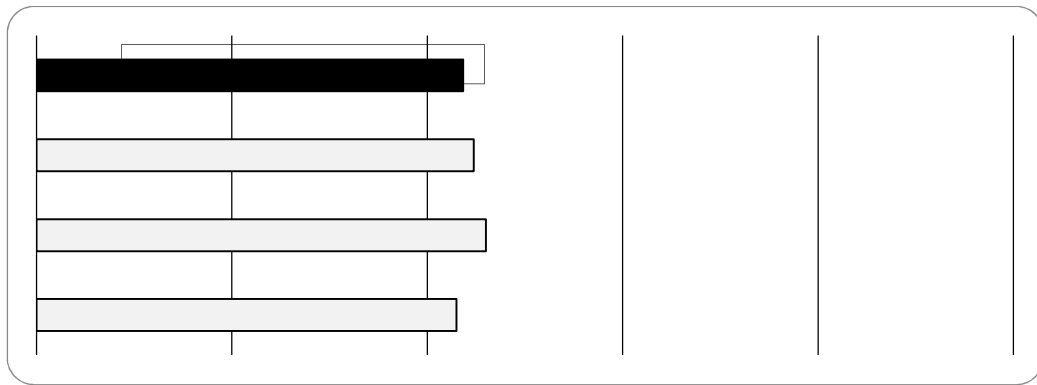


12 pav. Dizaino produkcijos vertinimas
(skalė nuo 1 – labai žemas iki 5 – labai aukštas)

Ekspertams atsakinėjant į atvirą klausimą, kokie produkcijos veiksniai galėtų padidinti sektoriaus konkurencingumą, buvo nurodyti unikalumo, savitumo, tarptautiškumo bei kultūrinio aktualumo kitose rinkose veiksniai.

Dizaino platinimo dalies vertinimas. Šioje grupėje prasčiausiai vertinama LR Vyriausybės tikslinė parama platinimui, geriausiai – platinimas Lietuvos rinkoje, atitinkamai 1,8 ir 2,6 balo. Apjungus dizaino platinimo sudėtines dalis, vidutinis balas yra 2,18, tai silpniausia dizaino industrijos dalis.

Kontroliniame klausime ekspertų paprašius nurodyti vien platinimo balą, atsakymų vidurkis buvo 2,2, kas nedaug skiriasi nuo indekso būdu gauto vertinimo, ir tai rodo tinkamą platinimą veikiančių veiksnių parinkimą.

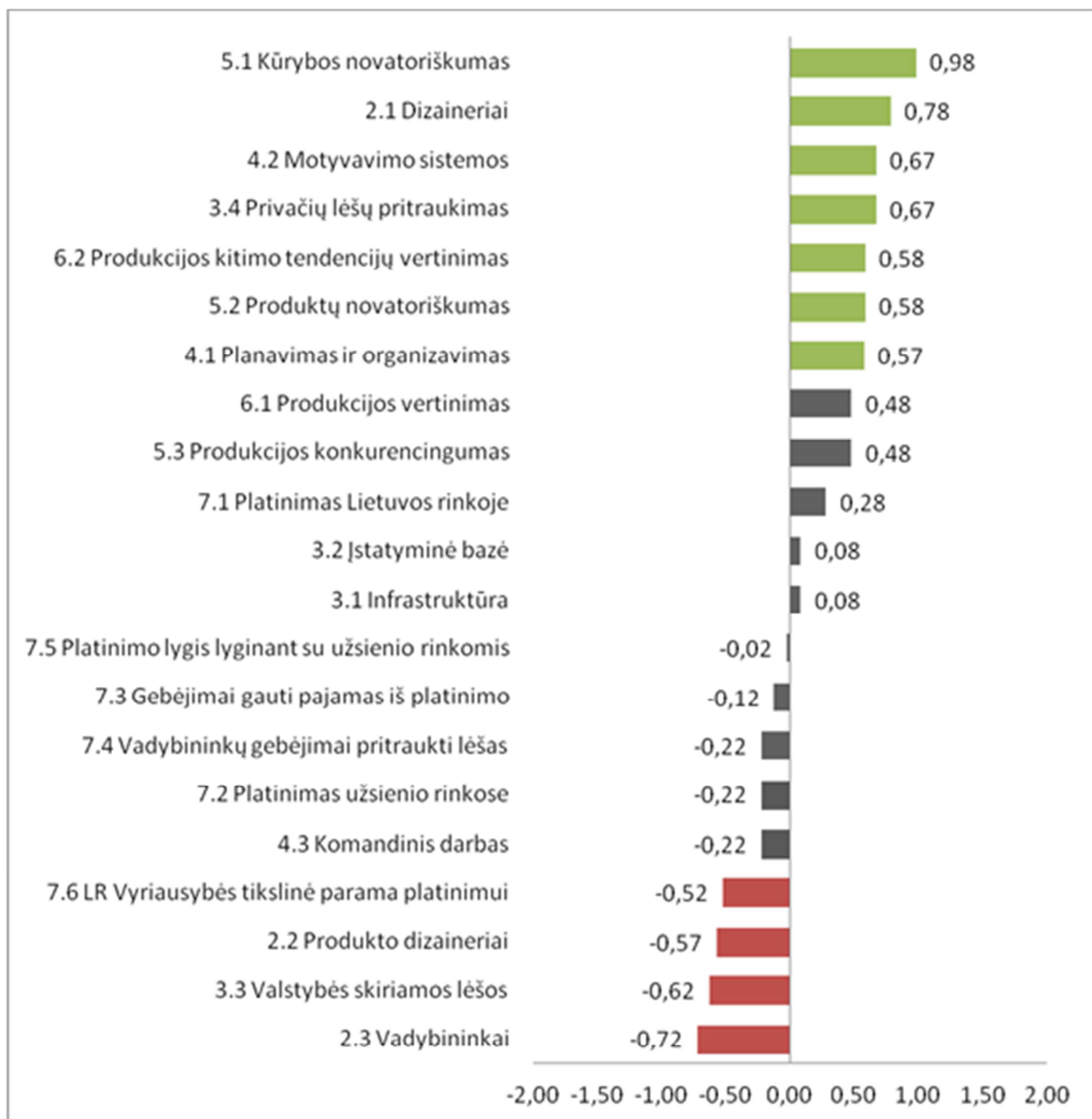


13 pav. Dizaino platinimo dalies vertinimas

(skalė nuo 1 – labai žemas iki 5 – labai aukštas)

Apklaustos respondentų nuomone dizaino industrijos konkurencingumui įtaką galėtų turėti šie platinimo veiksniai: strateginis planavimas, aukštos kvalifikacijos specialistų ruošimas, produktų pristatymo ir sklaidos finansavimas, orientacija į tarptautinę rinką, informacijos apie produktus sklaida.

Stipriausi ir silpniausi dizaino industrijos veiksniai. Stipriausių ir silpniausių industrijos veiksmų identifikavimui analizuojamas kiekvieno iš veiksmų balo nuokrypis nuo bendro industrijos vidurkio (14 pav.).



14 pav. Rodiklių vertinimų nuokrypiai nuo vidurkio

Dizaino industrijoje dauguma stipriausių veiksnių yra kūrybos ir gamybos dalyje: kūrybos novatoriškumas (nuokrypis 0,98 balo), dizaineriai (0,78), motyvavimo sistemos (0,67), privačių lėšų pritraukimas (0,67), produktų novatoriškumas (0,58), planavimas ir organizavimas (0,57), vienas stipriųjų grupei priskirtinas veiksnys yra produkcijos dalyje – produkcijos kitimo tendencijos (0,58).

Silpniausi veiksniai siejami su valstybiniu finansavimu: valstybės skiriamos lėšos (-0,62) bei LR Vyriausybės tikslinė parama platinimui (-0,52), bei kūrėjais: produkto dizaineriais (-0,57) ir vadybininkais (-0,72).

5.2.4. Pramogų verslo industrijos ekspertinis vertinimas

Pramogų verslo industrijos ekspertiniame vertinime dalyvavo 10 industrijos atstovų: 3 prodiuseriai, 2 festivalių organizatoriai, 3 muzikos verslo atstovai ir vienas televizijos projektų atstovas. Vienas respondentas savo pozicijos pramogų industrijoje nenurodė.

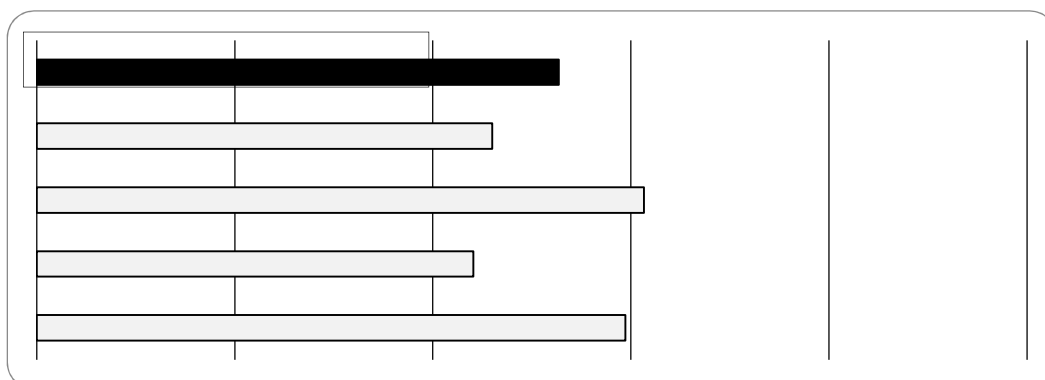
Pramogų verslo kūrimo ir gamybos dalies vertinimas. Pramogų verslo industrijos kūrėjų analizei parinktos šios profesijos: prodiuseriai, vadybininkai, atlikėjai, režisieriai, scenaristai, komunikacijos vadybininkai. Respondentai geriausiai įvertino atlikėjus, prasčiausiai – scenaristus (atitinkamai 4 ir 2 balo). Vidutinis kūrėjams skirtas balas – 2,97.

Pramogų verslo industrijoje prasčiausiai įvertinti turimi ištekliai (2,21 balo). Industrijos ekspertų nuomone, stipriausia išteklių dalis yra infrastruktūra, silpniausia – įstatyminė bazė (atitinkamai 2,6 ir 1,8 balo).

Tyrimo dalyvavusių industrijos atstovų nuomone, stipriausia kūrimo ir gamybos veiksmų grupė yra kūrybinio proceso valdymas, kuriam vidutiniškai skirta 3,07 balo, aukščiausi balai grupėje skirti komandiniam darbui ir motyvavimo sistemoms (po 3,2 balo).

Silpniausia pramogų verslo kūrimo ir gamybos dalis yra kūrybos procesas (2,3 balo). Tyrimo dalyviai aukščiausią balą skyrė produktų novatoriškumui, žemiausią – produkcijos konkurencingumui (atitinkamai 2,7 ir 1,6 balo).

Apjungus visas sudedamąsias dalis, vidutinis pramogų verslo kūrimo ir gamybos proceso vertinimas yra 2,64 balo. Ekspertai, atsakydami į kontrolinį klausimą, šiai daliai skyrė 2,9 balo, taigi kūrimo ir gamybos proceso sudedamosios dalys tinkamai parinktos šio proceso analizei pramogų versle.

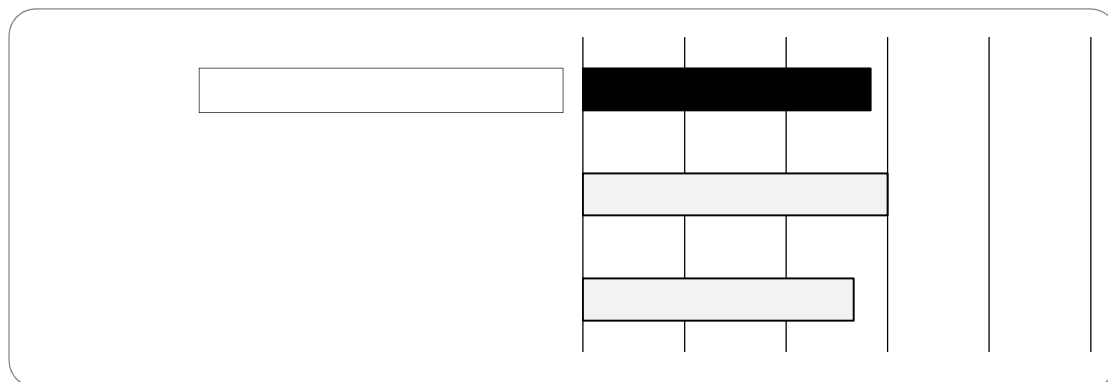


15 pav. Pramogų verslo kūrimo ir gamybos vertinimas

(skalė nuo 1 – labai žemas iki 5 – labai aukštas)

Atviru klausimu atsakydami, kokie veiksniai galėtų padaryti didžiausią įtaką pramogų verslo produkcijos kūrimui ir gamybai, ekspertai akcentavo naujų idėjų, tinkamo švietimo, pasaulinių tendencijų sekimo bei tarptautinio bendradarbiavimo svarbą.

Pramogų verslo produkto dalies vertinimas. Ekspertų vertinimu, produkto dalis yra stipriausia pramogų verslo dalis, produkcijos vertinimas sudarė 2,83 balo. Vidutinis produkcijos balas – 2,67, produkcijos kitimo tendencijų – 3.



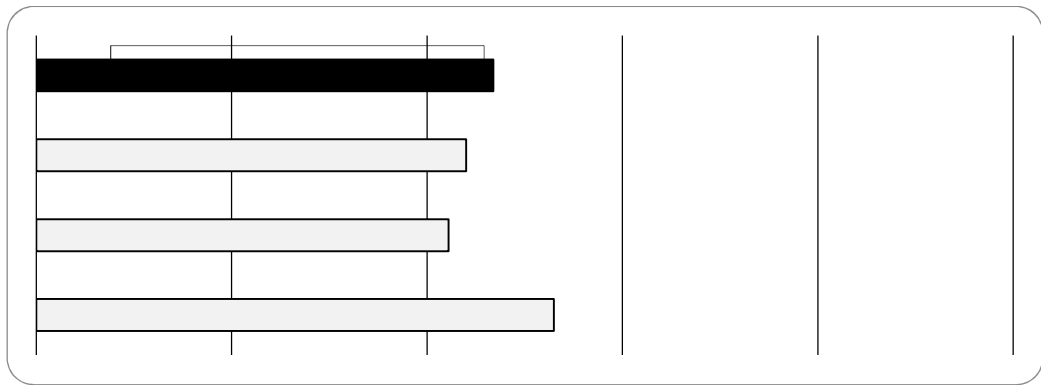
16 pav. Pramogų verslo kūrimo ir gamybos vertinimas

(skalė nuo 1 – labai žemas iki 5 – labai aukštas)

Iš ekspertų atsakymų į atvirą klausimą gautų veiksnių analizė atskleidė, kad pramogų industrijos produkcijos konkurencingumą galėtų padidinti kokybės, novatoriškumo, edukacijos bei prieinamumo visoms socialinėms grupėms veiksniai.

Pramogų verslo platinimo dalies vertinimas. Tyrimo respondentų nuomone, silpniausia pramogų industrijos dalis – platinimas, kuriam vidutiniškai skirta 2,34 balo.. Šioje grupėje prasčiausiai vertinamas platinimo lygis, palyginus su užsienio rinkomis, geriausiai – vadybininkų gebėjimai pritraukti lėšas, atitinkamai 2,11 ir 2,65 balo.

Kontroliniame klausime ekspertų paprašius įvertinti platinimo procesą, vidutinis vertinimas buvo 3,2 balo, kas rodo tendenciją bendrą platinimo procesą vertinti geriau negu jo sudedamąsias dalis.

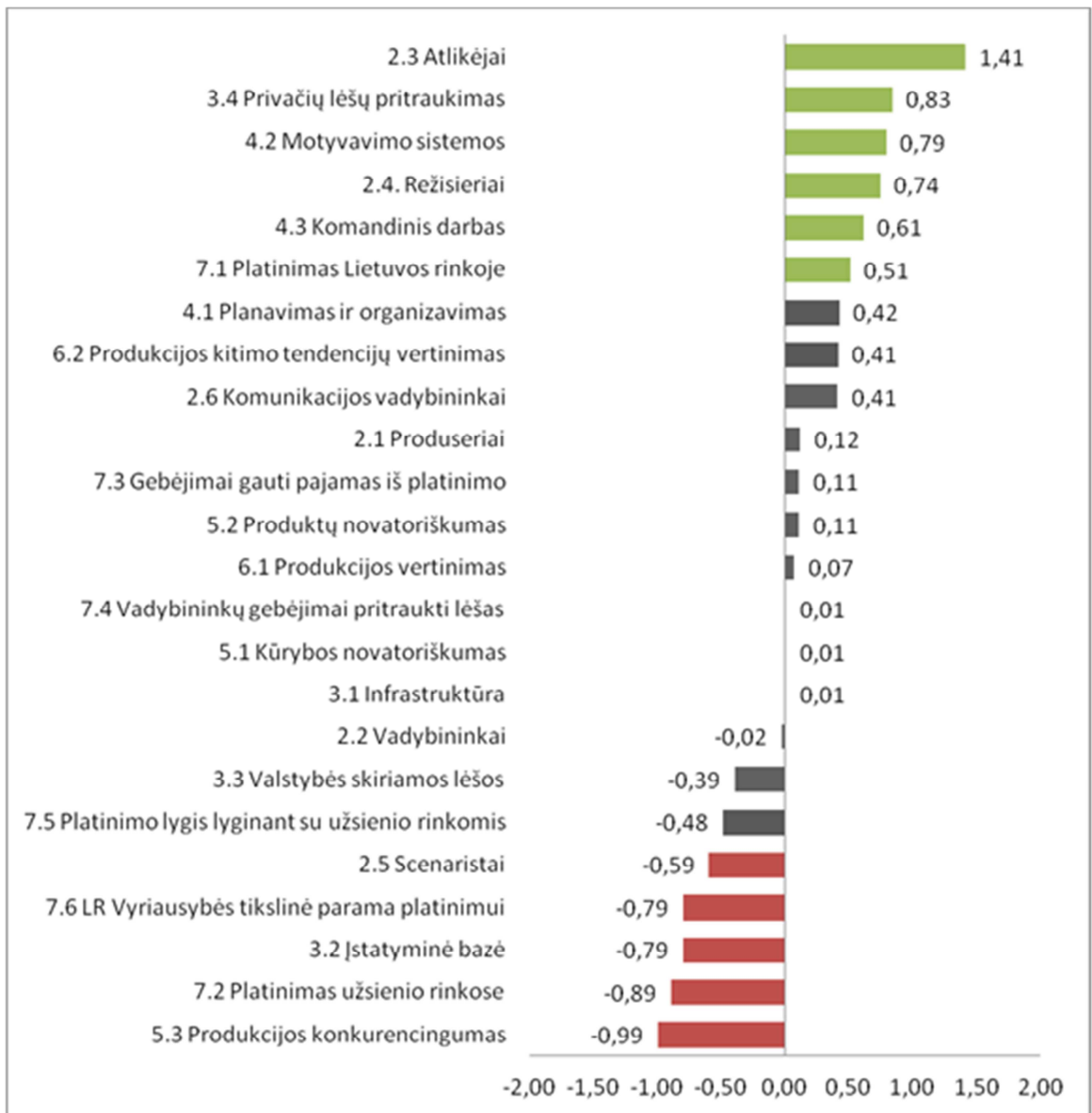


17 pav. Pramogų verslo platinimo dalies vertinimas

(skalė nuo 1 – labai žemas iki 5 – labai aukštas)

Tyrimo dalyviai pasiūlė šiuos konkurencingumo skatinimo platinimo dalies veiksnius: kokybę, užsienio partnerių paiešką, internetinę sklaidą bei tarptautinį produkto pripažinimą.

Stipriausi ir silpniausi pramogų verslo industrijos veiksniai. Stipriausių ir silpniausių pramogų verslo veiksnių identifikavimui analizuojami kiekvieno veiksnio nuokrypiai nuo industrijos vidurkio (18 pav.).



18 pav. Rodiklių nuokrypiai nuo vidurkio

Pramogų verslo industrijoje dauguma stiprių veiksnių yra produkcijos kūrimo ir gamybos dalyje: atlikėjai (nuokrypis 1,41 balo), privačių lešų pritraukimas (0,83), motyvavimo sistemos (0,79), režisieriai (0,74), komandinis darbas (0,61), stiprus veiksnys iš platinimo dalies – platinimas Lietuvos rinkoje (0,51).

Silpniausi veiksniai taip pat yra kūrybos ir platinimo dalyse, tai yra: scenaristai (-0,59), LR Vyriausybės tikslinė parama platinimui (-0,79), įstatyminė bazė (-0,79), platinimas užsienio rinkose (-0,89) bei produkcijos konkurencingumas (-0,99).

5.2.5. Reklamos industrijos ekspertinis vertinimas

Tyrimo dalyvavo 10 reklamos industrijos atstovų: 3 reklamos agentūrų vadovai, inovacinių sistemų specialistas, strateginio planavimo specialistas, skaitmeninių komunikacijos priemonių specialistas, aukštosios mokyklos atstovas bei ryšių su visuomene specialistas. Du respondentai savo pozicijos reklamos sektoriuje nenurodė.

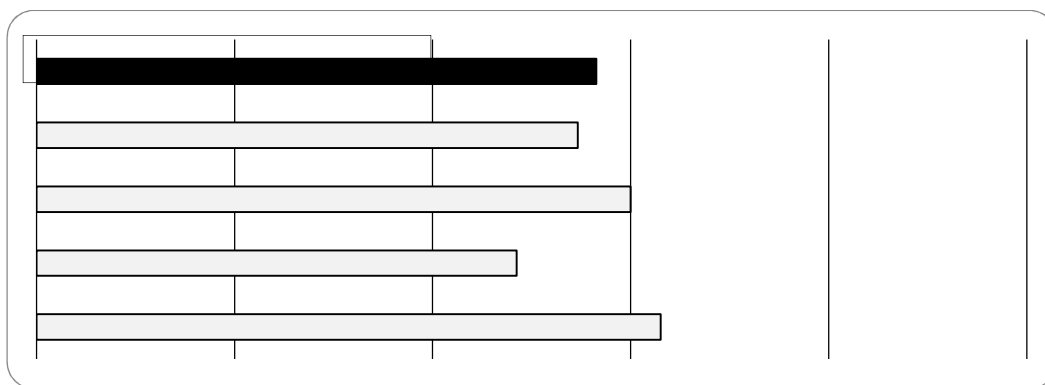
Reklamos kūrimo ir gamybos dalies vertinimas. Tyrimo į reklamos industrijos kūrėjus įtrauktos šios profesijos: teksto redaktoriai, meno vadovai, kūrybos vadovai, dizaineriai, iliustratoriai ir skaitmeniniai dizaineriai. Visoms profesijoms priskiriami balai aukštesni negu vidutiniai, geriausiai vertinti dizaineriai (3,67 balo), prasčiausiai – skaitmeniniai dizaineriai (2,89 balo). Respondentų nuomonės labiausiai išsiskyrė dėl kūrybos vadovų, vertinant kitas profesijas ekspertų nuomonės sutapo. Vidutinis kūrėjų vertinimas – 3,15 balo, tai yra stipriausia reklamos kūrimo ir gamybos dalies sritis.

Reklamos industrijos ištekliai vertinami prasčiau negu vidutiniai – bendras išteklių balas yra 2,43, ekspertų atsakymai rodo, kad tai yra silpniausia reklamos kūrimo ir gamybos proceso dalis. Didžiausias vidutinis balas (2,9) skirtas infrastruktūrai, žemiausias – valstybės skiriamoms lėšoms (1,7).

Reklamos kūrybinio proceso valdymo vidutinis balas yra 3. Visos valdymo sudėtinės dalys: planavimas ir organizavimas, motyvavimo sistemos bei komandinis darbas, įvertintos vienodai – po 3 balus.

Tyrimo dalyvių nuomone, kūrybos proceso vidutinis balas yra 2,73 balo, geriausiai vertinamas kūrybos novatoriškumas, prasčiausiai – produkcijos konkurencingumas (atitinkamai 3 ir 2,4 balo).

Apjungus visas keturias dedamąsias, vidutinis kūrimo ir gamybos dalies balas yra šiek tiek aukštesnis už vidutinį – 2,83 balo. Reklamos specialistų paprašius atsakyti į kontrolinį klausimą apie reklamos industrijos kūrimo ir gamybos dalį, jų atsakymų vidurkis yra 4 balai. Tai rodo, kad ekspertai bendrą procesą vertina daug geriau, negu išskaidę jį į atskiras dalis.

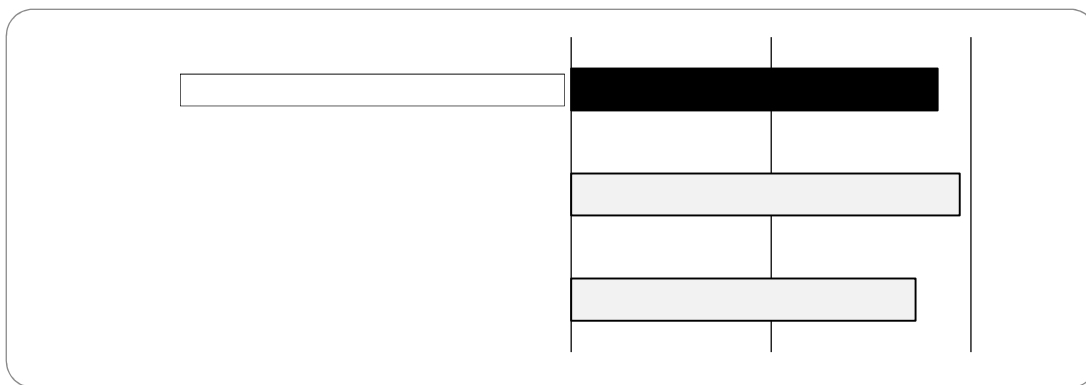


19 pav. Reklamos kūrimo ir gamybos vertinimas

(skalė nuo 1 – labai žemas iki 5 – labai aukštas)

Atviru klausimu respondentų paklaustus, kokie kūrimo ir gamybos etapo veiksniai padarytų didžiausią įtaką srities konkurencingumui buvo paminėta: studijų programų tobulinimas, kitų šalių patirtis, eksporto skatinimas, įvairios lengvatos.

Reklamos produkto dalies vertinimas. Reklamos industrijos produkcija yra geriausia įvertinta dalis, bendras reklamos produkcijos vertinimas yra gana aukštas ir sudaro 3,67 balo. Vidutinis produkcijos balas – 3,44, produkcijos kitimo tendencijų – 3,89.



20 pav. Reklamos produkcijos vertinimas

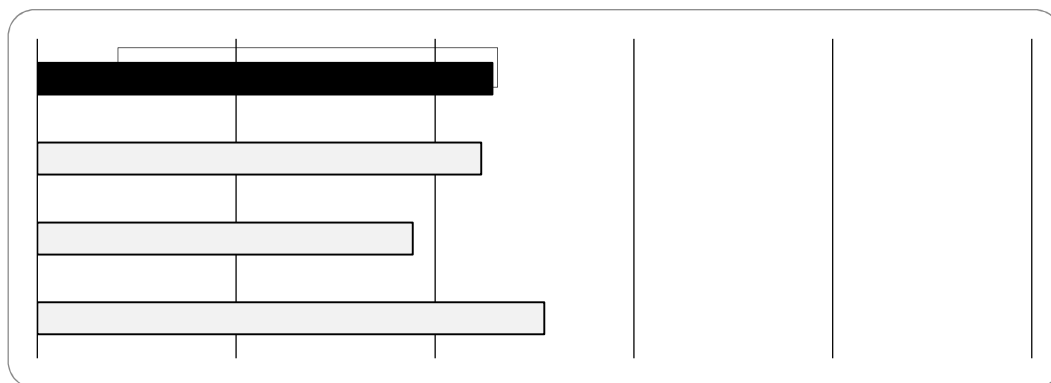
(skalė nuo 1 – labai žemas iki 5 – labai aukštas)

Ekspertams atsakinėjant į atvirą klausimą, kokie produkcijos veiksniai galėtų padidinti reklamos konkurencingumą, buvo nurodyti pokyčiai komunikacijoje tarp agentūros ir klientų, rinkų išmanymas, mokslo ir praktikos sinergija, idėjų generavimas bei kūrybingumas.

Reklamos platinimo dalies vertinimas. Šioje grupėje prasčiausiai vertinama LR Vyriausybės tikslinė parama platinimui, geriausiai – platinimas Lietuvos rinkoje, atitinkamai 1,3 ir

3,6 balo. Išanalizavus reklamos platinimo sudėtinės dalis, vidutinis balas yra 2,29 , tai silpniausia reklamos industrijos dalis.

Kontroliniame klausime ekspertų paprašius nurodyti vien platinimo balą, atsakymų vidurkis buvo 3,6 balo, kas rodo, kad reklamos industrijos ekspertai bendram procesui yra linkę skirti didesnius balus negu atskiroms šio proceso dalims.



21 pav. Reklamos platinimo dalies vertinimas
(skalė nuo 1 – labai žemas iki 5 – labai aukštas)

Apklauso respondentų nuomone reklamos industrijos konkurencingumui įtaką galėtų turėti šie platinimo veiksniai: kryptinga parama, mokymai, su rezultatais susieta kainodara bei vakarų šalių praktikos pavyzdžių pritaikymas.

Stipriausi ir silpniausi reklamos industrijos veiksniai. Stipriausių ir silpniausių reklamos industrijos veiksnių identifikavimui analizuojamas kiekvieno iš veiksnių balo nuokrypis nuo bendro industrijos vidurkio (22 pav.).



22 pav. Rodiklių vertinimų nuokrypiai nuo vidurkio

Reklamos industrijoje stiprių veiksnių yra visose industrijos dalyse, tai yra produkcijos kitimų tendencijų vertinimas (nuokrypis 1,11 balo), dizaineriai (0,88), platinimas Lietuvos rinkoje (0,82) bei produkcijos vertinimas (0,66).

Silpniausi reklamos industrijos veiksniai siejami su infrastruktūra: valstybės skiriamos lėšos (-1,08), ir platinimu: vadybininkų gebėjimai pritraukti lėšas (-0,68), platinimas užsienio rinkose (-0,98), platinimo lygis, lyginant su užsienio rinkomis (-0,89), LR Vyriausybės tikslinė parama platinimui (-1,48).

5.2.6. Architektūros industrijos ekspertinis vertinimas

Architektūros industrijos ekspertiniame vertinime dalyvavo 10 architektūros specialistų: 5 architektai, 1 projektų vadovas, 1 projektuotojas, 3 respondentai savo pozicijos architektūros sektoriuje nenurodė.

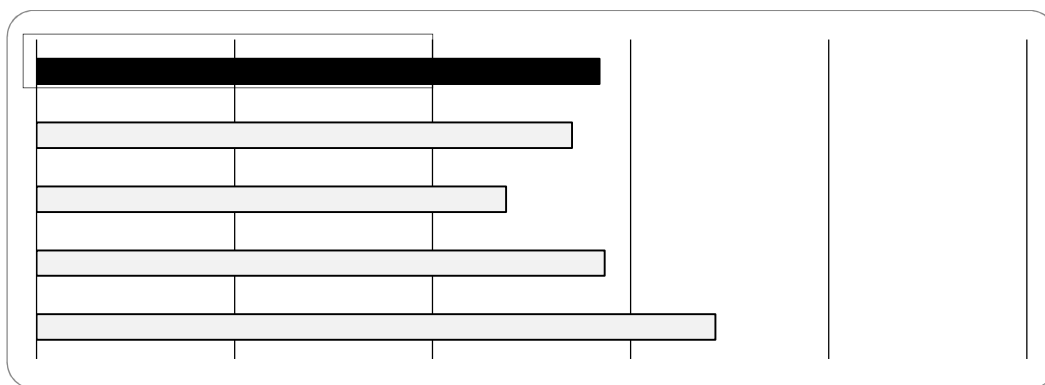
Architektūros kūrimo ir gamybos dalies vertinimas. Analizuojant architektūros industrijos kūrėjus išskirtos šios profesijos: architektai, kraštovaizdžio architektai, miesto planavimo specialistai bei projektuotojai. Geriausiai vertinami projektuotojai, panašiai įvertinta architektų kvalifikacija (atitinkamai 4 ir 3,8 balo), respondentai žemiausią balą (2,8) skyrė kraštovaizdžio architektams. Architektūros ekspertų nuomone, kūrėjai yra stipriausia kūrybos ir gamybos proceso dalis, vidutinis kūrėjų vertinimas – 3,43 balo. Analizuojant apklausos duomenis, pastebima, kad didžiausias atsakymų pasiskirstymas buvo vertinant miesto planavimo specialistus.

Architektūros išteklių grupėje architektūros specialistai aukščiausius balus suteikė infrastruktūrai (3,3 balo), žemiausius – valstybės skiriamoms lėšoms (2,3 balo), vidutinis išteklių vertinimas – 2,87 balo. Šioje grupėje ekspertų nuomonės labiausiai išsiskyrė dėl privačių lėšų pritraukimo.

Respondentai architektūros kūrybinio proceso valdymo dedamąsias vertina prasčiausiai kūrybos ir gamybos procese, vidutinis grupės vertinimas – 2,37 balo. Geriausiai įvertintas komandinis darbas – 2,78 balo, prasčiausiai – planavimas ir organizavimas, kuriam skirta 2,11 balo.

Ekspertų atsakymų apie kūrybos procesą vidurkis – 2,71 balo. Geriausiai vertintas produktų novatoriškumas (3,11 balo), prasčiausiai – produkcijos konkurencingumas (2,11 balo).

Apjungus visas keturias dedamąsias (kūrėjus, išteklius, kūrybinio proceso valdymą, kūrybinį procesą), vidutinis kūrimo ir gamybos balo indeksas yra 2,84 balo. Tai yra stipriausia architektūros industrijos dalis. Anketinėje apklausoje ekspertų paprašius įvertinti vien tik kūrybos ir gamybos procesą, vidutinis vertinimas buvo 2,71 balo, o tai rodo, kad anketai parinkti veiksniai tinkamai atspindi kūrybos procesą.

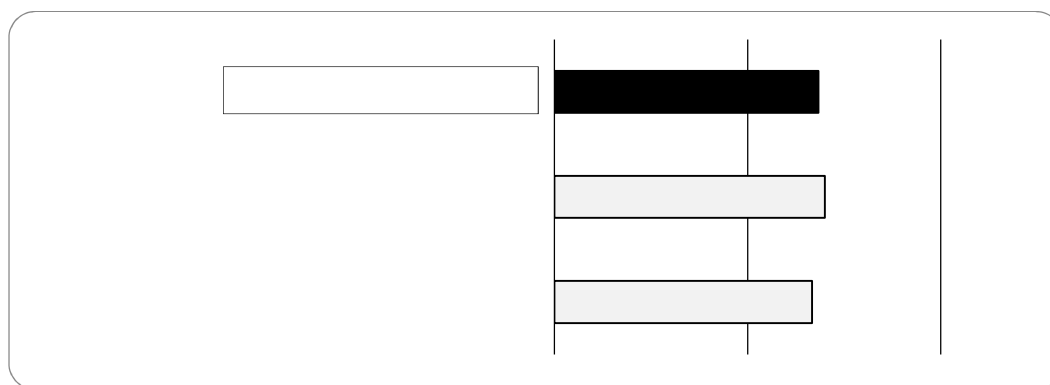


23 pav. Architektūros kūrimo ir gamybos vertinimas

(skalė nuo 1 – labai žemas iki 5 – labai aukštas)

Atvirais klausimais gauta ekspertų nuomone architektūros konkurencingumą galėtų padidinti šie kūrimo ir gamybos veiksniai: naujos mokymų kryptys, sukurta stipri architektus ginanti organizacija, užsakovo ugdymas, pakeistos viešųjų pirkimų konkursų taisyklės, daugiau dėmesio skiriant projekto kokybei.

Architektūros produkto dalies vertinimas. Architektūros produkcija analizuojama atsižvelgiant į produkto kokybę bei kitimo tendencijų prognozę. Produkcijos vertinimas yra šiek tiek aukštesnis vidutinį ir sudaro 2,73 balo.



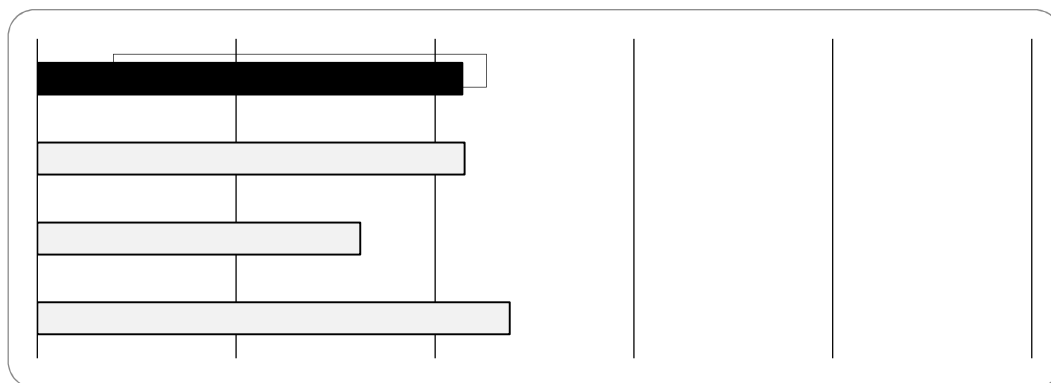
24 pav. Architektūros produkcijos vertinimas

(skalė nuo 1 – labai žemas iki 5 – labai aukštas)

Atviru klausimu ekspertų klausiant kokie veiksniai padidintų produktų konkurencingumą, dauguma nurodė inovatyvumo, savitumo ir aukštesnės meninės kokybės veiksnius.

Architektūros platinimo dalies vertinimas. Vidutinis architektūros platinimo įvertis, įvertinus visas jo sudedamąsias dalis – 2,14 balo. Šioje grupėje geriausiai vertinami vadybininkų gebėjimai pritraukti lėšas – vidutiniškai 2,38 balo. Tai yra silpniausia architektūros srities dalis.

Ekspertų paklausus nuomonės apie vien platinimą, jų atsakymų vidurkis yra 2 balai, tai rodo, kad tyrimo rodikliai yra tinkamai parinkti platinimo procesui įvertinti.

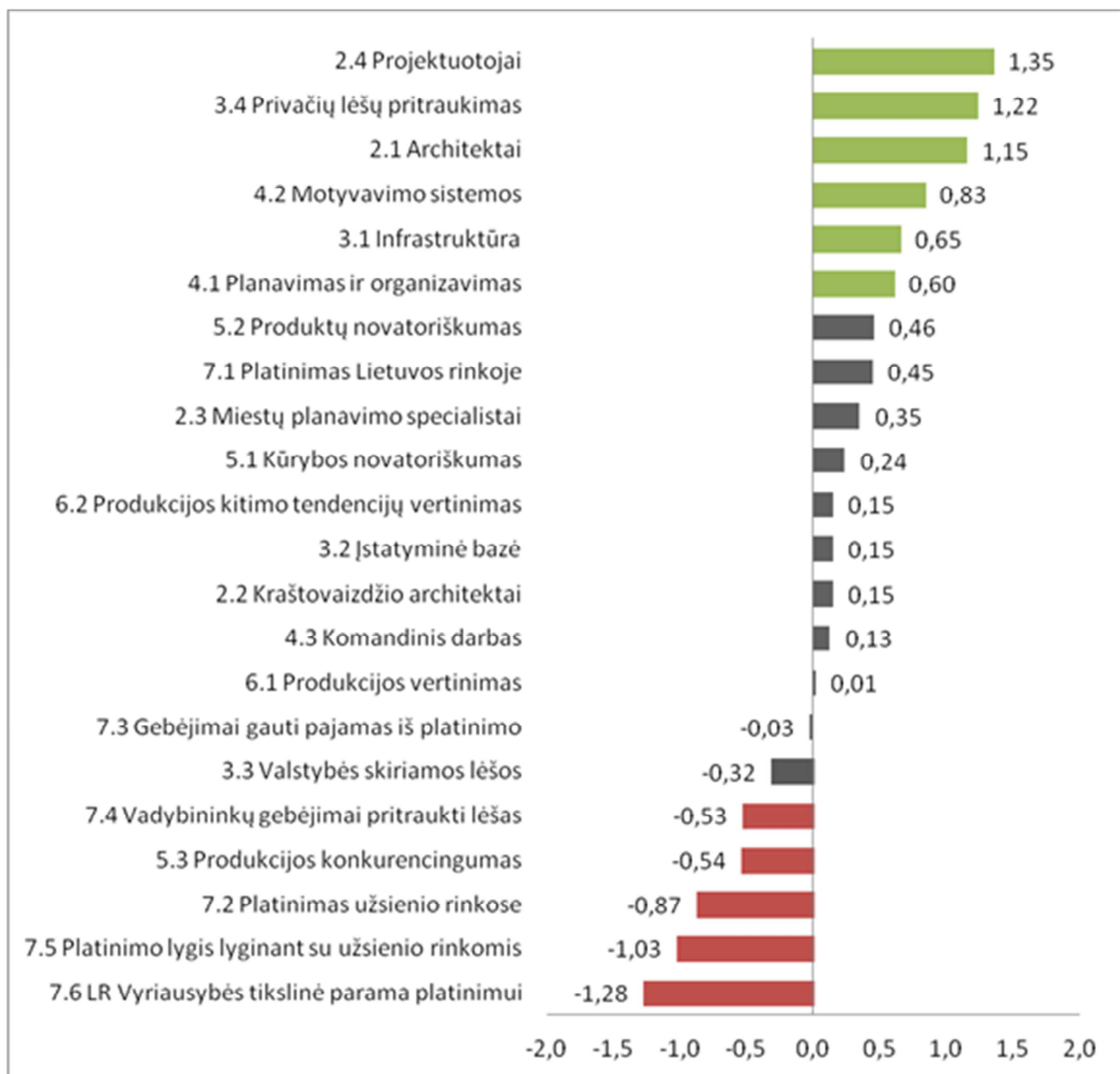


25 pav. Architektūros platinimo dalies vertinimas
(skalė nuo 1 – labai žemas iki 5 – labai aukštas)

Atviru apklausos respondentų vertinimu, platinimo veiksniai, turintys didžiausią įtaką konkurencingumui, yra edukaciniai procesai: išprususio užsakovo ugdymas bei architektų verslumo skatinimas, viešas architektūrinės kokybės propagavimas. Dalis ekspertų paminėjo viešųjų pirkimų elementus: mažiausios kainos kriterijaus atsisakymas bei didesnis dėmesys projektų architektūrinei kokybei.

Stipriausi ir silpniausi architektūros industrijos veiksniai. Stipriausių ir silpniausių architektūros industrijos veiksnių identifikavimui analizuojamas kiekvieno iš veiksnių balo nuokrypis nuo bendro industrijos vidurkio.

Nuokrypių reikšmės grafiškai pateikiamos 26 pav.



26 pav. Rodiklių vertinimų nuokrypiai nuo vidurkio

Stipriausi architektūros industrijos veiksniai yra tie, kurių nuokrypis nuo vidurkio yra didesnis negu 0,5 balo, ir tai yra kūrėjai: projektuotojai (nuokrypis 1,35 balo) ir architektai (1,15), ištekliai: privačių lėšų pritraukimas (1,22) bei infrastruktūra (0,65), kūrybinio proceso valdymas: motyvavimo sistemos (0,83) ir planavimas ir organizavimas (0,60). Visi stipriausi architektūros sektoriaus veiksniai yra kūrimo ir gamybos dalyje.

Pagal architektūros ekspertų vertinimą didžioji silpniausių veiksnių yra iš platinimo grupės: vadybininkų gebėjimai pritraukti lėšas (-0,53), platinimas užsienio rinkose (-0,87), platinimo lygis, lyginant su užsienio rinkomis (-1,03) bei LR Vyriausybės tikslinė parama (-1,28). Silpniausias veiksnys iš kūrimo ir gamybos dalies – produkcijos konkurencingumas (-0,54).

5.2.7. Kino industrijos ekspertinis vertinimas

Kino industrijos ekspertiniame vertinime dalyvavo 16 respondentų: 8 kino režisieriai, 3 prodiuseriai, 2 kino platintojai ir po vieną kompozitorių, kino kritiką ir kino paramos atstovą.

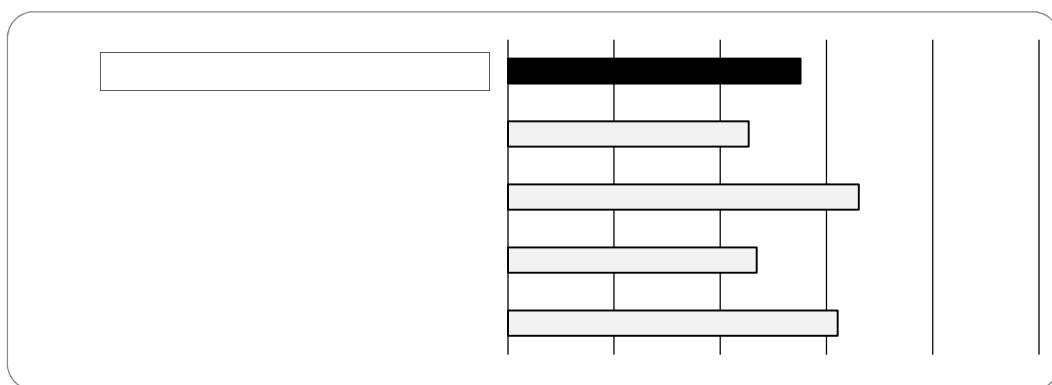
Kino kūrimo ir gamybos dalies vertinimas. Į kino sektoriaus kūrėjus įtrauktos scenaristų, režisierių, aktorių, operatorių ir kompozitorių profesijos. Vidutinis kūrėjų vertinimas yra 3,10 balo, aukščiausi balai skirti operatoriams (4,19 balo) ir kompozitoriams (3,54 balo), prasčiausiai vertinama kino scenaristų (1,81 balo) kvalifikacija. Atsakant į klausimus apie kino kūrėjų gebėjimus, ekspertų atsakymai labiausiai išsiskyrė įvardinant aktorius, mažiausiai – operatorius (standartinis nuokrypis atitinkamai 1,09 ir 0,75 balo).

Ekspertų nuomone, kino sektoriaus turimi ištekliai yra menkesni už vidutinius, vidutinis išteklių vertinimas yra 2,34 balo. Geriausiai vertinama įstatyminė bazė, prasčiausiai – privačių lėšų pritraukimas (atitinkamai 2,56 ir 2,06 balo).

Stipriausia kūrimo ir gamybos sritis – kūrybinio proceso valdymas (3,30 balo). Tiek planavimas ir organizavimas, tiek motyvavimo sistemos vertinami geriau negu vidutiniškai, atitinkamai 3,13 ir 3,08 balo. Geriausiai įvertintas komandinis darbas – 3,7 balo.

Vidutinis kūrybos proceso vertinimas sudaro 2,27 balo.

Apjungus visas keturias tiriamas sritis (kūrėjus, išteklius, kūrybos proceso valdymą ir kūrybinį procesą), vidutinis kino kūrimo ir gamybos indeksas yra 2,75 balo. Kontroliniame klausime ekspertai kino industrijos kūrybos ir gamybos procesui skyrė 2,8 balo, ir tai patvirtina tinkamų veiksnių parinkimą kino sektoriaus analizei.

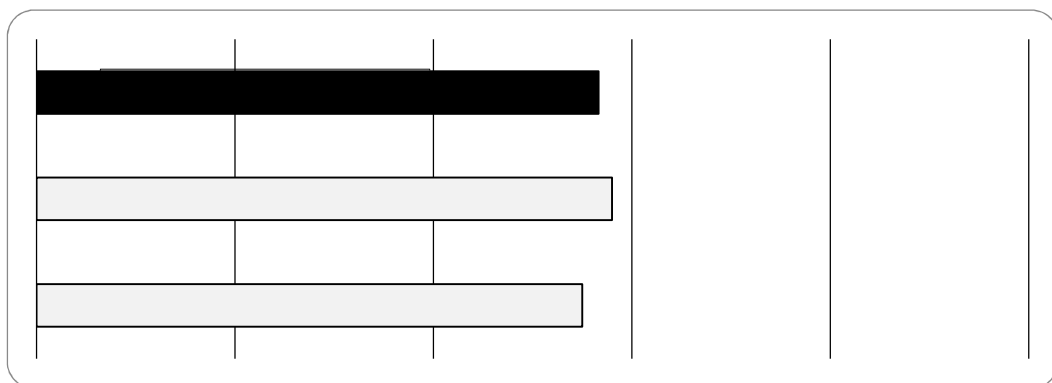


27 pav. Kino kūrimo ir gamybos vertinimas

(skalė nuo 1 – labai žemas iki 5 – labai aukštas)

Atvirais klausimais gauta ekspertų nuomone kino sektoriaus konkurencingumą galėtų padidinti su valstybiniu kino finansavimu susiję kūrimo ir gamybos veiksniai: paprastesnis finansavimo mechanizmas bei į filmų žiūrimumą bei eksportą orientuotą finansavimo politika.

Kino produkto dalies vertinimas. Kino produkcija yra stipriausia industrijos dalis, vidutinis produkcijos balas – 2,83. Produkcijos bei produkcijos kitimo tendencijų vertinimai atitinkamai sudaro 2,75 ir 2,9 balo.



28 pav. Kino produkcijos vertinimas
(skalė nuo 1 – labai žemas iki 5 – labai aukštas)

Ekspertams atsakinėjant į atvirą klausimą, kokie produkcijos veiksniai galėtų padidinti kino sektoriaus konkurencingumą, buvo nurodyta idėjų generavimas, kūrybingumas bei orientacija į Europos ar pasaulio, o ne į vietinę auditoriją.

Kino platinimo dalies vertinimas. Apjungus sudedamąsias dalis, vidutinis platinimo įvertis – 2,53 balo. Šioje grupėje prasčiausiai vertinamas platinimas užsienio rinkose (1,66 balo), geriausiai – vadybininkų gebėjimai pritraukti lėšas (2,88 balo).

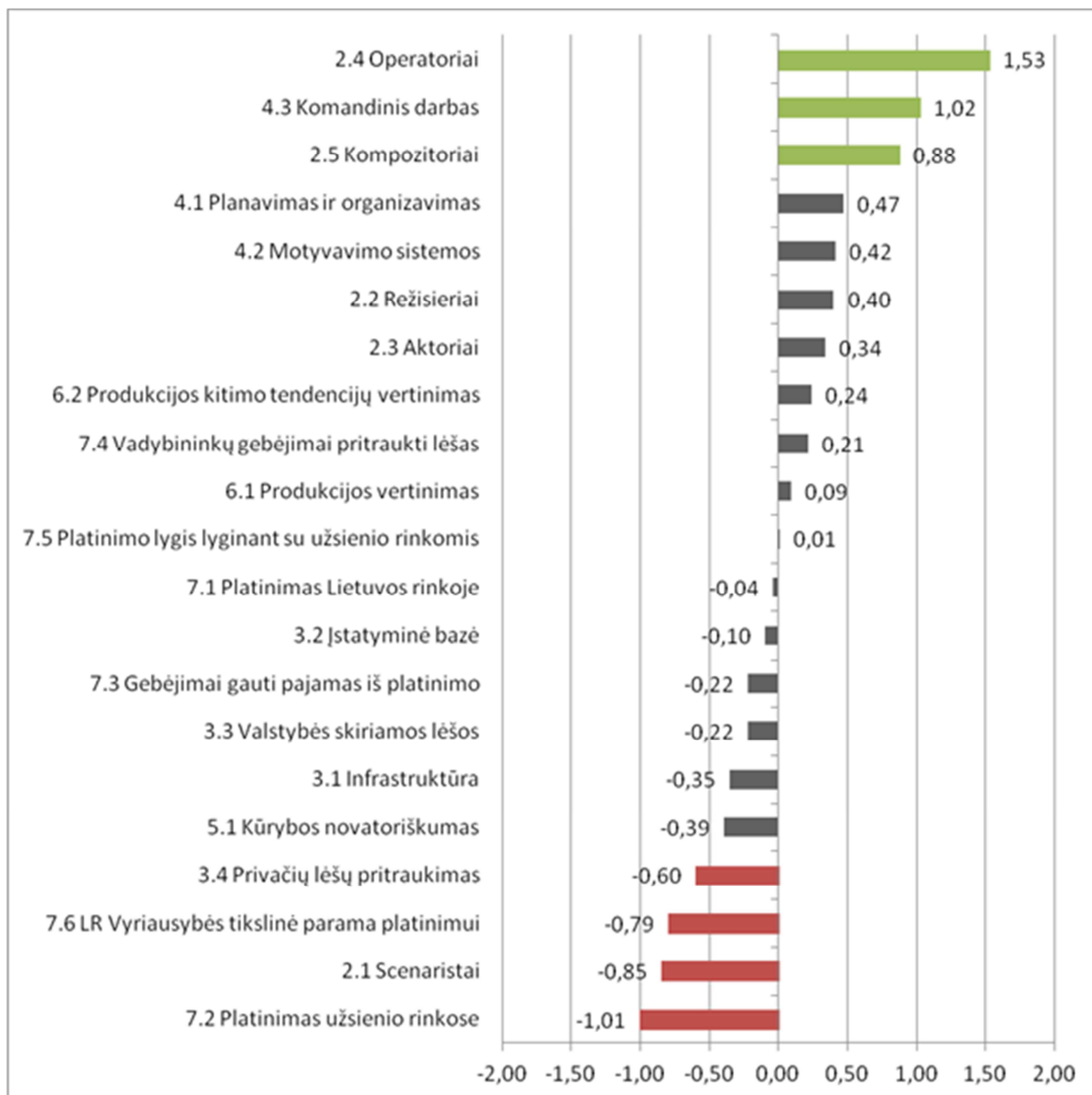
Ekspertų paprašius įvertinti vien platinimą, jų atsakymų vidurkis buvo 2,4 balo, tai rodo tinkamai parinktus rodiklius kino platinimo proceso vertinimui.



29 pav. Kino platinimo dalies vertinimas
(skalė nuo 1 – labai žemas iki 5 – labai aukštas)

Atviru ekspertų vertinimu, platinimo veiksniai, turintys didžiausią įtaką konkurencingumui, yra: strateginė valstybės parama platinimui, valstybės palaikoma marketingo veiksmų visuma platinimui užsienio rinkose.

Stipriausiai ir silpniausi kino industrijos veiksniai. Kino industrijos veiksnių nuokrypiai nuo industrijos vidurkio pateikti 30 pav.



30 pav. Rodiklių vertinimų nuokrypiai nuo vidurkių

Stipriausi kino industrijos veiksniai yra kūrėjai: operatoriai ir scenaristai, nuokrypiai nuo vidurkio atitinkamai 1,53 ir 0,88 balo bei komandinis darbas (1,02 balo).

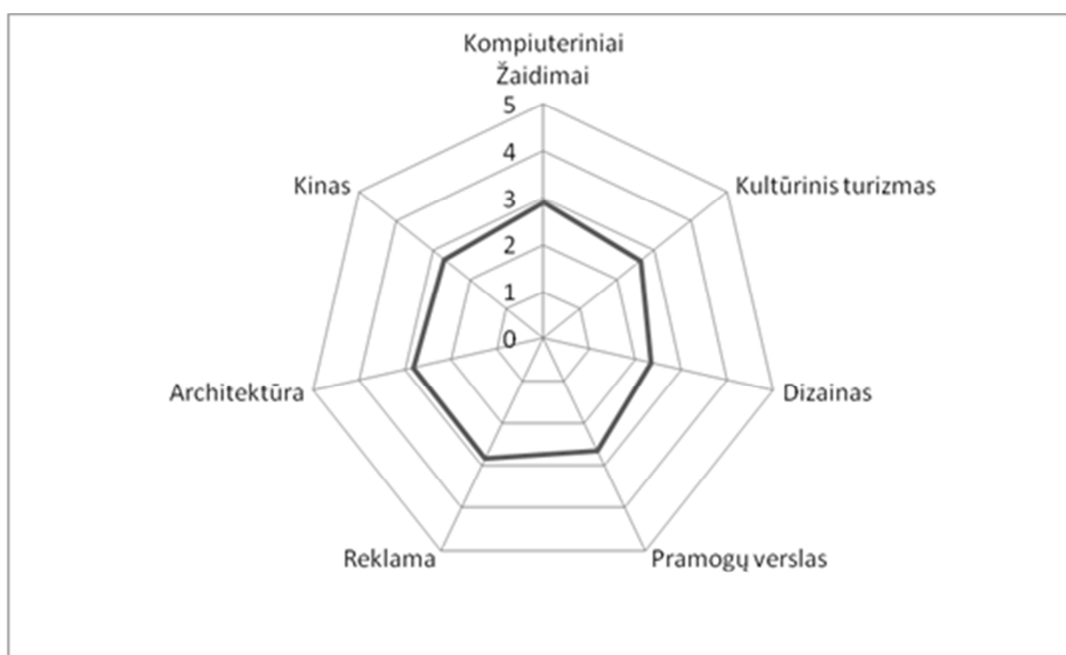
Silpniausi veiksniai: privačių lėšų pritraukimas, LR Vyriausybės tikslinė parama platinimui, scenaristai ir platinimas užsienio rinkose. Tai – kūrimo ir gamybos bei platinimo dalių veiksniai.

5.3. Bendras didžiausią potencialą turinčių kūrybinių industrijų šakų vertinimas

Susisteminius visų analizuotų sričių duomenis, apžvelgiamos visų dalių: kūrimo ir gamybos, produkto bei platinimo, vertinimo tendencijos.

Bendras kūrimo ir gamybos dalies vertinimas atskirose srityse skiriasi nedaug, geriausiai veiklos sektorių vertina kompiuterinių žaidimų, architektūros bei reklamos (atitinkamai 2,9, 2,84 ir 2,83 balo), prasčiausiai – dizaino (2,33 balo) specialistai. Visose srityse, išskyrus architektūrą tai yra vidutinė (nei stipriausia, nei silpniausia) industrijos grandis. Architektūros ekspertai, kūrimo ir gamybos daliai priskyre stipriausios dalies įvertinimą.

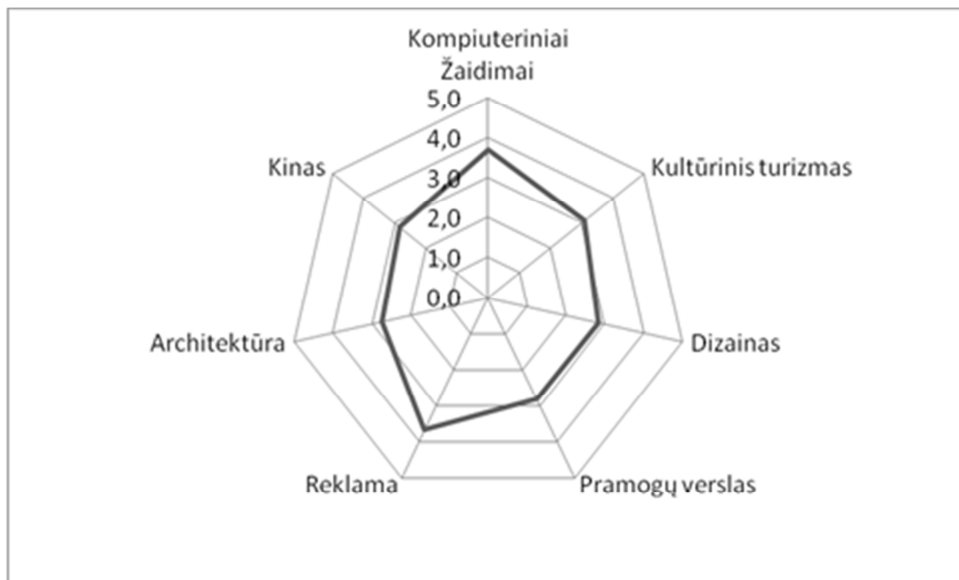
Apibendrinant visų sričių ekspertų paminėtus sektorius plėtrą galinčius paskatinti kūrimo ir gamybos dalies veiksniais, dauguma nurodė veiksniai susijusius su valstybiniu ar regioniniu strateginiu planavimu, švietimą bei kvalifikacijos tobulinimą bei orientaciją į vartotoją.



31 pav. Vidutinis kūrimo ir gamybos vertinimas

Visų sričių (išskyrus architektūrą) ekspertų vertinimu, produktas yra stipriausia nagrinėjamų industrijų dalis. Geriausiai įvertinta produkcija yra kompiuterinių žaidimų bei reklamos (atitinkamai 3,7 ir 3,67 balo), prasčiausiai – kultūrinio turizmo (3,1 balo) srityse.

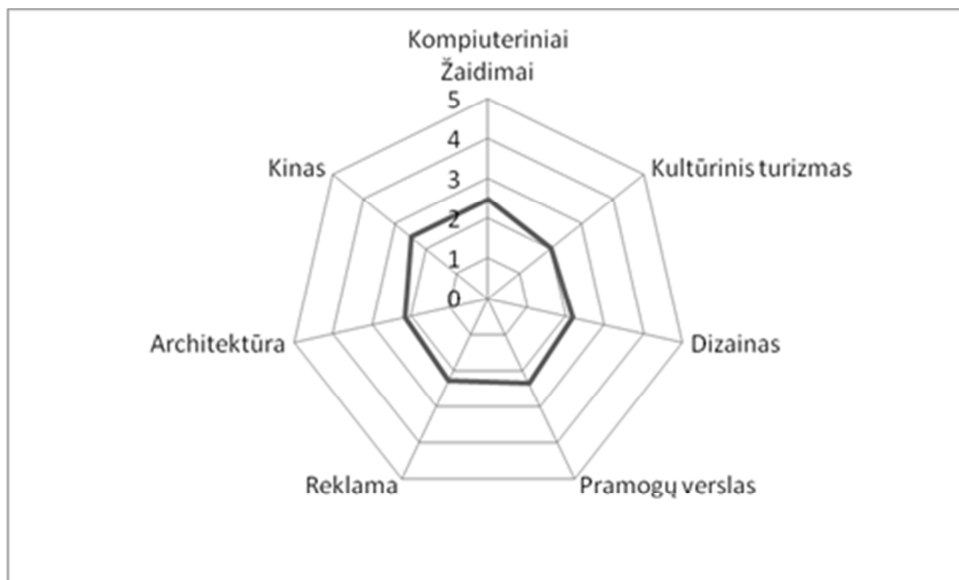
Vertindami produkto dalies veiksniais, galinčius paskatinti konkurencingumą, skirtingų sričių ekspertai minėjo novatoriškumo, kokybės, originalumo, unikalumo bei tapatumo veiksniais.



32 pav. Produkto dalies vidutinis vertinimas

Tyrimo ekspertai, vertindami industrijas, sutinka, kad silpniausia industrijų dalis yra platinimo procesas. Geriausiai įvertintas kompiuterinių žaidimų bei kino (atitinkamai 2,53 ir 2,47 balo), prasčiausiai kultūrinio turizmo (2,03 balo) sričių produkcijos platinimas.

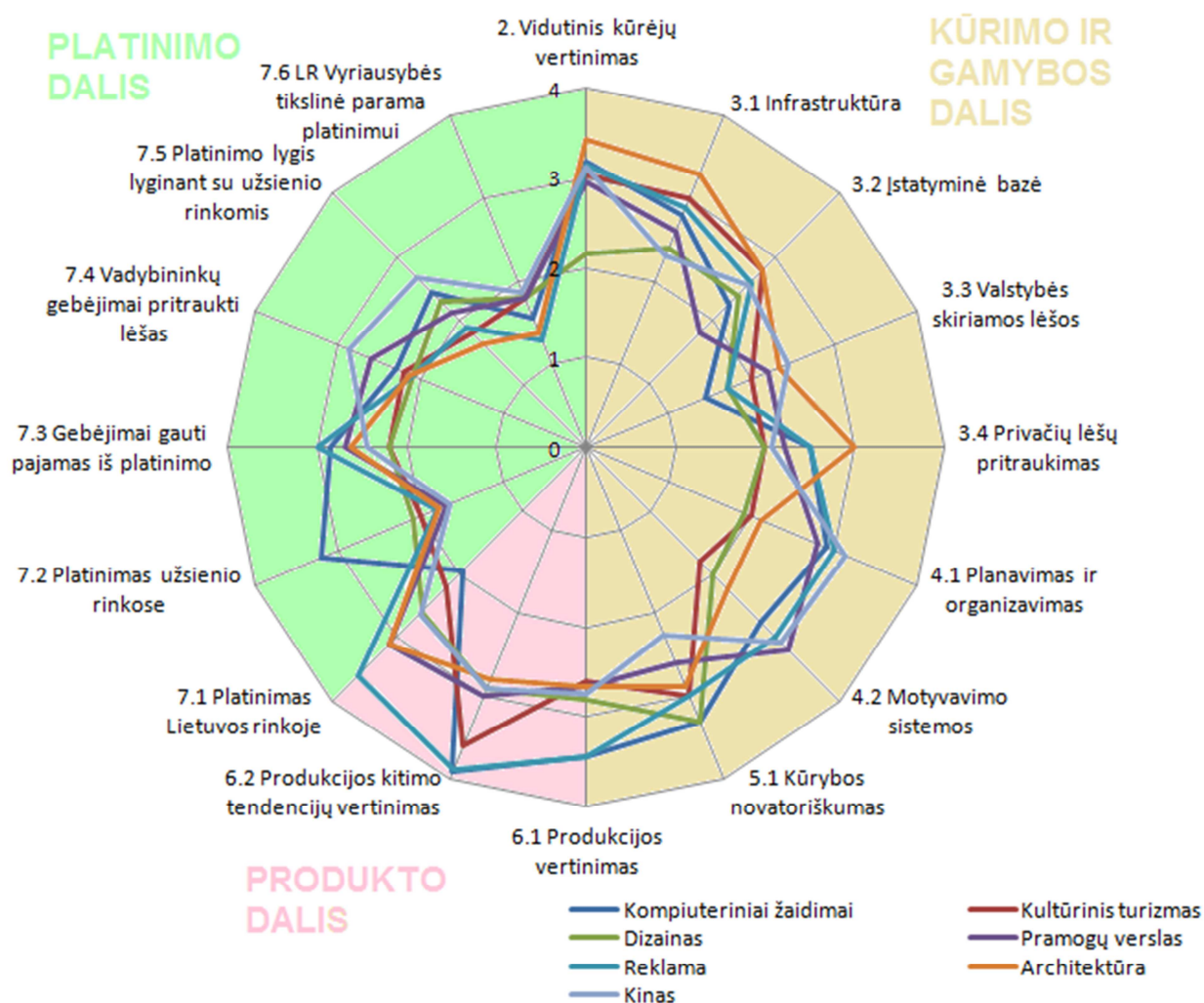
Ekspertų nuomone, pagrindiniai platinimo proceso veiksniai, kurie galėtų padidinti sektoriaus konkurencingumą, yra susiję su tarptautine rinka: įsiliejimas į tarptautinę rinką bei tarptautinių partnerių paieška.



33 pav. Platinimo dalies vertinimas

Bendras visų nagrinėtų kūrybinių industrijų šakų vertinimas pateikiamas 34 pav., o atskirų šakų vertinimo grafikai pateikiami prieduose.

Susisteminius visų šakų duomenis, matoma, kad visų sektorių vertinimas yra vidutinis ar šiek aukštesnis už vidutinį, optimistiškiausi yra kompiuterinių žaidimų bei reklamos, pesimistiškiausi – dizaino sričių ekspertai.



34 pav. Bendras kūrybinių industrijų šakų vertinimas

Įvertinus visų industrijų duomenis, prie silpniausių veiksnių galima priskirti veiksnius, susijusius su finansavimu: LR Vyriausybės parama platinimui, valstybės skiriamos lėšos bei vadybininkų gebėjimai pritraukti lėšas, taip pat prastai įvertinti veiksniai, susiję su platinimu užsienio rinkose.

Analizuojant stipriausius veiksnius, išskiriami produkto bei kūrimo veiksniai: kūrybos novatoriškumas, kūrėjai bei produktų novatoriškumas.

Lyginant kūrimo ir gamybos, produkto bei platinimo dalis, išryškėja stiprios produkcijos bei silpnos platinimo dalies tendencijos, rodančios, kad aukštų vertinimų produkcijos potencialas nėra pilnai išnaudojamas galimam sektoriaus efektyvumui pasiekti.

6. KULTŪRINIŲ IR KŪRYBINIŲ INDUSTRIJŲ POVEIKIS SOCIALINEI APLINKAI IR REGIONŲ TOLYGIAM VYSTYMUISI

Šiuo metu kūrybinių industrijų sektorius užima vis didesnę vaidmenį Lietuvos ūkyje: šis sektorius Lietuvoje sukuria beveik 5 proc. pridėtinės vertės (kas yra daugiau, nei sukuriamą žemės ūkyje, ir gali būti palyginama su statybos sektoriumi), taip pat apie 5 proc. šalies eksporto sudaro kūrybinių industrijų produktai bei paslaugos. Kūrybinės industrijos yra vertinamos kaip sektorius, kuris gali tapti vienu iš ilgalaikės sėkmės veiksnių bei atsparumo ekonominiams sukrėtimams garantija, taip prisidedantis prie bendros ekonomikos ir finansų sistemos tvarumo.⁶⁴ Todėl labai svarbu analizuoti šio sektoriaus situaciją šalyje ir įvertinti planuojamą plėtrą atskiruose regionuose.

Lyginant su kitais sektoriais, kultūrinių ir kūrybinių industrijų sektorius yra santykinai naujas, neturintis vieningo, aiškaus apibrėžimo. Šiandien skirtinguose šaltiniuose galima rasti įvairių kūrybinių industrijų apibrėžimų, tačiau šioje analizėje bus remiamasi Lietuvos rinkoje dažnai sutinkamu apibrėžimu, kai kūrybinės industrijos yra suvokiamos kaip veiklos, kurių pagrindas yra individo kūrybiškumas, gebėjimai bei talentas ir kurios gali kurti materialią gerovę bei darbo vietas, kurdamos intelektinę nuosavybę⁶⁵. Šis apibūdinimas gana aiškiai apibrėžia kūrybinių industrijų veiklas ir yra dažnai naudojamas kituose strateginiuose dokumentuose bei analizėse.

Šiame skyriuje pateikiama dešimties Lietuvos regionų (Alytaus, Kauno, Klaipėdos, Marijampolės, Panevėžio, Šiaulių, Tauragės, Telšių, Utenos, Vilniaus regionų) 2014 - 2020 metų plėtros planų⁶⁶ analizė. Pirmiausia įvertinami regionų plėtros planai pagal 2012 - 2020 Nacionalinės pažangos programą, toliau pristatoma regionų plėtros planų analizė remiantis kūrybinių industrijų veiklų klasifikavimu pagal Jungtinių Tautų UNCTAD ir EVRK klasifikatorius, taip pat pateikiama bendra Lietuvos regionų plėtros planų apžvalga ir detali jų analizė bei KKI aspekto juose įvertinimas. Galiausiai regionai palyginami pagal skiriamas lėšas su KKI susijusiems tikslams pasiekti.

⁶⁴ Martinaitytė, E., Kregždaitė, R. „Kūrybinių industrijų įtaka ekonomikos plėtrai“, Socialinių mokslų studijos, 2013, 5(4), p. 1094–1108

⁶⁵ „Creative Industries Mapping Document“, Department for Culture, Media and Sport, UK, 2001.

⁶⁶ Regioninės plėtros departamentas prie vidaus reikalų ministerijos, prieiga per internetą: <http://www.lietuvosregionai.lt/lietuvos-regionai/>

6.1. Lietuvos regionų plėtros planų analizė 2012 - 2020 Nacionalinės pažangos programos kontekste

Visų pirma, Lietuvos regionų plėtros planų analizės kontekste vertėtų apžvelgti 2012 - 2020 Nacionalinės pažangos programą (patvirtinta 2012 m. lapkričio 28 d. LR Vyriausybės nutarimu Nr. 1482), kurioje nustatomos ilgalaikių valstybės prioritetų įgyvendinimo kryptys, numatomas Europos Sąjungos finansinės paramos panaudojimas ilgalaikiams valstybės prioritetams įgyvendinti.⁶⁷ Nacionalinė pažangos programa (toliau – NPP) yra skirta Lietuvos pažangos strategijai „Lietuva 2030“ įgyvendinti ir apjungia pagrindines Lietuvos pažangos strategijos „Lietuva 2030“ ir Europos Sąjungos strategijos „Europa 2020“ nuostatas.⁶⁸ NPP rengiama siekiant sukurti pažangią, modernią ir stiprią valstybę, pasižyminčią sumanios visuomenės, sumanios ekonomikos ir sumanaus valdymo derme.⁶⁹ Analizuojant Lietuvos regionų plėtros planus, yra būtina įvertinti ir 2012 - 2020 Nacionalinės pažangos programą bei jos įtaką problematikai, nagrinėjamai regionų plėtros planuose.

Nacionalinės pažangos programoje išskiriami trys horizontalieji prioritetai – „Kultūra“, „Regioninė plėtra“ ir „Sveikata visiems“, apimantys sritis, kurioms būdingos kompleksinės problemos ir kurių negalima išspręsti pasitelkus vienos ar kelių sektorinių politikų priemones. Numatytuose prioritetuose tikimasi pasiekti esminį proveržį derinant tematinuose prioritetuose numatytas kryptis.⁷⁰ Toliau šioje ataskaitos dalyje detaliau analizuojamas horizontalusis prioritetas „Kultūra“, taip pat atsižvelgiant ir į numatomą kūrybinių industrijų vaidmenį.

Kaip pabrėžiama „Lietuva 2030“ strategijoje, būtent Lietuvos piliečių kultūros, mąstymo, elgsenos pokyčiai ir visuomenės vertybės turės įtaką sėkmingai šalies raidai.⁷¹ Šių procesų katalizatoriumi turėtų tapti kultūros sektorius, įtvirtinant vieną iš trijų pagrindinių vertybinių nuostatų – kūrybingumą. Kultūra grindžiamas kūrybingumas turi įtakos tiek naujų inovatyvių produktų ir paslaugų kūrimuisi, suteikia žmogui įkvėpimą mokytis, tiek stiprina bendruomenes, didina socialinių grupių sąsajas bei gerina vietos įvaizdį, kuria privačiojo ir viešojo sektoriaus partnerystę ir teigiamai veikia miestų ir regionų plėtrą. „Kultūros“ prioriteto įgyvendinimui labai svarbu yra kryptingas visų kultūros sektorių gyvybingumo ir prieinamumo didinimas bei kokybiškų kultūros paslaugų plėtra visoms gyventojų grupėms. Todėl būtina mažinti atotrūkį

⁶⁷ Lietuvos regioninė politika, Vidaus reikalų ministerija, prieiga per internetą: <http://www.nrp.vrm.lt/index.php?id=2614>

⁶⁸ Nacionalinė pažangos programa, prieiga per internetą: <http://www.esparama.lt/nacionaline-pazangos-programa1>

⁶⁹ LR Vyriausybės nutarimas dėl 2014–2020 metų nacionalinės pažangos programos patvirtinimo, prieiga per internetą: http://www3.lrs.lt/pls/inter3/dokpaieska.showdoc_1?p_id=439028&p_query=&p_tr2=2

⁷⁰ http://www3.lrs.lt/pls/inter3/dokpaieska.showdoc_1?p_id=439028&p_query=&p_tr2=2

⁷¹ Lietuvos Respublikos Vyriausybė, prieiga per internetą: <http://www.lrv.lt/bylos/veikla/2030.pdf>

kultūros paslaugų ir kūrybiškumo subalansavime tarp centro ir periferijos visoje Lietuvoje, investuojant į Lietuvos kultūros įstaigų tinklo infrastruktūrą, suteikiant impulsų naujų paslaugų, produktų ir iniciatyvų kūrimuisi, skatinant kūrybinių ir kultūrinių industrijų plėtrą ir pan.⁷² Taigi, galima matyti, kad kultūra yra identifikuojamas kaip ilgalaikis valstybės prioritetas, kurio subalansavimas labai svarbus ir Lietuvos regionų atžvilgiu.

Prioriteto „Kultūra“ iškeltas bendrasis tikslas – stiprinti visuomenės tapatybę, kūrybingumą, plėtojant konkurencingas kultūros paslaugas visoje Lietuvoje. Bendrojo tikslo įgyvendinimui keliami tokie tikslai:

- 1) Stiprinti visuomenės kultūrinę tapatybę ir kūrybingumą;
- 2) Plėtoti aukštos kokybės kultūros paslaugas ir jų infrastruktūrą.

Šių tikslų įgyvendinimui yra suformuluoti 6 uždaviniai, apimantys skirtingas kultūros sritis, tokias kaip: kultūros paveldo išsaugojimas, kūrybingumo ir dalyvavimo kultūrinėje veikloje skatinimas, fizinės ir informacinės kultūros infrastuktūros modernizavimas, gyventojų nacionalinės tapatybės stiprinimas, kultūrinių ir kūrybinių industrijų plėtros skatinimas, kultūros srities tyrimų ir analizės vykdymas. Nacionalinės pažangos programoje KKI yra identifikuojama kaip viena iš dėmesio sulauksiančių sričių ir tai įvairiapusiškai atsispindi programos uždavinių lygmenyje. Tolimesnėje analizėje pateikiamas Kultūros prioriteto atspindėjimas skirtinguose regionuose pagal uždavinius (apibendrinimas pateikiamas 11 lentelėje).

⁷² Nacionalinė pažangos programa, prieiga per internetą: <http://www.esparama.lt/nacionaline-pazangos-programa1>

11 lentelė. NPP prioriteto “Kultūra” uždavinių įgyvendinimas Lietuvos regionų plėtros planuose

N r.	Uždaviniai	Alytaus	Kauno	Klaipėdos	olės	Panevėžio	Šiaulių	Tauragės	Telšių	Utenos	Vilniaus
1.	6.1.1 Išsaugoti ir aktualizuoti kultūros paveldą, pritaikyti jį visuomenės ugdymo, jos kultūrinės tapatybės stiprinimo, kultūrinio ir pažintinio turizmo poreikiams										
2.	6.1.2 Skatinti kūrybingumą ir lyderystę, dalyvavimą kultūrinėje veikloje, bendruomenių kultūrinį aktyvumą ir integraciją										
3.	6.1.3 Stiprinti ir vystyti Lietuvos piliečių ir lietuvių kilmės užsienio gyventojų nacionalinę tapatybę globalizacijos kontekste, formuoti pozityvią viešąją erdvę										
4.	6.2.1 Modernizuoti kultūros fizinę ir informacinę infrastruktūrą, plėtoti viešąsias erdves pritaikant visuomenės kultūrinių kompetencijų ugdymo poreikiams, plėtoti kultūros darbuotojų kompetencijas										
5.	6.2.2 Skatinti kūrybinių ir kultūrinių industrijų plėtrą, su menu ir kultūra susijusias inovacijas bei šių inovacijų tarpsektorinę plėtrą, kultūros eksportą										
6.	6.2.3 Vykdyti kultūros srities tyrimus, kultūros paslaugų poreikių analizę, su kultūra susijusius MTEP										

Remiantis šiais iškeltais uždaviniais, vertinant atskirus Lietuvos regionus, matome, kad Nacionalinės pažangos programos nuostatas savo plėtros planuose regionai įgyvendina skirtingai ir skiria nevienodą dėmesį NPP atspindėjimui regioniniuose planuose. Beveik visuose regionuose yra atsižvelgiama į NPP iškelto kultūros prioriteto uždavinius, susijusius su: kultūros paveldo išsaugojimu ir aktualizavimu (NPP uždavinys nr. 6.1.1 Išsaugoti ir aktualizuoti kultūros paveldą, pritaikyti jį visuomenės ugdymo, jos kultūrinės tapatybės stiprinimo, kultūrinio ir pažintinio turizmo poreikiams.) bei kultūros infrastruktūros modernizavimu (NPP uždavinys nr. 6.2.1 Modernizuoti kultūros fizinę ir informacinę infrastruktūrą, plėtoti viešąsias erdves pritaikant visuomenės kultūrinių kompetencijų ugdymo poreikiams, plėtoti kultūros darbuotojų kompetencijas).

Regionų planuose mažiausiai akcentuojama tema yra gyventojų nacionalinės tapatybės stiprinimas (NPP uždavinys nr. 6.1.3 Stiprinti ir vystyti Lietuvos piliečių ir lietuvių kilmės užsienio gyventojų nacionalinę tapatybę globalizacijos kontekste, formuoti pozityvią viešąją erdvę). Vertinant Nacionalinės pažangos programos nuostatų atsispindėjimą regionuose, nesimato ryškių

tendencijų, kurios galėtų pagrįsti vienos ar kitos tematikos akcentavimą regionų plėtros planuose, t.y. kad tematikos būtų pasiskirsčiusios geografiškai, pagal sukuriama BVP dalį ar pan.

Vienas iš NPP uždavinių, kūrybinių ir kultūrinių industrijų plėtros skatinimas (Nr. 6.2.2 Skatinti kūrybinių ir kultūrinių industrijų plėtrą, su menu ir kultūra susijusias inovacijas bei šių inovacijų tarpsektorinę plėtrą, kultūros eksportą) yra labiausiai tiesiogiai susijęs su KKI plėtra regionuose, todėl toliau analizėje gilinamasi į numatomas priemones šiam uždaviniui įgyvendinti. Uždavinio įgyvendinimą į regionų plėtros planus 2014 - 2020 m. yra įtraukę šie regionai: Kauno, Marijampolės, Tauragės, Utenos regionai.

Šio uždavinio įgyvendinimo priemonės, pateikiamos Nacionalinėje pažangos programoje (12 lentelė), skirtingais būdais skatina KKI plėtrą, pasitelkiami skirtingi finansavimo mechanizmai. Uždavinio įgyvendinimas priklauso ne tik nuo regionų administracijų, bet ir nuo kitų institucijų. Apskritai, šis uždavinys yra įgyvendinamas priemonėmis, orientuotomis į:

- Kūrybingumo infrastruktūros plėtrą (priemonė nr. 6.2.2.1)
- Paskatų verslumui KKI kūrimą (priemonė nr. 6.2.2.2)
- KKI įmonių tarptautiškumo skatinimą (priemonė nr. 6.2.2.3)
- Naujų produktų kūrimą ir tarpsektorinį bendradarbiavimą (priemonė nr. 6.2.2.4)

Detalizuojant kiekvienos iš priemonių galimus finansavimo šaltinius, pastebima, kad yra įvairūs finansavimo mechanizmai, prieinami KKI skatinimo iniciatyvoms. Kūrybingumo infrastruktūros plėtra yra skatinama regiono savivaldybių bei valstybės biudžeto lėšomis, Europos Sąjungos struktūrinių fondų lėšomis ir kitais finansavimo šaltiniais. Didžiausias indėlis į šios priemonės įgyvendinimą yra iš savivaldybių, kurios ir skatina menų inkubatorių kūrimą bei didina prieinamumą prie kultūros ir meno produktų. Paskatos verslumui KKI srityje kuriamos per finansinės inžinerijos priemones, kurios dažniausiai yra aktualios jaunoms ir galimai aukštą pridėtinę vertę kuriančioms įmonėms. 2007 - 2013 m. Finansinės inžinerijos priemonės buvo taikomos per INVEGA ir tuo pačiu Lietuvoje veiklą vykdančiais komerciniais bankais, dalinai finansuojant palūkanas. Vertinant 2014 - 2020 laikotarpį, tikėtina, kad panašūs finansavimo mechanizmai bus išlaikyti ir 2012 - 2014 m.⁷³ KKI įmonių tarptautiškumo skatinimas, labiausiai tikėtina, bus realizuojamas per Ūkio ministerijai pavaldžias įstaigas, skatinančias eksporto vystymąsi – ES struktūrinių fondų paramą privataus sektoriaus investicijų į eksporto plėtrą skatinimui ir kitas asocijuotas verslo struktūras. Tarpsektorinis bendradarbiavimas ir investicijos į MTEP veiklas bei inovatyvių produktų kūrimas dažniausiai įgyvendinamas privataus sektoriaus lėšomis, padedant ES struktūrinių fondų finansavimui.

⁷³ Patvirtintos finansinių priemonių įgyvendinimo taisyklės, prieiga per internetą: <http://www.esinvesticijos.lt/lt/naujienos/patvirtintos-finansiniu-priemoniu-igyvendinimo-taisykles>

12 lentelė. KKI plėtros finansavimo šaltiniai

KKI plėtros skatinimas	KKI plėtros finansavimo šaltiniai
6.2.2.1. skatinti kūrybingumo infrastruktūros plėtrą (pavyzdžiui, menų inkubatorių tinklo plėtrą), siekiant didinti šalies kultūros produktų konkurencingumą, žinomumą ir sklaidą, skatinant tam tikrų produktų (pavyzdžiui, architektūros, interjero, mados dizaino, grafinio ir komunikacijų dizaino ir panašiai) įsiliejimą į gamybą, gerinant prieinamumą prie kultūros ir meno produktų bei paslaugų (prioriteto „Į aukštą pridėtinę vertę orientuota, integrali ekonomika“ 4.1.2 uždavinys);	<ul style="list-style-type: none"> - Regiono savivaldybių biudžetų lėšos, - Valstybės biudžeto lėšos, - Europos Sąjungos struktūriniai fondai, - Kiti finansavimo šaltiniai
6.2.2.2. kurti finansinės inžinerijos ir kitas paskatas verslumui kūrybinių ir kultūrinių industrijų srityje (prioriteto „Ekonominiam augimui palanki aplinka“ 3.1.2 uždavinys, 3.1.2.4 kryptis);	<ul style="list-style-type: none"> - Ūkio ministerijos ir pavaldžių įstaigų kvietimai privataus verslo finansavimui - Lengvatinės INVEGA paskolos - Kiti finansavimo šaltiniai
6.2.2.3. kurti paskatas kūrybinių ir kultūrinių industrijų įmonių ir jų produkcijos pristatymui užsienyje vykstančiose tarptautinėse parodose, kontaktų mugėse, verslo misijose, ekspozicijose, festivaliuose ir kita, įskaitant pristatymui reikalingos rinkodaros medžiagos parengimą (prioriteto „Į aukštą pridėtinę vertę orientuota, integrali ekonomika“ 4.1.3 uždavinys);	<p>Eksporto skatinimo iniciatyvos:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Versli Lietuva - LVPA „Naujos Galimybės“ - Kitos asocijuotos verslo struktūros ir kt.
6.2.2.4. remti naujų produktų bei paslaugų kūrimą ir panaudojimą, skatinant tarpsektorinį bendradarbiavimą (prioriteto „Į aukštą pridėtinę vertę orientuota, integrali ekonomika“ 4.1.2 uždavinio 4.1.2.6 kryptis).	<ul style="list-style-type: none"> - MITA - LVPA „Intelektas LT/LT+“ ir kt. - Kiti finansavimo šaltiniai

Įvertinus Nacionalinės pažangos programos įgyvendinimą regionų plėtros planuose, galima pastebėti, kad regionuose yra daugiausiai atsižvelgiama į uždavinius, susijusius su kultūros paveldo išsaugojimu ir aktualizavimu bei kultūros infrastruktūros modernizavimu. Tuo tarpu mažiausiai dėmesio skiriama gyventojų nacionalinės tapatybės stiprinimui. Apžvelgus galimus KKI plėtros finansavimo šaltinius, matoma, kad tinkamai ir efektyviai KKI plėtrai yra būtina išnaudoti visas finansavimo galimybes, skatinant bendradarbiavimą tarp privataus ir viešojo sektoriaus, regionų plėtros iniciatyvas bei eksporto skatinimą.

6.2. Lietuvos regionų plėtros planų 2014 - 2020 m. analizė pagal UNCTAD ir EVRK klasifikatorius

Atliekant Lietuvos regionų plėtros planų analizę, buvo naudojamosi kūrybinių industrijų veiklų klasifikavimu pagal Jungtinių Tautų UNCTAD ir EVRK klasifikatorius (1 priedas). Vadovaujantis šiuo klasifikatoriumi, kūrybinių industrijų veiklos skirstomos į dvi pagrindines grupes:

- 1) Tradicinės kultūrinės veiklos (paveldas, menai)
- 2) Naujosios kūrybinių industrijų veiklos (medijos, taikomoji kūryba).

Šios dvi veiklos kryptys iš esmės skiriasi pagal savo pobūdį. Pirmoji veiklų grupė apima tokias kultūrinės vietas kaip muziejai, bibliotekos ir archyvai, istorinės vietos, taip pat įvairius amatus, kitas tradicinės kultūros išraiškas bei vaizduojamuosius ir scenos menus. Vertinant bendrai, tai dažniausiai yra kultūros sklaidos priemonės, finansuojamos iš LR valstybės arba savivaldybių lėšų. Įvertinus organizacijų finansavimo infrastruktūrą, galima matyti, kad dauguma jų veikia kaip viešosios įstaigos arba kitaip kūrybą bei meną skatinančios iniciatyvos, kurios dažniausiai yra komerciškai nepatrauklios, todėl prie jų išlaikymo prisidedama viešomis lėšomis arba mecenatų finansavimu. Dėl šios priežasties dažniausiai šios sritys yra finansuojamos veiklos palaikymui.

Tuo tarpu antroji veiklų grupė dažniausiai yra privataus sektoriaus organizacijos arba individai, kurie veikia komercinėmis paskatomis, todėl jų veiklos finansavimas būtų neracionalus, nes jos pačios gali save išlaikyti. Taigi, dėl to šių ekonominės veiklos rūšies bendrovių finansavimas jų išlaikymui yra nebūtinai. Šių KKI plėtra dažniausiai yra vykdoma pasitelkiant privataus sektoriaus konkurencingumo didinimo finansavimui įprastus mechanizmus, tokius kaip investicijos į aukštos pridėtinės vertės kūrimo infrastruktūrą ar kitus finansiškai įvertinamus rodiklius.

Taigi nenuostabu, kad įvertinus regionų plėtros planų uždavinius ir priemones, matoma gana aiški tendencija, kokios veiklos rūšys pagal UNCTAD bei EVRK klasifikatorius yra finansuojamos arba numatomos finansuoti regionų administracijose (13 lentelė). Dažniausiai regionų plėtros planuose yra numatoma finansuoti būtent kultūrinės vietas – tai apima bibliotekų ir archyvų, veiklą, muziejų veiklą, istorinių vietų ir pastatų bei panašių turistų lankomų vietų eksploatavimą. Alytaus, Kauno bei Utenos regionų plėtros planuose taip pat skiriama dėmesio ir amatams. Pagal klasifikatorių, amatai apima tokias veiklų grupes kaip suvenyrų, meno dirbinių ir religinių reikmenų specializuota mažmeninė prekyba, keraminių dirbinių gamyba, akmens pjaustymas ir apdailinimas, dirbtinės bižuterijos gamyba, žaidimų ir žaislų gamyba bei papuošalų ir panašių dirbinių gamyba, tačiau regionų plėtros planų priemonėse amatai nėra detalizuojami iki konkrečių amatų rūšių.

Taip pat galima paminėti, kad vaizduojamieji menai ir scenos menai nėra tiesiogiai įtraukiami į regionų plėtros planų priemones, nors jie dažniausiai finansuojami iš valstybės biudžeto lėšų. Tačiau svarbu atkreipti dėmesį į tai, kad tik viename iš dešimties (Alytaus regiono) regionų planų yra pateikiamos priemonių detalizacijos, kuriose galima rasti daugiau informacijos apie planuojamų priemonių pobūdį, pavyzdžiui, Alytaus regiono plėtros plano priemonių detalizacijoje minimas kino teatrų steigimas kaimo vietovėse, kas priklauso jau Naujosioms kūrybinių industrijų veikloms. Todėl gali būti, kad ir kiti regionai priemonių detalizacijose numatys daugiau veiklų, kurios priklausytų Naujosioms kūrybinių industrijų veikloms, tačiau šiandien šiuo aspektu palyginti regionų plėtros planų kol kas dar negalima, todėl analizėje pateikiamas tik bendras planų vertinimas pagal esamą situaciją.

13 lentelė. KI UNCTAD klasifikacija

KI UNCTAD klasifikacija			Alytaus	Kauno	Klaipėdos	Marijampolės	Panevėžio	Šiaulių	Tauragės	Telšių	Utenos	Vilniaus
			1.Tradicinės kultūrinės veiklos	1.1.Paveldas	1.1.1. Kultūrinės vietos							
1.1.2. Amatai												
1.1.3. Tradicinės kultūrinės išraiškos												
1.2. Menai	1.2.1. Vaizduojamieji menai											
	1.2.2. Scenos menai											

Šaltinis: Lietuvos kūrybinių ir kultūrinių industrijų sektoriaus konkurencingumo tyrimas, Vilnius, 2014

Analizuojant pagrindines kūrybinių industrijų veiklos grupes, išryškėjo tai, kad regionų plėtros planuose daugiausia dėmesio skiriama tradicinės kultūrinės veiklos finansavimui. Tuo tarpu naujosios kūrybinių industrijų veiklos, kurios apima įvairią kūrybinę veiklą, tokią kaip naujoji žiniasklaida (spauda, radijas, televizija, kinas), reklama, dizainas, kūrybinė veikla, susijusi su informacinėmis technologijomis, tiesiogiai į regionų plėtros planus nėra įtraukiamos (arba negali būti identifikuojamos dėl kol kas nepateiktų regionų plėtros planų priemonių detalizacijų) – dažniausiai jų kultūros politika „nesaugo“ ir jos nėra viešojo administravimo sektoriaus planuose prižiūrimas objektas. Tačiau šios veiklos netiesiogiai gali būti finansuojamos per kultūros infrastruktūros plėtrą.

6.3. Bendra Lietuvos regionų plėtros planų 2014 - 2020 m. apžvalga ir KKI aspekto juose įvertinimas

Toliau analizėje apžvelgiami ir palyginami visų Lietuvos regionų plėtros planai 2014 - 2020 metams, apibendrinant juose keliamus prioritetus, tikslus bei uždavinius. Svarbu paminėti, kad

strateginiai planai įvairiuose Lietuvos regionuose skiriasi – skirtinguose regionuose tikslai interpretuojami skirtingai ir skiriasi jų mastas, apimtis, poveikis, objektas ir t.t. Taip pat, vienuose planuose tam tikras veiksmas yra priskiriamas prie tikslų, kituose – prie uždavinių ir tai apsunkina tiesioginį šių planų palyginimą.

Visuose regionų plėtros planuose yra išskirti regiono plėtros prioritetai, kurie numato regiono dėmesio skyrimą tam tikroms sritims. Regionų plėtros planai yra kompleksiniai ir apima įvairias regionų problematikos sritis, tačiau koncentruojantis į KKI, jų motyvai yra padengiami skirtinguose regionų prioritetuose. Apibendrinant, galima teigti, kad visuose regionų plėtros planuose vyrauja trys pagrindinės svarbiausių prioritetų grupės, susijusios su:

- Konkurencinga ekonomika;
- Darnia bendruomenė;
- Gyvenimo kokybės gerinimu.

Išanalizavus Lietuvos regionų plėtros planus, galime matyti, kad visų regionų planuose formuluojant tikslus bei uždavinius, yra atsižvelgiama ir į KKI (sudėtinga įvertinti Vilniaus ir Klaipėdos regionų plėtros planus, nes jie yra nebaigtiniai, nėra pateikiamas priemonių planas bei lėšų poreikis). Visų regionų plėtros planų tikslai ir uždaviniai, susiję su KKI, buvo sugrupuoti į pagrindines septynias išryškėjusias tikslų grupes:

- 1) Turizmo plėtojimas (Alytaus, Kauno, Klaipėdos, Marijampolės, Panevėžio, Šiaulių, Tauragės, Telšių, Utenos regionai);
- 2) Švietimo ir ugdymo paslaugų kokybės gerinimas (Alytaus, Kauno, Marijampolės, Panevėžio, Tauragės, Telšių, Utenos regionai);
- 3) Kultūros infrastruktūros plėtojimas (Alytaus, Kauno, Klaipėdos, Marijampolės, Panevėžio, Šiaulių, Tauragės, Telšių, Utenos, Vilniaus regionai);
- 4) Mokslo ir verslo partnerystės, inovacijų ir mokslinių tyrimų skatinimas (Kauno, Klaipėdos, Marijampolės, Panevėžio regionai);
- 5) Kūrybiškumo ir dalyvavimo kūrybinėje veikloje skatinimas (Alytaus, Marijampolės, Šiaulių, Tauragės, Utenos, Vilniaus regionai);
- 6) Bendruomenių ir nevyriausybinių organizacijų vaidmens didinimas (Marijampolės, Panevėžio, Telšių, Utenos regionai);
- 7) Tapatybės ir pilietiškumo stiprinimas (Marijampolės, Šiaulių, Vilniaus regionai).

Vertinant regionų tikslų grupes, susijusias su KKI, galima pastebėti, kad kultūros infrastruktūros plėtojimas kaip tikslas yra iškeltas visų dešimties regionų plėtros planuose. Kitos labiausiai vyraujančios ir įtrauktos į beveik visus plėtros planus sritys – tai turizmo plėtojimas bei

švietimo ir ugdymo paslaugų kokybės gerinimas. Tuo tarpu mažiausiai dėmesio skiriama tapatybės ir pilietiškumo skatinimui bei mokslo ir verslo partnerystės, inovacijų ir mokslinių tyrimų skatinimui.

Vertinant tikslų grupes atskirai pagal regionus, daugiausia skirtingo pobūdžio tikslų, susijusių su KKI, yra iškėlę Marijampolės, Alytaus bei Utenos regionai. Reikėtų pastebėti, kad Marijampolės regionas išsiskiria kaip bandantis savo plėtros plane padengti visas sritis ir skirtingas tikslų grupes, tačiau dėl to iškyla gana didelė rizika, kad regiono plėtros planas neskiria pakankamai dėmesio ir finansavimo kiekvienai iš sričių ir nesprendžia svarbiausių probleminių klausimų, o paviršutiniškai stengiasi apimti visas sferas. Tuo tarpu didieji regionai, tokie kaip Vilniaus, Kauno, Klaipėdos regionai, turintys ženkliai daugiau patirties skatinant KKI plėtrą, aiškiai nusimato kelias prioritetines sritis ir orientuojasi į 3-4 pagrindinius tikslus, padėsiančius skatinti KKI plėtrą.

14 lentelė. Pagrindinės Lietuvos regionų plėtros planų 2014 - 2020 m. tikslų grupės

Nr.	Tikslų grupė	Alytaus	Kauno	Klaipėdos	Marijampolės	Panevėžio	Šiaulių	Tauragės	Telšių	Utenos	Vilniaus
1	Turizmo plėtojimas, kultūrinio paveldo atnaujinimas										
2	Švietimo ir ugdymo paslaugų kokybės gerinimas										
3	Kultūros infrastruktūros plėtojimas										
4	Mokslo ir verslo partnerystės, inovacijų ir mokslinių tyrimų skatinimas										
5	Kūrybiškumo ir dalyvavimo kūrybinėje veikloje skatinimas										
6	Bendruomenių ir nevyriausybių organizacijų vaidmens didinimas										
7	Gyventojų tapatybės ir pilietiškumo skatinimas										

Šaltinis: regionų plėtros planai 2014-2020 metams.

Apibendrinant išskirtas regionų plėtros planų tikslų grupes, galima pastebėti, kad dvi labiausiai vyraujančios tikslų grupės yra susijusios su kultūros infrastruktūros plėtojimu ir turizmo plėtojimu bei kultūrinio paveldo atnaujinimu.

Taip pat vertėtų giliau paanalizuoti regionų plėtros planuose numatytas priemones tikslų grupėms pasiekti. Pirmiausia, galima pastebėti, kad skirtinguose regionuose tikslai ir jų įgyvendinimas yra vykdoma skirtingai – vienuose planuose pasitelkiamos įvairios priemonės, kituose – iš viso nėra detalizuojama iki priemonių, todėl uždaviniai lieka abstraktūs. Daugelio

regionų plėtros planuose pateikiamos priemonės nėra pakankamai detalizuotos, jose trūksta konkretumo ir aiškumo, todėl tai apsunkina priemonių vertinimą ir palyginimą tarp skirtingų regionų (kaip minėta anksčiau, vienintelio Alytaus regiono plėtros plane yra pateikiami išsamesni priemonių aprašymai).

Analizuojant priemones, taikomas pirmai tikslų grupei – turizmo plėtojimui pasiekti, buvo išskirtos tokios pagrindinės priemonių grupės:

- a) Turizmo infrastruktūros plėtra, maršrutų vystymas (Alytaus, Kauno, Klaipėdos, Marijampolės, Panevėžio, Šiaulių, Tauragės, Utenos regionai);
- b) Turizmo rinkodaros vykdymas (Alytaus, Klaipėdos, Marijampolės, Šiaulių regionai);
- c) Kultūros paveldo ir aplinkos objektų pritaikymas turizmui (Kauno, Klaipėdos, Marijampolės, Tauragės, Telšių, Utenos regionai).

Švietimo ir ugdymo paslaugų kokybės gerinimo įgyvendinimui išskirtos tokios pagrindinės priemonių grupės:

- a) Stiprinti kultūros ir švietimo įstaigų (muziejų, bibliotekų, meno veiklas vykdančių centrų ir kt.) galimybes teikti formalaus ir neformalaus ugdymo paslaugas (Alytaus, Marijampolės, Panevėžio, Tauragės, Utenos regionai);
- b) Rekonstruoti menų, sporto mokyklų, jaunimo centrų ir kitų neformaliojo švietimo mokyklų pastatus, patalpas, atnaujinti įrangą, sutvarkyti teritorijas, pritaikant vaikų ir jaunimo neformaliam ugdymui (Telšių regionas).

Kultūros infrastruktūros plėtojimui regionų plėtros planuose išskirtos tokios pagrindinės priemonių grupės:

- a) Optimizuoti ir modernizuoti kultūros įstaigų (kultūros centrų, muziejų, viešųjų bibliotekų ir kt.) ar kitos paskirties apleistų pastatų fizinę ir informacinę infrastruktūrą, plėtoti kultūros darbuotojų kvalifikaciją ir valdymo efektyvumą, skatinant paslaugų prieinamumą (Alytaus, Marijampolės, Panevėžio, Šiaulių, Tauragės, Telšių, Utenos, Vilniaus regionai);
- b) Netradicinių erdvių pritaikymas kultūros paslaugoms regionuose ir alternatyvių miestų mikrorajonų kultūrinių erdvių formavimas (Alytaus, Marijampolės, Tauragės, Šiaulių regionai);
- c) Kultūros paveldo išsaugojimas ir aktualizavimas (Alytaus, Utenos regionai);
- d) Kūrybingumo infrastruktūros ir kūrybinių industrijų plėtros skatinimas (Alytaus, Utenos regionai).

Mokslo ir verslo partnerystės, inovacijų ir mokslinių tyrimų skatinimui regionų plėtros planuose išskirtos tokios pagrindinės priemonių grupės:

- a) Kūrybinių industrijų plėtra (Kauno, Tauragės regionai);
- b) Skatinti kūrybingumo infrastruktūros plėtrą (Klaipėdos, Marijampolės regionai);
- c) Ugdyti verslumo, inovacijų, kūrybiškumo ir kitas kompetencijas (Marijampolės regionas).

Kūrybiškumo ir dalyvavimo kūrybinėje veikloje skatinimui regionų plėtros planuose išskirtos tokios pagrindinės priemonių grupės:

- a) Plėtoti kūryba paremtas partnerystes ir iniciatyvas, įskaitant kalias vaiku ir jaunimo kūrybines iniciatyvas, iniciatyvas, skatinančias profesionaliu menininku įtraukimą į vietinius kultūrinius projektus bei atskirti patiriančių gyventojų grupių įtraukimą į kultūros kūrimą ir sklaidą (Alytaus, Marijampolės, Šiaulių, Tauragės, Telšių, Utenos regionai);
- b) Remti kultūros vartojimo ir kultūros poreikio ugdymo iniciatyvas (Alytaus, Marijampolės, Tauragės regionai);
- c) Netradicinių erdvių ar nenaudojamų pastatų pritaikymas kultūros paslaugoms regione ir alternatyvių miestų mikrorajonų kultūrinių erdvių formavimas (Alytaus, Utenos regionai);
- d) Kūrybingumo infrastruktūros plėtra (Utenos, Vilniaus regionai).

Bendruomenių ir nevyriausybinė organizacijų vaidmens didinimui regionų plėtros planuose išskirtos tokios pagrindinės priemonių grupės:

- a) Vietos bendruomenių ir privačių kultūros paveldo objektų savininkų įtraukimas į kultūros paveldo objektų priežiūrą, tvarkymą ir jų efektyvų pritaikymą kultūrinėms ir socialinėms reikmėms (Marijampolės, Tauragės, Utenos, Panevėžio regionai)
- b) Kultūrinių projektų, įtraukiant vaikus, jaunimą, kaimo bendruomenes, profesionalius menininkus ar atskirtį patiriančias grupes, įgyvendinimo rėmimas (Telšių, Utenos regionai)
- c) Meno, verslų plitimo skatinimas, šia veikla užsiimančių gyventojų įtraukimas į bendruomenės veiklą, bendruomenių ir NVO kultūros vartojimo ir kultūros poreikio ugdymo iniciatyvų rėmimas (Utenos regionas)

Gyventojų tapatybės ir pilietiškumo skatinimui regionų plėtros planuose išskirtos tokios pagrindinės priemonių grupės:

- a) Teikti paramą iniciatyvoms, siekiančioms prižiūrėti, aktualizuoti ir propaguoti lokalinius (kaimo, regiono) kultūrinės atminties objektus (Marijampolės, Šiaulių regionai)
- b) Skatinti socialines ir kultūrinės iniciatyvas (Vilniaus regionas)

Taigi galima teigti, kad regionai savo plėtros planuose taiko skirtingas priemonių grupes išskeltiems tikslams pasiekti. Tos pačios priemonės vienuose regionuose taikomos vieniems tikslams pasiekti, kituose regionuose – kitiems tikslams pasiekti. Kūrybingumo ir kūrybinių industrijų plėtra labiausiai tiesiogiai atsispindi dviejose tikslų grupėse – kultūros infrastruktūros plėtojime ir kūrybiškumo bei dalyvavimo kūrybinėje veikloje skatinime.

6.4. Lietuvos regionų plėtros planų 2014 - 2020 m. lėšų, skiriamų plėtrai, analizė KKI aspektu

Toliau analizėje trumpai apžvelgiama regionų plėtros planų finansinė situacija. Analizuojami 8 iš 10 regionų plėtros planai (išskyrus Vilniaus ir Klaipėdos regionų plėtros planus, kuriuose nėra pateikiamos lėšos, skirtos regiono plėtrai). Pirmiausia, galima pastebėti, kad bendras regiono plėtros biudžetas tarp kai kurių regionų skiriasi net kelis kartus. Nenuostabu, kad didžiausius biudžetus plėtrai numatę didžiausi regionai – Kauno, Šiaulių, Utenos regionai, tuo tarpu mažiausius – Alytaus, Panevėžio regionai.

15 lentelė. Regionų plėtros planų biudžeto pasiskirstymas

Nr.	Regionas	Iš viso lėšų regiono plėtrai, Lt	Lėšų dalis, skiriama su KKI susijusiems tikslams, proc.
1.	Alytaus regionas	973.111,00	16,95
2.	Kauno regionas	3.665.087,6	11,54
3.	Klaipėdos regionas	-	-
4.	Marijampolės regionas	1.702.512,07	9,00
5.	Panevėžio regionas	588.771,48	5,17
6.	Šiaulių regionas	2.686.457,00	12,45
7.	Tauragės regionas	1.459.419,00	7,72
8.	Telšių regionas	1.388.589,47	9,40
9.	Utenos regionas	1.616.231,10	9,36
10.	Vilniaus regionas	-	-

Šaltinis: Lietuvos regionų plėtros planai 2014 - 2020 metams

Vertinant pagal su KKI susijusiems tikslams skiriamų lėšų dalį (15 lentelė), didžiausia piniginių lėšų dalis yra numatoma Alytaus regione (16,9 proc.), mažiausia – Panevėžio apskrityje (5,2 proc.). Apskritai, regionų plėtros planuose vidutiniškai iš viso biudžeto skiriama apie 10 proc. lėšų tikslams, susijusiems su KKI, įgyvendinti. Apie 10 proc. tikslams, susijusiems su KKI, pasiekti, numato Marijampolės, Telšių, Utenos regionai.

6.5. Kitų su KKI plėtra susijusių dokumentų analizė

Atliekant analizę, taip pat buvo atsižvelgta į du su KKI plėtra susijusius 2011 metais parengtus dokumentus: 2011 m. Kauno regiono kūrybinių industrijų plėtros veiksmų planas ir 2011 m. Kultūrinių ir kūrybinių industrijų Klaipėdoje SSGG analizė.

2011 m. Kauno regiono kūrybinių industrijų plėtros veiksmų plane (projekto vykdytojas – Kauno regiono plėtros agentūra) siūloma kūrybinių industrijų sektorių pripažinti kaip turintį strateginę reikšmę Kauno regiono ekonomikos plėtrai ir įtraukti KI į svarbiausius Kauno regiono strateginio planavimo dokumentus. Taip pat pateikta įvairių rekomendacijų sektoriaus plėtrai: sukurti KI plėtrai palankią infrastruktūrą, kurti KI inkubatorius Kauno regione, įkurti KI koordinavimo ir konsultavimo įstaiga bei KI informacinį centrą, vykdyti nuolatinius ir ilgalaikius KI tyrimus bei monitoringą.

Kauno regiono plėtros plane 2014 - 2020 metams yra numatyta viešosios kultūros infrastruktūros modernizavimas ir plėtra bei kūrybinių industrijų plėtra (menų inkubatorių kūrimas, kultūros įstaigų tinklo optimizavimas ir kt.). Taigi, galima matyti, kad bent iš dalies į 2011 m. rekomendacijas buvo atsižvelgta rengiant 2014-2020 m. Kauno regiono plėtros planą. Taip pat reikėtų įvertinti ekspertų dalyvavimą rengiant šiuos planus. Svarbu pastebėti, kad rengiant 2014-2020 m. Kauno regiono plėtros planą, dalyvavo ir ekspertai iš Kauno regiono plėtros agentūros, rengusios 2011 m. Kauno regiono kūrybinių industrijų plėtros veiksmų planą.

2011 m. parengtoje Kultūrinių ir kūrybinių industrijų Klaipėdoje SSGG analizėje (rengėjas - Klaipėdos ekonominės plėtros agentūra) yra numatyta įkurti kūrybinės srities verslo informacijos ir konsultavimo centrus, remti tam tikrus KKI iniciatyvos centrus, siekiant skatinti bendradarbiavimą ir padidinti veikiančių verslų pridėtinę vertę Klaipėdoje. Taip pat dėmesio turėtų būti skiriama verslumo veiklos paramai, kūrybinio verslo besikuriančių įmonių inkubavimui ir skatinimui, rekomenduotinos rinkodaros veiklos ir interneto platformų jungtinės paskatos, plėtojant Klaipėdos KKI įvaizdį kaip uostamiesčio įvaizdį, siekiant gauti naudos iš tarptautinio požiūrio į Klaipėdos uostamiestį ir atvykstančių turistų.

2011 m. Kultūrinių ir kūrybinių industrijų Klaipėdoje SSGG analizė iš dalies atspindi ir Klaipėdos regiono plėtros plane 2014 - 2020 metams, kuriame numatoma kurti ir plėsti mokslinių

tyrimų ir eksperimentinės plėtros, inovacijų ir kūrybingumo infrastruktūrą ir paslaugas. Taip pat Klaipėdos regiono plėtros plane tarp priemonių minima ir kultūros bei turizmo rinkodaros intensyvinimas, kultūros ir paveldo objektų būklės gerinimas ir jos pritaikymas kultūrinėms, turizmo ir socialinėms reikmėms. Kadangi Klaipėdos regiono plėtros plane nėra nurodytas jo rengėjų sąrašas, šiuo atveju sunku įvertinti ekspertų dalyvavimą plano rengime.

Apibendrinant, tiek Kauno, tiek Klaipėdos regionų plėtros planuose 2014 - 2020 m. dalinai atspindi ir ankstesnių dokumentų, susijusių su KKI plėtros skatinimu šiuose regionuose, siūlymai bei rekomendacijos skatinant šio sektoriaus plėtrą. Svarbu paminėti, kad regionų plėtros planuose nėra aiškiai atskiriamos investicijoms skirtos lėšos nuo veiklos finansavimui skirtų lėšų. Taip pat, vienas didžiausių iššūkių planuojant viešų lėšų investicijas į KKI yra tai, kad planuose dažniausiai nėra nurodomos konkrečios iniciatyvos, kurioms būtų skiriamas finansavimas.

Apibendrinant kūrybinių industrijų Lietuvoje socialinės aplinkos analizę, daromos tokios išvados:

1. KKI sektoriaus plėtra yra ypatingai svarbi Lietuvai, todėl būtina analizuoti ir suvokti šio sektoriaus vaidmenį šalyje. Nors KKI sektorius yra labai nevienalypis, susijęs su daugeliu kitų sričių (tokių kaip švietimo sistema, informacinės technologijos ir t.t.) ir jį sunku vertinti bei analizuoti, turi būti dedama daugiau pastangų siekiant tai padaryti.
2. Iš atliktos analizės matyti, kad KKI sektorius yra susijęs su daugeliu svarbių socialinių aspektų – tai apima ir vietos bendruomenių integraciją, naujų darbo vietų kūrimą, gyventojų tapatybės ir pilietiškumo stiprinimą, tarptautiškumo skatinimą, atskirų socialinių grupių sąsajų stiprinimą ir pan. KKI sektorius įvairiais aspektais turi didelę įtaką tiek pačios šalies vidiniu mastu, tiek tarptautiniu mastu – prisideda tiek prie visuomenės narių tapatybės ir kultūros formavimosi, tiek prie šalies įvaizdžio gerinimo gyventojų ir užsieniečių akyse, kas didintų ne tik iš turizmo gaunamas pajamas, bet ir apskritai padėtų formuoti teigiamą aplinką naujų investicijų pritraukimui.
3. Apibendrinant atliktą analizę, galima pastebėti, kad vertinant parengtus Lietuvos regionų plėtros planus KKI aspektu, šiandien juose daugiausiai atsižvelgiama į kultūros infrastruktūros plėtojimą ir modernizavimą, kultūros paveldo išsaugojimą, turizmo plėtojimą. Taip pat svarbu atkreipti dėmesį, kad tinkamai ir efektyviai KKI plėtrai yra būtina išnaudoti visas finansavimo galimybes, skatinant bendradarbiavimą tarp privataus ir viešojo sektoriaus, regionų plėtros iniciatyvas bei eksporto skatinimą. Visa tai yra būtina siekiant nuolatinės KKI plėtros skirtinguose Lietuvos regionuose, pasitelkiant įvairias plėtros skatinimo priemones.

IŠVADOS IR PASIŪLYMAI

Teisinės aplinkos analizės išvados ir pasiūlymai. Lietuvos kūrybinių industrijų sektoriaus konkurencingumo tyrimu nustatyta, kad siekiant didinti Lietuvos kūrybinių industrijų sektoriaus konkurencingumą, turi būti parengta aiški KKI konkurencingumo didinimo strategija, užtikrinanti būtiną papildomą finansavimą ir techninę pagalbą parengiant kokybiškas paraiškas Europos Sąjungos teikiamai paramai gauti.

KKI vyrauja labai mažos, mažos įmonės ir individualia veikla besiverčiantys asmenys, todėl šiems sektoriams ypač svarbus teisinės aplinkos stabilumas. 2012 m. priimtas Mažųjų bendrijų įstatymas sudaro sąlygas steigti naują ribotos civilinės atsakomybės įmonių rūšį – mažąją bendriją. Dėl paprastesnio šių įmonių valdymo bei netaikomo įstatinio kapitalo reikalavimo, ši forma patraukli planuojant labai mažą verslą. Vis tik neaiškumai dėl šių juridinių asmenų mokestinės teisinės aplinkos bei ribotos galimybės pritraukti papildomą finansavimą stabdė didesnę jų plėtrą. Naujausi Socialinio draudimo įstatymo pakeitimai įneša daugiau aiškumo dėl mažosioms bendrijoms taikytinų mokesčių, tačiau šios įmonių formos nepadaro patrauklesne negu buvo iki šiol. Todėl tikėtina, kad ateityje KKI Lietuvoje ir toliau dominuos uždarnosios akcinės bendrovės.

Darbo teisinių santykių reguliavimas Lietuvoje vis dar sudėtingas ir nelankstus. Darbo kodeksas numato ribotą sutarčių rūšių sąrašą, ribotas terminuotų sutarčių taikymo sąlygas, darbdaviui nepalankias darbuotojų atleidimo sąlygas, griežtus viršvalandinio darbo ribojimus. Kadangi KKI vyrauja netradicinės darbo santykių formos ir planavimo metodai, toks reglamentavimas yra kliūtis KKI sektorių plėtrai. Siūlytina ir toliau liberalizuoti darbo teisinius santykius, nustatant paprastesnes viršvalandinio darbo sąlygas, tačiau taip pat numatyti galimybę sudaryti naujų rūšių, įvairesnes darbo sutartis, keisti terminuotų sutarčių reglamentavimą bei lengvinti jų sudarymo ir pratęsimo galimybes.

Lietuvoje KKI sektorių plėtrai nėra numatytas atskiras mokestinis teisinis režimas išskyrus tam tikras atskiras išimtis. Viena iš jų - Pelno mokesčio lengvata, taikoma kino pramonėje investuojantiems subjektams. Tikslinga svarstyti šios ir kitų mokestinių lengvatų taikymą ir kitoms didžiausią potencialą turinčioms KKI sritims.

Nors Lietuvos strateginiuose dokumentuose nuolat pabrėžiamas poreikis dėl verslo priežiūrą atliekančių institucijų veiklos optimizavimo, tačiau tokie pokyčiai sunkiai skinasi kelią. Tikslinga ir toliau mažinti verslą kontroliuojančių institucijų, atsisakant funkcijų dubliavimo bei daugiau dėmesio skiriant ne verslo subjektų baudimui, bet jų konsultavimui ir švietimui.

Socialinės aplinkos analizės išvados ir rezultatai. Iš atliktos analizės matyti, kad KKI sektorius yra susijęs su daugeliu svarbių socialinių aspektų – tai apima ir vietos bendruomenių

integraciją, naujų darbo vietų kūrimą, gyventojų tapatybės ir pilietiškumo stiprinimą, tarptautiškumo skatinimą, atskirų socialinių grupių sąsajų stiprinimą ir pan. KKI sektorius įvairiais aspektais turi didelę įtaką tiek pačios šalies vidiniu mastu, tiek tarptautiniu mastu – prisideda tiek prie visuomenės narių tapatybės ir kultūros formavimosi, tiek prie šalies įvaizdžio gerinimo gyventojų ir užsieniečių akyse, kas didintų ne tik iš turizmo gaunamas pajamas, bet ir apskritai padėtų formuoti teigiamą aplinką naujų investicijų pritraukimui.

Apibendrinant atliktą analizę, galima pastebėti, kad Lietuvos regionų plėtros planuose šiandien daugiausiai atsižvelgiama į kultūros infrastruktūros plėtojimą ir modernizavimą, kultūros paveldo išsaugojimą, turizmo plėtojimą. Tinkamai ir efektyviai KKI plėtrai būtina išnaudoti visas finansavimo galimybes, skatinant bendradarbiavimą tarp privataus ir viešojo sektoriaus, regionų plėtros iniciatyvas bei eksporto skatinimą. Visa tai yra būtina siekiant nuolatinės KKI plėtros skirtinguose Lietuvos regionuose, pasitelkiant įvairias plėtros skatinimo priemones.

Pasiūlymai kompiuterinių žaidimų srities konkurencingumo didinimui. Atlikta analizė parodė, kad šios srities ekspertai silpniausiomis charakteristikomis laiko vadybininkų gebėjimą pritraukti lėšas bei platinimą Lietuvos rinkoje. Ekspertai siūlo sukurti nacionalinę platformą, kuri padėtų skatinti ir finansuoti investicijų paiešką, pritraukti investuotojų į rizikos kapitalą, taigi funkcionuotų kaip paramos skatinimo mechanizmas.

Akcentuotina, kad būtinos investicijos ir į žmogiškąjį kapitalą. Vienas iš efektyviausių būdų – konsultantų su didele praktine patirtimi pritraukimas į Lietuvos kompiuterinių žaidimų srities įmones. Konsultanto – specialisto darbas įmonėje gali būti ribotas laike ir skirtas supažindinti Lietuvos specialistus su naujausiomis tendencijomis, darbo specifika. Tuo pačiu tikėtina, kad dalyvavimas specializuotuose renginiuose užsienyje, tokių renginių organizavimas Lietuvoje padėtų kelti specialistų kvalifikaciją, suteiktų jiems galimybę stažuotėms, taigi ir akseleruotų gerosios patirties iš užsienio šalių pritaikymą Lietuvoje.

Tuo tarpu srities charakteristikoms, surinkusioms aukštus ekspertų vertinimus, reikia sudaryti sąlygas augti ir plėtotis. Labai gerai vertinamos žaidimų dizainerių kompetencijos – galimybė tobulėti, norą pranokti kitus ir augti galėtų paskatinti nacionalinio konkurso pasirinkta aktualia tema organizavimas, laimėtojus įvertinant galimybe atstovauti visą sritį Lietuvai tarptautiniuose konkursuose. Be akivaizdžios motyvacinės naudos, konkursai ir panašaus pobūdžio renginiai įgalina laimėtojus komunikuoti išskirtinumą, akcentuojant tai naudojamomis marketingo priemonėmis.

Pasiūlymai kultūrinio turizmo srities konkurencingumo didinimui. Kaip matyti iš analizės, šioje kūrybinių industrijų srityje susiduriama su nepakankamu pasiruošimu platinimui, marketingo veiksams, lėšų pritraukimui – komunikacijai su tikslinėmis rinkomis.

Pastebėtina, kad šios problemos gali būti sprendžiamos pasitelkiant gerai funkcionuojančią darbuotojų motyvavimo sistemą, kuri skatintų darbuotojus imtis atsakomybės ir rodyti iniciatyvą, siekiant geresnių rezultatų, o jiems už tai būtų atlyginama, atsižvelgiant į pasiektus rezultatus.

Viena iš sričių, kur kultūrinio turizmo darbuotojai galėtų pasiekti ženklių rezultatų – partnerystė su privačiu sektoriumi. Rekomenduojama skatinti viešojo ir privataus sektoriaus bendradarbiavimą. Mokantis iš užsienio pavyzdžių, dalyvaujant mokymuose, įsitraukiant į tinklaveiką, pasiekama sinergija, daranti teigiamą poveikį visam regionui. Kaip ir kompiuterinių žaidimų atveju, rekomenduojama investuoti į patyrusio konsultanto – specialisto samdymą konkrečios organizacijos strategijai sudaryti ir įgyvendinimui prižiūrėti.

Rekomenduojama atkreipti dėmesį į kultūrinio turizmo organizacijų patrauklumo didinimą skirtingiems segmentams, pvz., vaikams, studentams, pensininkams ir kitoms tikslinėms grupėms. Tai galima pasiekti pasitelkiant kūrybiškumą ir kasdienėje veikloje naudojant inovacijas. Šios srities organizacijų darbuotojams galima organizuoti mokymus, kursus, kūrybines dirbtuves, kurių metu sukuriama idėja išsikeltiems tikslams pasiekti, o geriausios idėjos autorių komandai skiriamas finansavimas idėjos įgyvendinimui, užtikrinant atgalinį ryšį – rezultatų sklaidą, mokymus ir patirties dalinimąsi su kolegomis iš tos pačios kūrybinių industrijų srities organizacijų. Tokios priemonės įgalina efektyviausiai išnaudoti srities stiprybes: kūrėjus, infrastruktūrą, kūrybos ir produkto novatoriškumą.

Pasiūlymai dizaino srities konkurencingumo didinimui. Analizė parodė, kad ekspertai mažiausius balus skyrė kūrimo ir gamybos bei platinimo dalims.

Rekomenduojama didinti komandinio darbo efektyvumą, jau universitete skatinant darbą komandomis. Viena iš siūlomų priemonių – tinklaveikos skatinimas, dizaino srities darbuotojus ir organizacijas jungiančių organizacijų steigimas. Tikėtina, kad susiduriant su panašiomis specifinėmis problemomis, išspręsti jas pavieniui (kūrybinių industrijų sektoriuje dominuoja itin mažos įmonės) yra sudėtinga, kai didesnę svorį turinti organizacija galėtų puikiai atstovauti visų savo narių interesus.

Pastebėtina, kad šiai sričiai būtina parama, susijusi su platinimu. Tai galima pasiekti finansuojant išvykas į parodas, mugės, kontaktų užmezgimo renginius, taip pat – kviečiant užsienio specialistus į Lietuvą.

Kaip ir daugumoje analizuotų sričių, ekspertai atkreipė dėmesį į stipresnę, geriau praktikoje pritaikomą dizaino vadybininkų pasirengimą. Tai gali būti pasiekama aukštosiose mokyklose didinant praktinių užduočių apimtį, o taip pat ir skatinant darbuotojų stažuotes sėkmingose užsienio įmonėse, nuolatinį mokymąsi, bendradarbiavimą su tos pačios srities įmonėmis, kartu įgyvendinant įvairius projektus. Tokios priemonės ne tik padėtų spręsti vienas svarbiausių srities

problemų, bet ir padėtų augti, plėtoti stipriosioms srities charakteristikoms, susijusioms su produkto dalimi: kūrybos, produktų novatoriškumui, produkcijos konkurencingumui.

Pasiūlymai pramogų verslo srities konkurencingumo didinimui. Šioje srityje matomi specifiniai iššūkiai, ekspertų vertinimu srities silpnybės apima produkcijos konkurencingumą, platinimą užsienio rinkose ir įstatyminę bazę.

Platinimas užsienio rinkose iš dalies yra ribojamas kalbos barjero, tačiau pramogų verslas kartu su kultūriniu turizmu turi potencialo tapti itin stipriu ir perspektyviu kūrybinių industrijų sektoriumi. Rekomenduojama stiprinti pramogų verslo sukuriamą asortimentą, susifokusuojant ties tikslinių rinkų poreikiais ir preferencijomis. Vyriausybės parama būtų tikslinga suteikiant lengvatas pramogų, traukos objektams kurti. Tam reiktų mažiau ribojančios įstatyminės bazės, itin daug dėmesio skiriant laisvesnių aplinkosaugos reikalavimų taikymui.

Akcentuotina, kad pramogų verslo sričiai yra ganėtinai paprasta sudaryti partnerystes tarp privataus ir viešojo sektoriaus. Valstybinė parama turėtų būti taikoma investuotojų pritraukimui. Tikėtina, kad papildomos investicijos bus pelningos, nes gebėjimas platinti produktą Lietuvoje bei gauti pajamas iš platinimo vertinamas labai gerai. Tuo pačiu didesnės investicijos įgalintų įgyvendinti naujas, originalias idėjas, kam šios srities specialistai yra pasiruošę – kūrėjų vertinimas, kūrybos ir produktų novatoriškumas vertinami kaip vienos stipriausių charakteristikų.

Kaip ir kalbant apie kultūrinio turizmo sritį, pramogų verslas turėtų skirti daugiau dėmesio konkretiems segmentams, naudoti jiems tinkamiausias marketingo priemones ir specifines, pritaikytas komunikacijos žinutes.

Pasiūlymai reklamos srities konkurencingumo didinimui. Kaip matyti iš analizės, silpniausia šios srities charakteristika – gebėjimas platinti produktą užsienyje, su tuo susijusi ir kita silpnoji vieta, produkcijos konkurencingumas.

Pastebėtina, kad Lietuvos rinkoje, reklamos ekspertų vertinimu, šios srities įmonės dirba efektyviai: platina produktą Lietuvoje, sugeba gauti pajamų iš platinimo, turi gerai vertinamus kūrėjus, kūryba yra novatoriška, atitinka kitimo tendencijas, tad galima teigti, jog dabar turimus verslo modelius ir sukauptą patirtį būtų galima sėkmingai pritaikyti ir užsienio rinkose.

Tuo tikslu reklamos srities įmonėms reikalinga tikslinė parama eksportuojant, dalyvaujant parodose, tarptautiniuose konkursuose. Paramos schemos platinimui užsienio rinkose gali apimti bendradarbiavimą per ambasadas, specifines organizacijas, atstovybes.

Rekomenduojama akcentuojant stipriąsias srities charakteristikas, pritraukti įmones ir specialistus iš užsienio, skatinti užsienio įmonių atstovybių steigimą ir darbuotojų samdymą Lietuvoje.

Taip pat valstybės parama būtina skatinant dalyvavimą tarptautiniuose projektuose, tapimą įtakingų srities įmonių subkontraktoriais. Tokia patirtis įmonėms suteikia neįkainojamas mokymosi ir tobulėjimo galimybes, o taip skatinamas gerosios praktikos perkėlimas į Lietuvą.

Bendrai vertinant, reklamos srities rezultatai yra geri, todėl reikalingas palaikymas ir pagalba, siekiant tai išnaudoti tarptautinio konkurencingumo didinimui.

Pasiūlymai architektūros srities konkurencingumo didinimui. Pastebėtina, kad vidutinis kūrėjų bei produktų novatoriškumo vertinimas yra aukštas, tačiau susiduriama su platinimo užsienio rinkose problema, dėl tos pačios priežasties ir produkcijos konkurencingumo vertinimas yra žemas. Tokia situacija rodo nepakankamus išteklius tarptautiškumo įnešimui.

Kaip ir reklamos sritis, architektūra yra stipri, gerai išvystyta sritis, sugebanti labai gerai platinti produkciją Lietuvoje ir gauti pajamas, taip pat – pritraukti privačias lėšas, rinkai teikianti novatoriškus produktus.

Akcentuotina, kad ekspertai nurodė silpnus planavimo ir organizavimo gebėjimus. Šiai problemai spręsti būtina pasitelkti efektyvumo didinimo priemones: stažuotės užsienio šalyse, sėkmingai veikiančiose įmonėse, paslaugų teikimo užsienio rinkose skatinimas. Šioje srityje labai svarbu atsižvelgti į susipažinimą su tikslinėmis rinkomis, jų kultūrinėmis normomis, estetikos ir funkcionalumo sampratomis.

Tikslinga skirti valstybinę paramą marketingo veiksmams, pasirengimui dalyvauti tarptautinėse parodose, mugėse, konkursuose. Tikslinės investicijos, padedančios pritaikyti dabar turimą patirtį, infrastruktūrą, produkto kūrimo galimybes per subkontraktines sutartis, skatina srities specialistų tobulėjimą, suteikia patirties stambių projektų įgyvendinimui.

Būtina inicijuoti klasterio susikūrimą, ypatingai skatinti architektūros srities ir statybos įmonių bendradarbiavimą, nes tai padėtų pateikti išskirtinį pasiūlymą, tiek kokybės, tiek ir kaštų prasme.

Pasiūlymai kino srities konkurencingumo didinimui. Analizė parodė, kad silpniausios kino srities charakteristikos yra platinimas užsienio rinkose bei vyriausybės tikslinė parama platinimui.

Siekiant auginti kino produkcijos eksportą, būtina tikslinė parama platinimui užsienio šalyse. Akcentuotina, kad šioje kūrybinių industrijų srityje eksporto didinimui itin aktualios papildomos paslaugos, tokios kaip subtitravimas, versijų pritaikymas skirtingoms rinkoms ir kt.

Silpnos kino srities grandys yra scenaristai ir prodiuseriai. Šiai problemai spręsti rekomenduojama pasitelkti stažuotes, dalyvavimą mokymuose užsienyje, subkontraktoriaus didžiosioms srities įmonėms darbą. Būtina skirti daug dėmesio scenaristų, prodiuserių pritraukimui iš užsienio. Sukurta paramos schema, padedanti finansuoti tam tikras projekto dalis, pvz., scenarijaus įsigijimą, subtitravimo paslaugas, leistų padidinti eksporto galimybes, efektyviai investuojant tik į tikslines sritis.

Ekspertų vertinimu, kino sritis turi vystymosi ir augimo potencialo, ypač dėl savo žmogiškųjų išteklių – kūrėjų, komandinio darbo, vadybininkų gebėjimų pritraukti lėšas vertinimai yra geri ir todėl manytina, kad su darbo, projektų patirtimi bei tiksline valstybine parama, kino sritis išaugs, įgis konkurencingumo tarptautiniu mastu ir suteiks galimybę ne tik kurti pridėtinę vertę Lietuvoje, bet ir pristatyti šalies kultūrinį ir istorinį paveldą, mąstyseną ir išskirtinumus visame pasaulyje.

1 PRIEDAS. Kūrybinių industrijų veiklų klasifikavimas pagal UNCTAD ir EVRK klasifikatorius

Kūrybinių industrijų UNCTAD klasifikacija		KI veiklos pagal EVRK veiklų klasifikatorių	EVRK 2 Kodas	
1. Tradicinės kultūrinės veiklos	1.1. Paveldas	1.1.1. Kultūrinės vietos	Bibliotekų ir archyvų veikla	91.01
			Muziejų veikla	91.02
			Istorinių vietų ir pastatų bei panašių turistų lankomų vietų eksploatavimas	91.03
		1.1.2. Amatai	Suvenyrų, meno dirbinių ir religinių reikmenų specializuota mažmeninė prekyba	47.78.10
			Keraminių buities ir puošybos gaminių bei dirbinių gamyba	23.41
			Akmens pjaustymas, tašymas ir apdailinimas	23.70
			Dirbtinės bižuterijos ir panašių dirbinių gamyba	32.13
			Žaidimų ir žaislų gamyba	32.40
			Papuošalų, juvelyrinių ir panašių dirbinių gamyba	32.12
		1.1.3. Tradicinės kultūrinės išraiškos	Atrakcionų ir teminių parkų veikla	93.21
	Kita pramogų ir poilsio organizavimo veikla		93.29	
	1.2. Menai	1.2.1. Vaizduojamieji menai	Fotografavimo veikla	74.20
			Meninė kūryba	90.03
		1.2.2. Scenos menai	Scenos pastatymų veikla	90.01
Scenos pastatymams būdingų paslaugų veikla			90.02	
2. Naujosios kūrybinių industrijų veiklos	2.1. Medijos	2.1.1. Knygos ir spauda	Knygų leidyba	58.11
			Laikraščių leidyba	58.13
			Žinynų, katalogų ir adresų sąrašų leidyba	58.12
			Žurnalų ir periodinių leidinių leidyba	58.14
			Kita leidyba	58.19
		2.1.2. Audiovizualinės	Garso įrašymas ir muzikos įrašų leidyba	59.20
			Kino filmų rodymas	59.14
			Kino filmų, vaizdo filmų ir televizijos programų gamyba	59.11
			Naujų agentūrų veikla	63.91
			Radio programų transliavimas	60.10
	Televizijos programų rengimas ir transliavimas		60.20	
	Kino filmų, vaizdo filmų ir televizijos programų platinimas		59.13	
	Viešųjų ryšių ir komunikacijos veikla	70.21		
	2.1.3. Naujosios medijos	Kompiuterinių žaidimų leidyba	58.21	
		Kompiuterių programavimo veikla	62.01	
		Kita programinės įrangos leidyba	58.29	
	2.1.4. Dizainas	Interneto vartų paslaugų veikla	63.12	
		Pagamintų kino filmų, vaizdo filmų ir televizijos programų meninis apipavidalinimas	59.12	
	2.2. Taikomoji kūryba	2.2.1. Kūrybinės paslaugos	Antikvarinių daiktų mažmeninė prekyba	47.79.10
			Architektūros veikla	71.11
			Atstovavimas žiniasklaidai	73.12
			Inžinerijos veikla ir su ja susijusios techninės konsultacijos	71.12
Kita, niekur kitur nepriskirta, profesinė, mokslinė ir techninė veikla			74.90	
Kiti gamtos mokslų ir inžinerijos moksliniai tyrimai ir taikomoji veikla			72.19	
Meno įrenginių eksploatavimo veikla			90.04	
Reklamos agentūrų veikla			73.11	
Rinkos tyrimas ir viešosios nuomonės apklausa			73.20	
Socialinių ir humanitarinių mokslų moksliniai tyrimai ir taikomoji veikla			72.20	
Specializuota projektavimo veikla			74.10	
Švietimui būdingų paslaugų veikla			85.60	

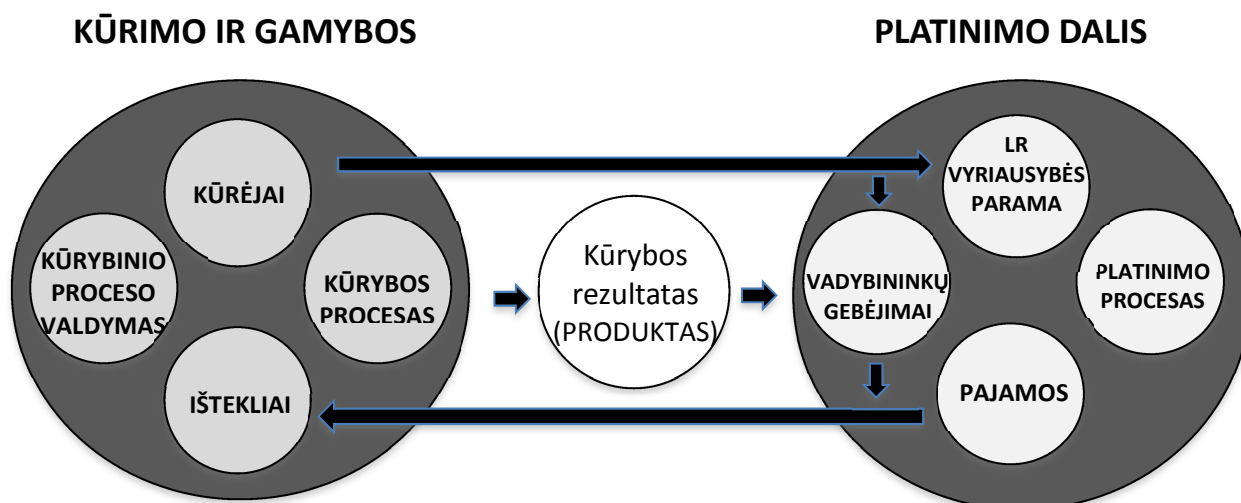
2 PRIEDAS Didžiausią potencialą turinčių Lietuvos KI sričių atstovų apklausos anketa

APKLAUSOS ANKETA ([X pramonė])

Gerbiamas Eksperte,

Nacionalinė kūrybinių ir kultūrinių industrijų asociacija, vykdydama Lietuvos kultūros tarybos finansuojamą projektą „Lietuvos kūrybinių ir kultūrinių industrijų konkurencingumas vidaus ir užsienio rinkoje“, atlieka tyrimą, siekdama nustatyti didžiausią augimo potencialą turinčių kultūros ir kūrybinių industrijų sričių produktų, jų kūrimo ir komercializavimo stipriąsias ir silpnąsias puses. Jūsų kaip atitinkamos srities eksperto išsakyta nuomonė padės atskleisti praktinius srities veiklos aspektus, tendencijas bei plėtos ir augimo perspektyvas.

Atsakydami į klausimus vadovaukitės schema, vaizduojančia produkto kūrimo ir platinimo procesus bei jų dalyvius:



1. **Kaip vertintumėte [X pramonės] bendrai KŪRIMO/GAMYBOS ir PLATINIMO/KOMERCIALIZAVIMO dalių dabartinę būseną (žr. schemą)?**
Skalė nuo 1 (prasta – labai menkai išplėtotą) iki 5 (puiki – labai gerai išplėtotą)

	1	2	3	4	5
1.1. [X pramonės paslaugų ir produktų] KŪRIMO/GAMYBOS dalies vertinimas:	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1.2. [X pramonės paslaugų ir produktų] PLATINIMO dalies vertinimas:	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

2. **Įrašykite svarbiausias [X pramonės] DARBUOTOJŲ specialybes ir įvertinkite jų turimą kvalifikaciją.**
Skalė nuo 1 (prastas – menkas, jo nėra) iki 5 (puikus – jų daug ir jie labai kvalifikuoti)

	1	2	3	4	5
2.1. Lietuvos profesinių gebėjimų vertinimas: (įrašykite specialybę)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2.2. Lietuvos profesinių gebėjimų vertinimas: (įrašykite specialybę)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2.3. Lietuvos profesinių gebėjimų vertinimas: (įrašykite specialybę)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2.4. Lietuvos profesinių gebėjimų vertinimas: (įrašykite specialybę)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

2.5. Lietuvos profesinių gebėjimų vertinimas: (įrašykite specialybę)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2.6. Lietuvos profesinių gebėjimų vertinimas: (įrašykite specialybę)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

3. Kaip vertintumėte [X pramonės] TURIMUS IŠTEKLIUS (infrastruktūra, įranga, lėšos, įstatyminė bazė) naujų produktų kūrimui?
Skalė nuo 1 (visai nėra) iki 5 (pilnai užtenka)

	1	2	3	4	5
3.1 Bendras [X pramonės] turimos INFRASTRUKTŪROS pakankamumo naujų paslaugų ir produktų kūrimui vertinimas:	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3.2 Lietuvos ĮSTATYMINĖS BAZĖS naujų [X pramonės paslaugų ir produktų] kūrimui vertinimas:	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3.3 VALSTYBĖS SKIRIAMŲ LĖŠŲ naujų [X pramonės paslaugų ir produktų] kūrimui vertinimas:	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3.4 PRIVAČIŲ LĖŠŲ PRITRAUKIMO (uždarbio už pardavimus, verslo, bankų paskolų ir pan.) naujų [X pramonės paslaugų ir produktų] kūrimui vertinimas:	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

4. Kaip vertintumėte [X pramonės PASLAUGŲ IR PRODUKTŲ] KŪRIMO PROCESO VALDYMĄ?
Skalė nuo 1 (labai blogai valdoma) iki 5 (labai gerai valdoma)

	1	2	3	4	5
4.1 [X pramonės paslaugų ir produktų] kūrimo proceso PLANAVIMO IR ORGANIZAVIMO (parengiamieji darbai) vertinimas:	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4.2 [X pramonės paslaugų ir produktų] kūrimo proceso dalyvių MOTYVAVIMO SISTEMŲ vertinimas:	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4.3 [X pramonės paslaugų ir produktų] kūrimo proceso dalyvių KOMANDINIO DARBO įgūdžių vertinimas:	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

5. Kaip vertintumėte dabartinį [X pramonės PASLAUGŲ IR PRODUKTŲ] bei jų KŪRIMO NOVATORIŠKUMĄ?
Skalė nuo 1 (labai menkas) iki 5 (labai aukštas)

	1	2	3	4	5
5.1 [X pramonės paslaugų ir produktų] kūrimo NOVATORIŠKUMO (naujų idėjų, naujų technologijų panaudojimas) vertinimas:	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5.2 [X pramonės paslaugų ir produktų] PRODUKTŲ NOVATORIŠKUMO (naujų idėjų, naujų technologijų panaudojimas) vertinimas:	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5.3 [X pramonės paslaugų ir produktų] KONKURENCINGUMO tarptautinėse rinkose lygio vertinimas:	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

6. Kaip vertintumėte esamą [X pramonės PASLAUGŲ IR PRODUKCIJOS] LYGĮ IR TENDENCIJAS?

	1	2	3	4	5
6.1 [X pramonės paslaugų ir produkcijos] LYGIO vertinimas: <i>Skalė nuo 1 (labai menkas) iki 5 (labai aukštas):</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6.2 [X pramonės paslaugų ir produkcijos] LYGIO KITIMO TENDENCIJŲ vertinimas: <i>Skalė nuo 1 (lygis labai krenta) iki 5 (lygis labai kyla)</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

7. Kaip vertintumėte esamą [X pramonės paslaugų ir produkcijos] PLATINIMO/PARDAVIMŲ lygį?

Skalė nuo 1 (labai menkas) iki 5 (labai aukštas)

	1	2	3	4	5
7.1 [X pramonės paslaugų ir produktų] PLATINIMO/PARDAVIMŲ lygis LIETUVOS rinkai:	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7.2 [X pramonės paslaugų ir produktų] PLATINIMO/PARDAVIMŲ lygis UŽSIENIO rinkai:	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7.3 [X pramonės paslaugų ir produktų] VADYBININKŲ gebėjimai GAUTI PAJAMAS iš platinamų produktų:	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7.4 [X pramonės paslaugų ir produktų] VADYBININKŲ gebėjimai PRITRAUKTI LĖŠAS naujų paslaugų ir produktų kūrimui:	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7.5 [X pramonės paslaugų ir produktų] PLATINIMO/PARDAVIMŲ lygis lyginat su UŽSIENIO RINKOMIS:	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7.6 LR VYRIAUSYBĖS TIKSLINĖ PARAMA [X pramonės paslaugų ir produktų] PLATINIMUI/PARDAVIMAMS:	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

8. Kokie veiksniai [X pramonės paslaugų ir produktų] KŪRIMO PROCESO etape, Jūsų nuomone, padarytų didžiausią įtaką šios srities konkurencingumo didinimui?

9. Kokios [X pramonės paslaugų ir produktų] YPATYBĖS, Jūsų manymu, paskatintų šios srities konkurencingumą?

10. Kokie veiksniai [X pramonės paslaugų ir naujų produktų] PLATINIMO PROCESO etape, Jūsų nuomone, padarytų didžiausią įtaką šios srities konkurencingumo didinimui?

11. Prašome nurodyti savo veiklos/darbo pobūdį [X pramonėje]:

(įrašykite)

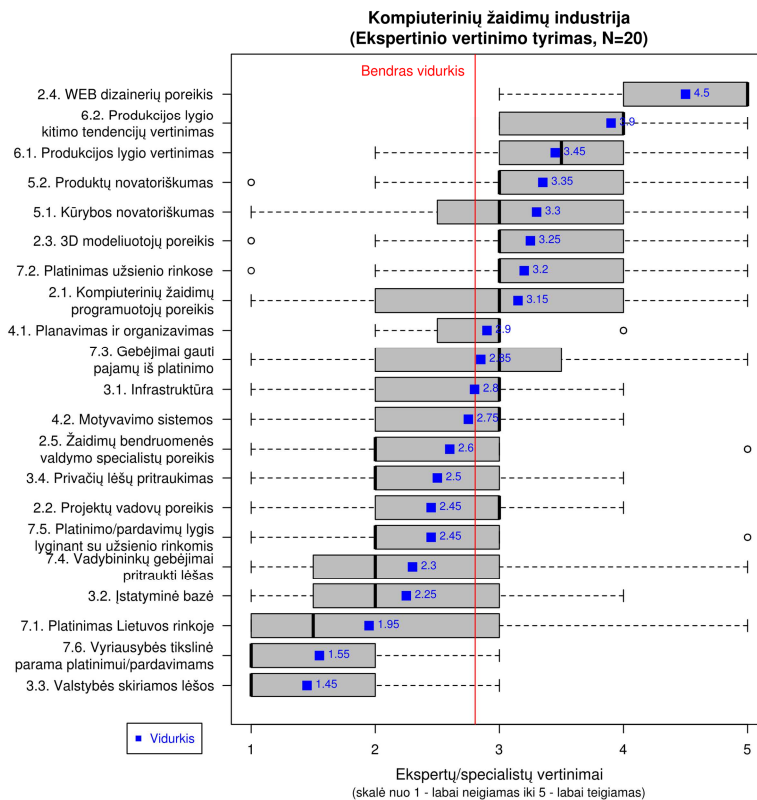
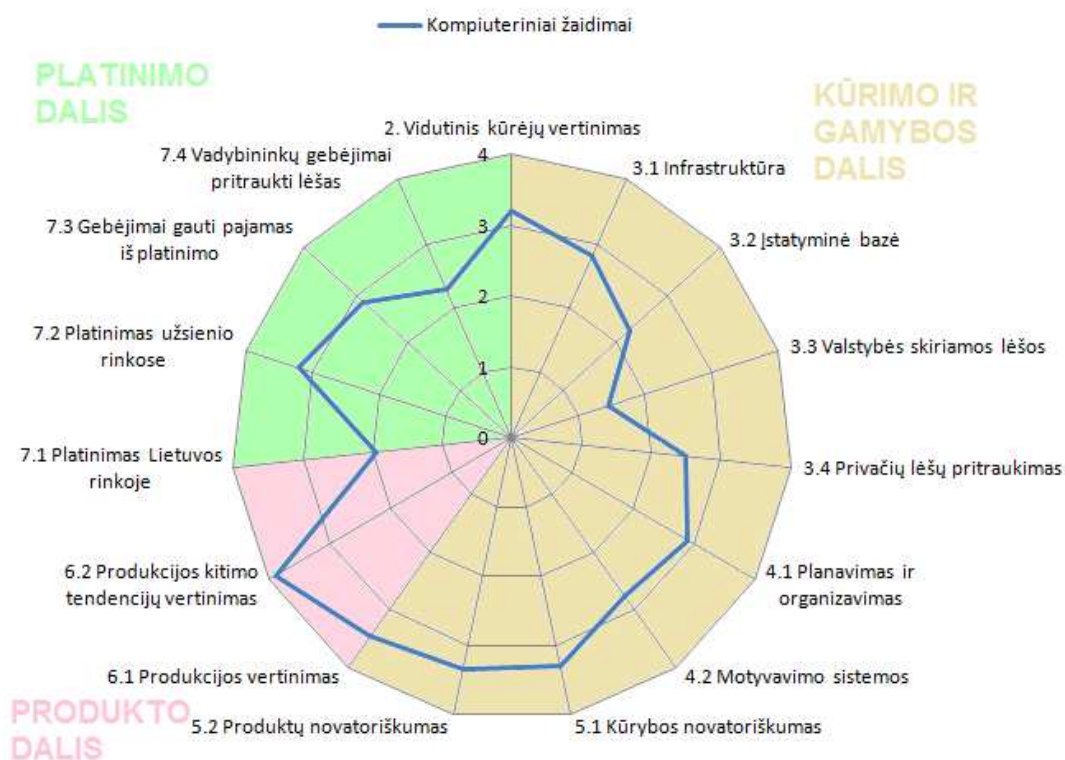
Dėkojame už Jūsų atsakymus.

3 PRIEDAS. Ekspertinio vertinimo vidutinės reikšmės

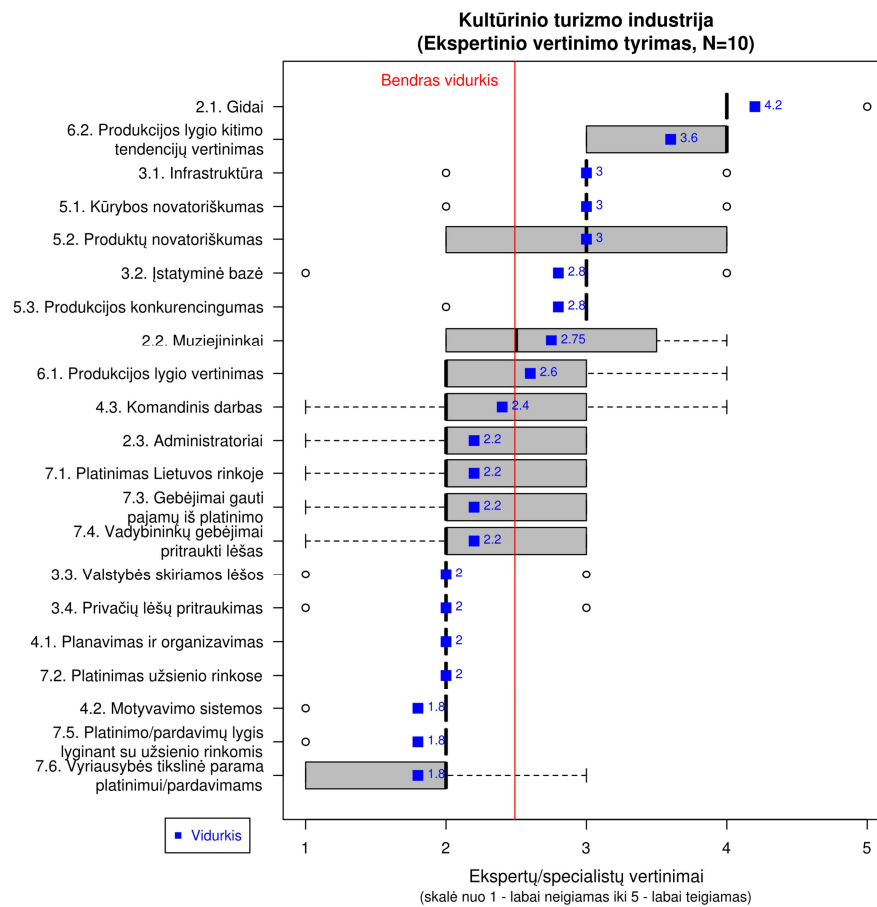
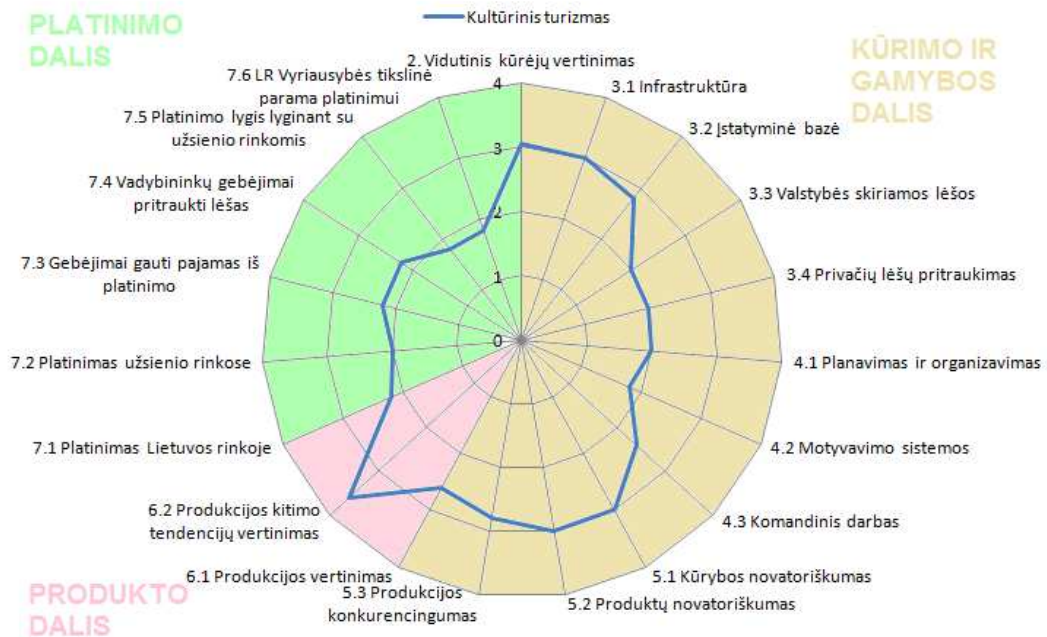
	Kompiuteriniai žaidimai	Kultūrinis turizmas	Dizainas	Pramogų verslas	Reklama	Architektūra	Kinas
2. Vidutinis kūrėjų vertinimas *	3,19	3,05	2,15	2,97	3,15	3,43	3,12
3.1 Infrastruktūra	2,80	3,00	2,40	2,60	2,90	3,30	2,31
3.2 Įstatyminė bazė	2,25	2,80	2,40	1,80	2,60	2,80	2,56
3.3 Valstybės skiriamos lėšos	1,45	2,00	1,70	2,20	1,70	2,33	2,44
3.4 Privačių lėšų pritraukimas	2,50	2,00	2,00	2,22	2,50	3,00	2,06
4.1 Planavimas ir organizavimas	2,90	2,00	1,90	2,80	3,00	2,11	3,13
4.2 Motyvavimo sistemos	2,75	1,80	2,00	3,20	3,00	2,22	3,08
4.3 Komandinis darbas	N/A	2,40	2,10	3,20	3,00	2,78	3,70
5.1 Kūrybos novatoriškumas	3,30	3,00	3,30	2,60	3,00	2,89	2,27
5.2 Produktų novatoriškumas	3,35	3,00	2,90	2,70	2,80	3,11	N/A
5.3 Produkcijos konkurencingumas	N/A	2,80	2,80	1,60	2,40	2,11	N/A
6.1 Produkcijos vertinimas	3,45	2,60	2,80	2,67	3,44	2,67	2,75
6.2 Produkcijos kitimo tendencijų vertinimas	3,90	3,60	2,90	3,00	3,89	2,80	2,90
7.1 Platinimas Lietuvos rinkoje	1,95	2,20	2,60	3,10	3,60	3,10	2,63
7.2 Platinimas užsienio rinkose	3,20	2,00	2,10	1,70	1,80	1,78	1,66
7.3 Gebėjimai gauti pajamas iš platinimo	2,85	2,20	2,20	2,70	3,00	2,63	2,44
7.4 Vadybininkų gebėjimai pritraukti lėšas	2,30	2,20	2,10	2,60	2,10	2,13	2,88
7.5 Platinimo lygis lyginant su užsienio rinkomis	2,45	1,80	2,30	2,11	1,89	1,63	2,67
7.6 LR Vyriausybės tikslinė parama platinimui	1,55	1,80	1,80	1,80	1,30	1,38	1,87
Vidutinis industrijos vertinimas	2,71	2,43	2,34	2,50	2,69	2,54	2,61

**dėl kiekvienos industrijų vertinamų profesijų ypatybių jos tarpusavyje nelyginamos, o pateikiami kūrėjų įverčių vidurkiai.*

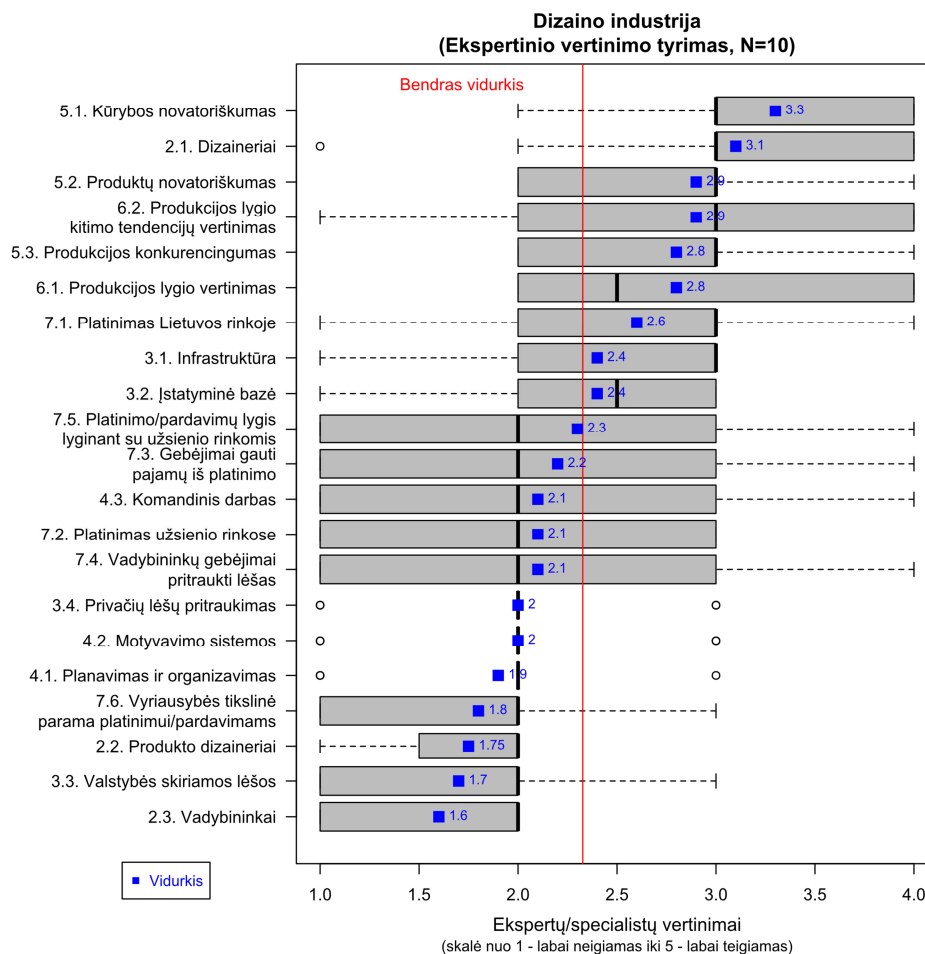
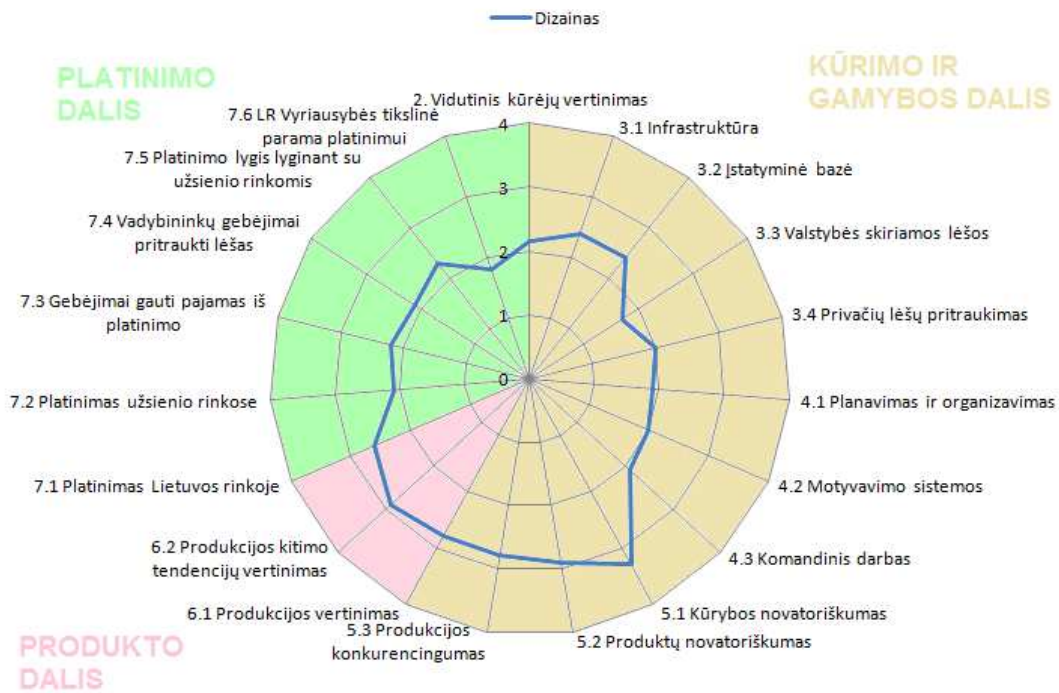
4 PRIEDAS. Kompiuterinių žaidimų ekspertinis vertinimas



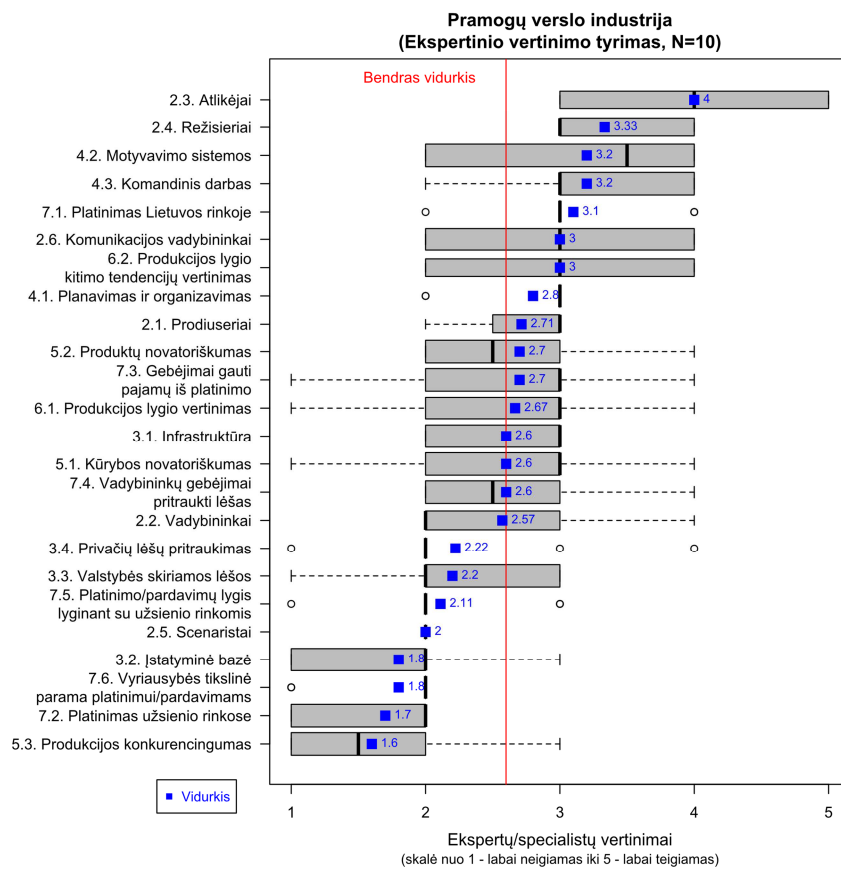
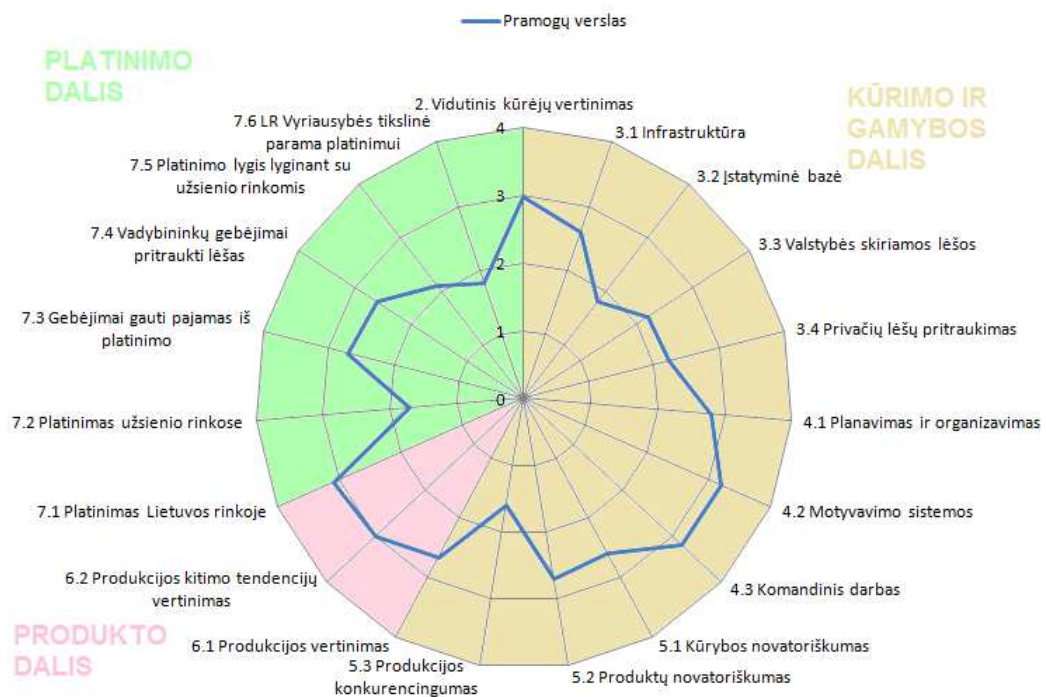
5 PRIEDAS. Kultūrinio turizmo ekspertinis vertinimas



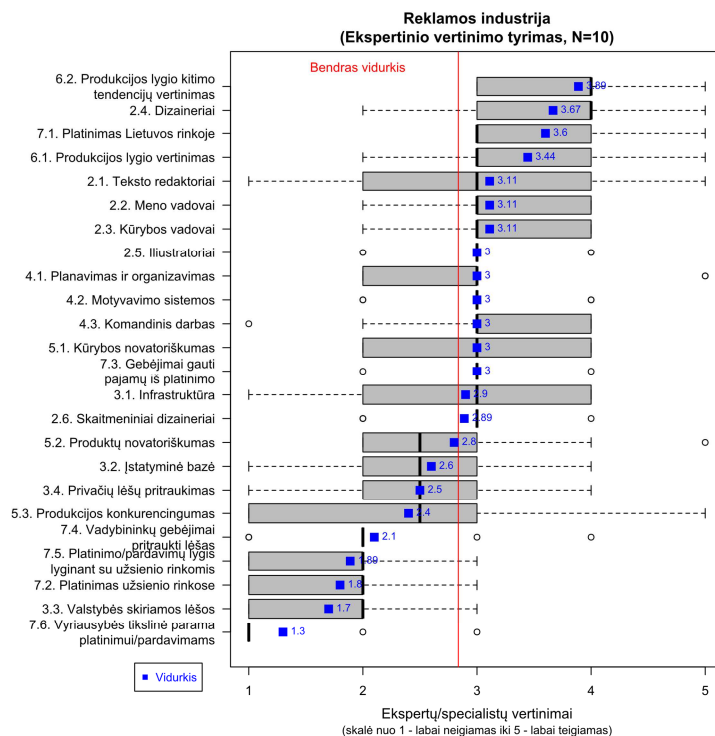
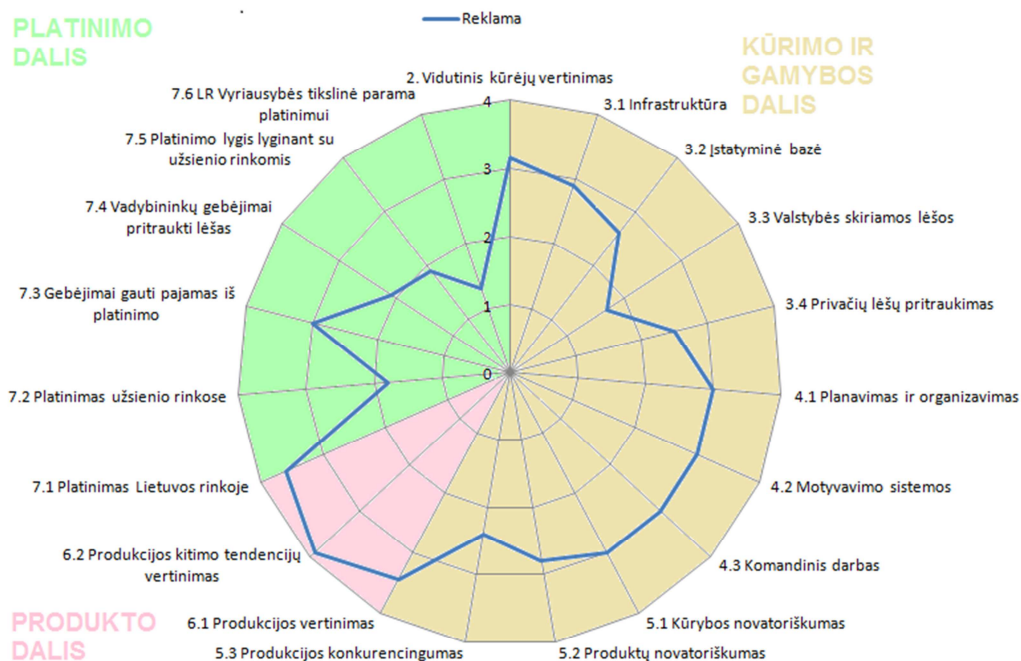
6 PRIEDAS. Dizaino ekspertinis vertinimas



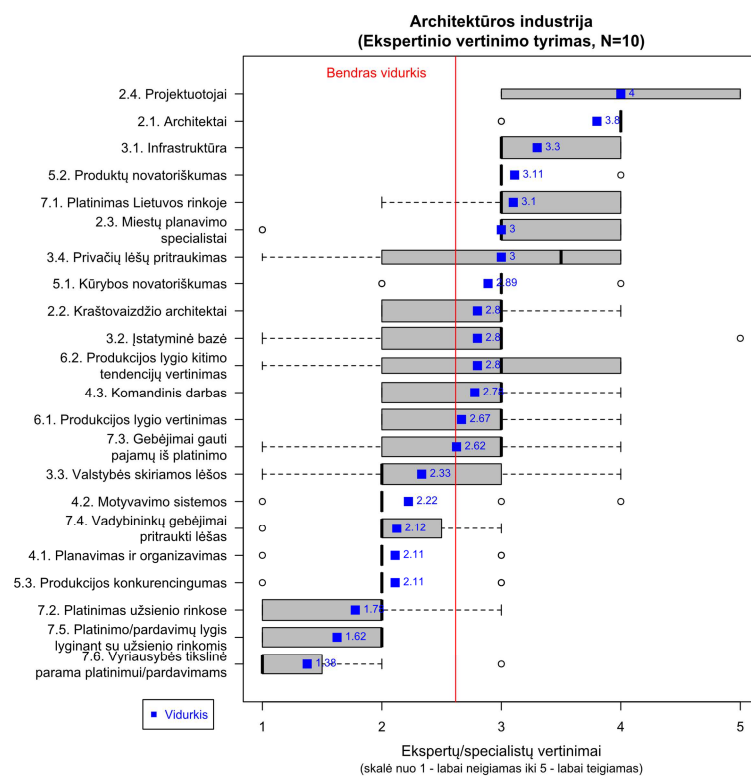
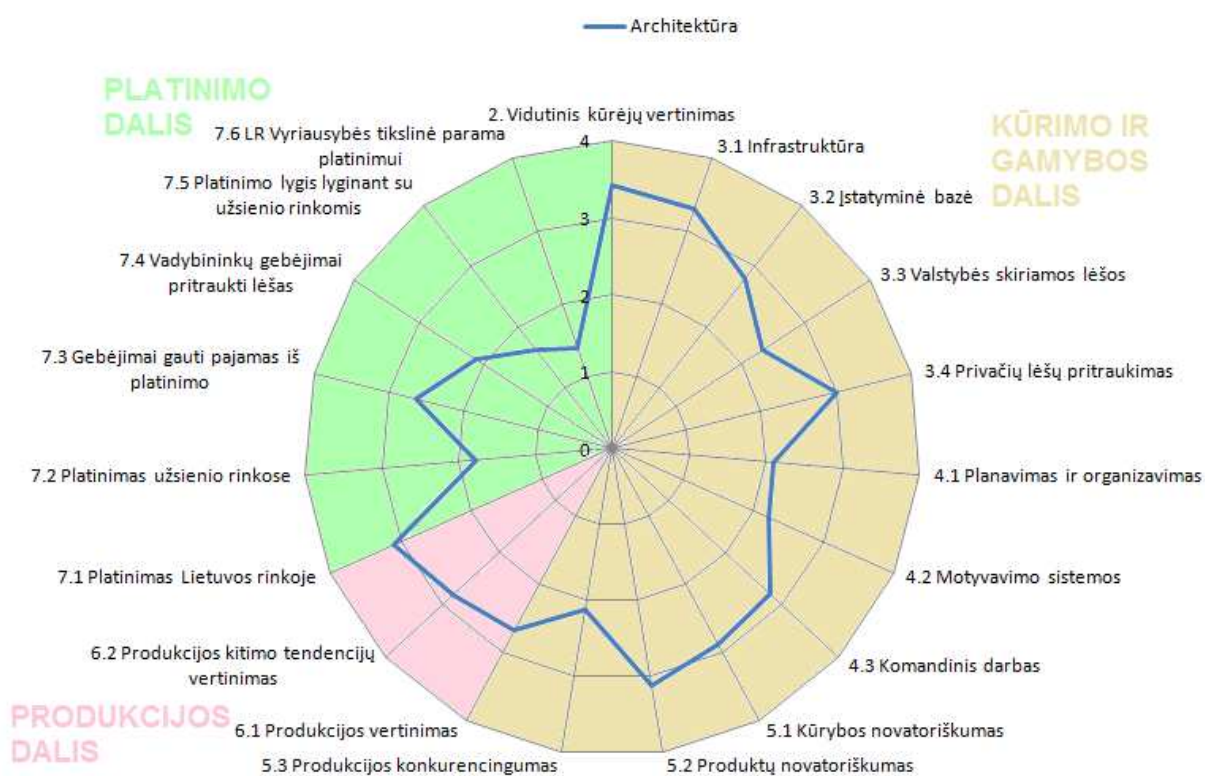
7 PRIEDAS. Pramogų verslo ekspertinis vertinimas



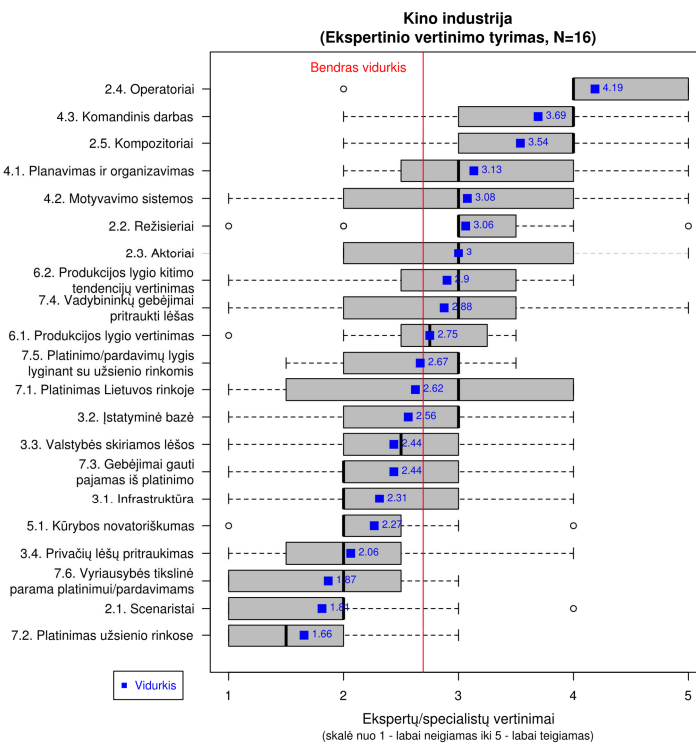
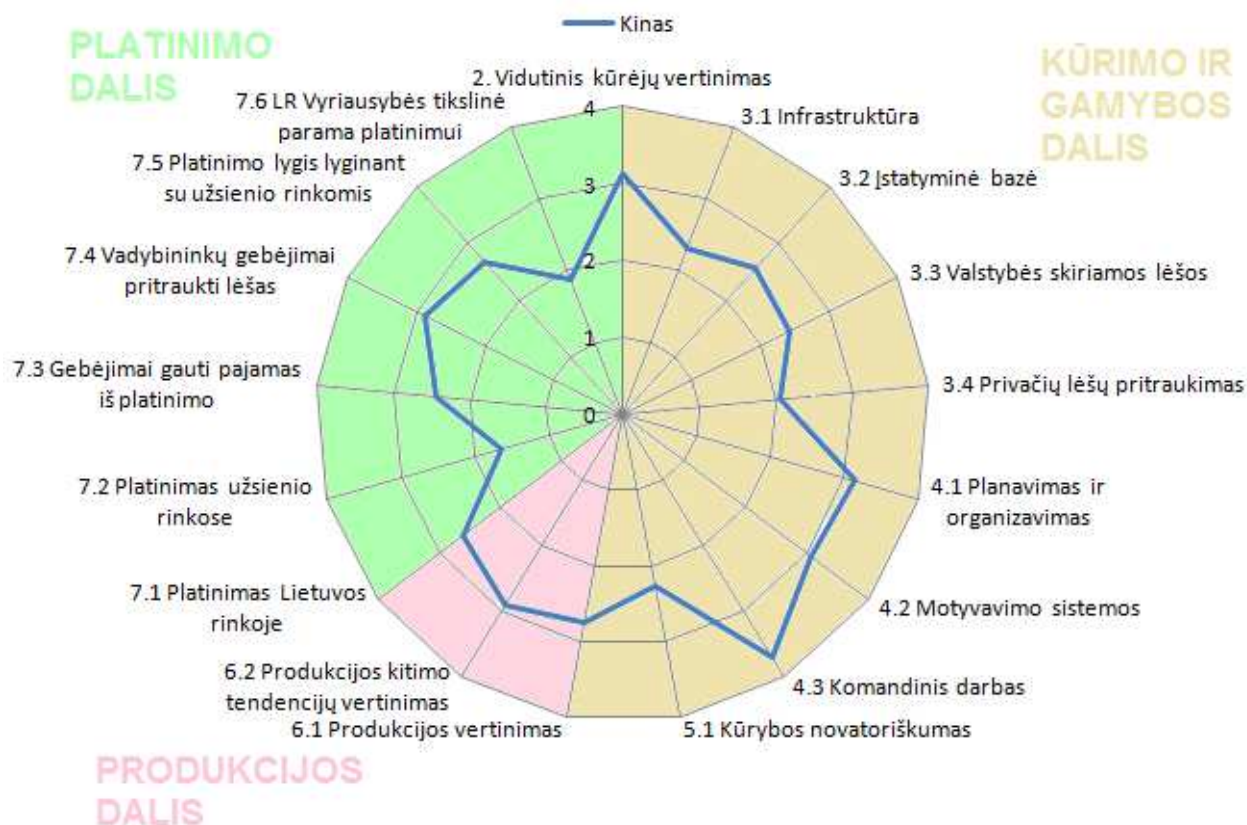
8 PRIEDAS. Reklamos ekspertinis vertinimas



9 PRIEDAS. Architektūros ekspertinis vertinimas



10 PRIEDAS. Kino ekspertinis vertinimas



LITERATŪROS SĄRAŠAS

1. 32 Creative Economies in Action. The report of the UN on the Creative Economy (2013). Prieiga internetu: <http://www.creativeeconomyreport2013.com/>.
2. Ashton, D. (2011). Media Work and the Creative Industries. Identity work, professionalism and employability. *Education + Training*, Vol. 53 (6): 546 – 560.
3. Baker, S. E., Edwards, R. 2012. How many qualitative interviews is enough? Discussion Paper. National Centre for Research Methods. <http://eprints.ncrm.ac.uk/2273/>
4. Big Changes – Big Opportunities. Analysis of Development in Policy to Promote Cultural and Creative Industries in the Nordic Region, 2007 – 2012 (2012). KreaNord studijos „Big Changes – Big Opportunities. Analysis of Development in Policy to Promote Cultural and Creative Industries in the Nordic Region, 2007 – 2012“ ataskaita Šiaurės ministrų tarybai Norden.
5. Blair, H.; Grey, S.; Randle, K. (2001). Working in Film. Employment in a Project Based Industry. *Personnel Review*. Vol. 30 (2): 170 – 185.
6. Bonde, D. 2007. *Qualitative Market Research: When Enough is Enough*. Sydney: Research by Design
7. Chen, M. Y. C., Wang, Y. S., Sun, V. (2012) Intellectual Capital and Organizational Commitment: Evidence from Cultural Creative Industries in Taiwan. *Personnel Review*, 3 (41), 321 – 339.
8. Commission of the European Communities. Green Paper. Promoting a European framework for Corporate Social Responsibility, 2001.
9. Creative Economy and Culture in the Innovation Policy (2010). Suomijos Švietimo ministerijos ataskaita 2010:13.
10. Creative Economy Report (2008). The Challenge of Assessing the Creative Economy: towards Informed Policy – making. United Nations Conference on Trade and Development, UNCTAD/DITC/2008/2. Prieiga internetu: http://unctad.org/en/docs/ditc20082cer_en.pdf.
11. Creative Industries and Development (2004). United Nations Conference on Trade and Development, TD (XI)/BP/13. Prieiga internetu: http://www.unctad.org/en/docs/tdxibpd13_en.pdf.
12. Creative Industries Mapping Document, Department for Culture, Media and Sport, UK, 2001.

13. De Propriis, L. (2013) How are the Creative Industries Weathering the Crisis? *Cambridge Journal of Regions, Economy and Society*, 6, 23 – 35.
14. Dervojeda K., Nagtegaal F., Lengton M. (2013). *Creative Industries. Analysis of Industry – Specific Framework Conditions Relevant for the Development of World – Class Clusters*. Prieiga internetu: http://www.emergingindustries.eu/Upload/CMS/Docs/Creative_industries_FCs.pdf
15. Florida, R. (2010). *The Great Reset. How New Ways of Living and Working Drive Post-Crash Prosperity*. Harper Collins e-books.
16. Galimybių studija “Vilniaus kūrybinių industrijų žemėlapis”. (2010). Vilniaus Gedimino technikos universitetas, Atvirojo kodo institutas, Vilnius.
17. Garnham, N. (2005). *From Cultural to Creative Industries. An Analysis of the Implications of the “Creative Industries” Approach to Arts and Media Policy Making in the United Kingdom*. *International Journal of Cultural Policy*. Vol. 11 (1): 15 – 29.
18. Gibbon, Ch. (2011). *How much can the Creative Industries Contribute to Regional Development in Britain?* Prieiga internetu: <http://www.regional-studies-assoc.ac.uk/events/2011/april-newcastle/papers/Gibbon.pdf>.
19. Goede M., Louisa, G. (2012). *A Case Study of the Creative Zone Scharloo and Pietermaai in Curacao*. *International Journal of Social Economics*, 39 (11), 844 – 858.
20. *Good Practice Report on the Cultural and Creative Sectors’ Export and Internationalisation Support Strategies* (2014).
21. Guest, G., Bunce, A., Johnson, L. 2006. *How Many Interviews Are Enough? An Experiment with Data Saturation and Variability*. *Field Methods*, Vol. 18, No. 1, p. 59-82.
22. Hotho, S., Champion, K. (2011). *Small Businesses in the New Creative Industries: Innovation as a People Management Challenge*. *Management Decision*, 49 (1), 29 – 54.
23. Huang, Y. F.; Chen, Ch. J.; Chang, H. H. (2009). *A Multiple Criteria Evaluation of Creative Industries for the Cultural Diversity Centre in Taiwan*. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*. Vol. 15 (5): 473 – 496.
24. Jones, P.; Comfort, D.; Eastwood, I.; Hillier, D. (2004). *Creative Industries: Economic Contributions, Management Challenges and Support Initiatives*. *Management Research News*. Vol. 27 (11/12): 134 – 145.
25. Keane, M.; Hartley, J. (2006). *Creative Industries and Innovation in China*. *International Journal of Cultural Studies*. Vol. 9 (3): 259 – 264.

26. Lassur, S., Tafel – Viia, K., Viia, A. (2010). *Creative industries in Estonia, Latvia, Lithuania*. Prieiga internetu: http://www.esa.ee/cms-data/upload/files/CreativeIndustries_EstLatLit.pdf.
27. Levickaite, R.; Reimeris, R. (2011). Kūrybos ekonomikos penkiakampis. Santalka: Filosofija, Komunikacija. Vol. 19 (1): 83 – 91.
28. Lietuvos regioninė politika, Vidaus reikalų ministerija, prieiga per internetą: <http://www.nrp.vrm.lt/index.php?id=2614>
29. Lietuvos Respublikos akcinių bendrovių įstatymas, 2000 m. liepos 13 d. Nr. VIII-1835, Žin., 2000, Nr. 64-1914; 2003, Nr. 123-5574, TAR 2014-12714.
30. Lietuvos Respublikos autorių teisių ir gretutinių teisių įstatymas, 1999 m. gegužės 18 d. Nr. VIII-1185, Žin., 1999, Nr. 50-1598; 2003, Nr. 28-1125; TAR 2014-05732.
31. Lietuvos Respublikos civilinis kodeksas, 2000 m. liepos 18 d. Nr. VIII-1864, Žin., 2000, Nr. 74-2262; TAR 2014-13599.
32. Lietuvos Respublikos darbo kodeksas, 2002 m. birželio 4 d. Nr. IX-926, Žin., 2002, Nr. 64-2569; TAR 2014-10428.
33. Lietuvos Respublikos dizaino įstatymas, 2002 m. lapkričio 7 d. Nr. IX-1181, Žin., 2002, Nr. 112-4980; 2012, Nr. 135-6871.
34. Lietuvos Respublikos gyventojų pajamų mokesčio įstatymas, 2002 m. liepos 2 d. Nr. IX-1007, Žin., 2002, Nr. 73-3085; 2013, Nr. 140-7047.
35. Lietuvos Respublikos įdarbinimo per laikinojo įdarbinimo įmones įstatymas, 2011 m. gegužės 19 d. Nr. XI-1379, Žin., 2011, Nr. 69-3287; 2013, Nr. 42-2044.
36. Lietuvos Respublikos koncesijų įstatymas, 1996 m. rugsėjo 10 d. Nr. I-1510, Žin., 1996, Nr. 92-2141; 2003, Nr. 70-3163, 2013, Nr. 76-3940.
37. Lietuvos Respublikos kultūros ministro 2007 m. kovo 28 d. įsakymas Nr. ĮV-217 Dėl kūrybinių industrijų skatinimo ir plėtros strategijos patvirtinimo. Žin., 2007 Nr. 39-1460; 2009 Nr.93-3999.
38. Lietuvos Respublikos laisvųjų ekonominių zonų pagrindų įstatymas, 1995 m. birželio 28 d. Nr. I-976, Žin., 1995, Nr. 59-1462; 2011, Nr. 164-7803.
39. Lietuvos Respublikos mažųjų bendrijų įstatymas, 2012 m. birželio 29 d. Nr. XI-2159, Žin., 2012, Nr. 83-4333; TAR 2014-10456.
40. Lietuvos Respublikos pelno mokesčio įstatymas, 2001 m. gruodžio 20 d. Nr. IX-675, Žin., 2001, Nr. 110-3992; TAR 2014-13610.
41. Lietuvos Respublikos prekių ženklų įstatymas, 2000 m. spalio 10 d. Nr. VIII-1981, Žin., 2000, Nr. 92-2844; 2012, Nr. 135-6870.

42. Lietuvos Respublikos pridėtinės vertės mokesčio įstatymas, 2002 m. kovo 5 d. Nr. IX-751, Žin., 2002, Nr. 35-1271; 2013, Nr. 101-4978.
43. Lietuvos Respublikos smulkiojo ir vidutinio verslo plėtros įstatymas, 1998 m. lapkričio 24 d. Nr. VIII-935, Žin., 1998, Nr. 109-2993; 2007, Nr. 132-5354; 2013, Nr. 79-3991.
44. Lietuvos Respublikos socialinio draudimo įstatymas, 1991 m. gegužės 21 d. Nr. I-1336, Žin., 1991, Nr. 17-447; 2004, Nr. 171-6295; TAR 2014-10433.
45. Lietuvos Respublikos viešojo administravimo įstatymas, 1999 m. birželio 17 d. Nr. VIII-1234, Žin., 1999, Nr. 60-1945; 2006, Nr. 77-2975; TAR 2014-09160.
46. Lietuvos Respublikos viešųjų įstaigų įstatymas, 1996 m. liepos 3 d. Nr. I-1428, Žin., 1996, Nr. 68-1633; 2004, Nr. 25-752; TAR 2014-10454.
47. Lietuvos Respublikos vietos savivaldos įstatymas, 1994 m. liepos 7 d. Nr. I-533, Žin., 1994, Nr. 55-1049; 2008, Nr. 113-4290; TAR 2014-10138.
48. Lietuvos Respublikos Vyriausybė, prieiga per internetą:
<http://www.lrv.lt/bylos/veikla/2030.pdf>
49. LR Vyriausybės nutarimas dėl 2014–2020 metų nacionalinės pažangos programos patvirtinimo, prieiga per internetą:
http://www3.lrs.lt/pls/inter3/dokpaieska.showdoc_l?p_id=439028&p_query=&p_tr2=2
50. Malem, W. (2008). Fashion Designers as Business: London. Journal of Fashion Management and Marketing. Vol. 12 (3): 398 – 414.
51. Martinaitytė, E., Kregždaitė, R. „Kūrybinių industrijų įtaka ekonomikos plėtrai“, Socialinių mokslų studijos, 2013, 5(4), p. 1094–1108
52. Matheson, B. (2006). A Culture of Creativity: Design Education and the Creative Industries. Journal of Management Development. Vol. 25 (1): 55 – 64.
53. Minska – Struzik, E. (2014). Bulletin of Central and Eastern Europe, No. 10. CEED: Central and Eastern Europe Development Institute.
54. Morse, J. M. 2004. Theoretical Saturation. In Michael S. Lewis-Beck, Alan Bryman, Tim Futing Liao (Eds.), Encyclopedia of Social Science Research Methods, p. 1123-1124. Thousand Oaks: SAGE Publications.
55. Nacionalinė pažangos programa, prieiga per internetą: <http://www.esparama.lt/nacionaline-pazangos-programa1>
56. Nacionalinė pažangos programa, prieiga per internetą: <http://www.esparama.lt/nacionaline-pazangos-programa1>
57. Oakley K. (2004) Not so Cool Britannia: the Role of the Creative Industries in Economic Development. International Journal of Cultural Studies, 7 (1), 67 – 77.

58. Patvirtintos finansinių priemonių įgyvendinimo taisyklės, prieiga per internetą:
<http://www.esinvesticijos.lt/lt/naujienos/patvirtintos-finansiniu-priemoniu-igyvendinimo-taisykles>
59. Potts, J. (2011). *Creative Industries and Economic Evolution*. Cheltenham, UK: Edward Elgar Publishing Limited. Prieiga internetu per GoogleBooks.com: <http://bit.ly/1908m2g>.
60. Regioninės plėtros departamentas prie vidaus reikalų ministerijos, prieiga per internetą:
<http://www.lietuvosregionai.lt/lietuvos-regionai/>
61. Reimer, S. (2009). *Geographies of Production II: Fashion, Creativity and Fragmented Labour*. *Progress in Human Geography*. Vol. 33 (1): 65 – 73.
62. Romney, A. K., Weller, S. C., Batchelder, W. H. 1986. *Culture as Consensus: A Theory of Culture and Informant Accuracy*. *American Anthropologist, New Series*, Vol. 88, No. 2, p. 313-38.
63. Rupšienė, L. 2007. *Kokybinio tyrimo duomenų rinkimo metodologija*. Klaipėda: Klaipėdos universiteto leidykla.
64. Sapsed, J.; Mateos-Garcia, J.; Adams, R.; Neely, A. (2008). *Management Research Priorities in the Creative Industries: a Consultative Review*. Paper for the DIME Conference: The Creative Industries and Intellectual Property, May 22 – 23, 2008.
65. *Survey on Access to Finance for Cultural and Creative Sectors (2013)*. Studijos „Survey on Access to Finance for Cultural and Creative Sectors“ ataskaita Europos Komisijos Generaliniam švietimo ir kultūros direktoratui.
66. Thomassen, A. (2007). *Design of the Netgeneration. Streaming the Flow of Design and Science in the Educational Practice of the Creative Industry*. *Kybernetes*. Vol. 36 (9/10): 1529 – 1542.
67. *Understanding Creative Industries. Cultural Statistics for Public-policy Making (2005)*. United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization. Prieiga internetu: http://portal.unesco.org/culture/en/files/30297/11942616973cultural_stat_EN.pdf/cultural_stat_EN.pdf.
68. *What are Creative Industries and Creative Economy*. British Council. Prieiga internetu: <http://creativecities.britishcouncil.org/creative-industries/what-are-creative-industries-and-creative-economy>