

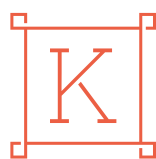
**MOKSLINIŲ TYRIMŲ,
EKSPERIMENTINĖS PLĖTROS
IR INOVACIJŲ RAIŠKA
KŪRYBINIŲ IR KULTŪRINIŲ
INDUSTRIJŲ
AUDIOVIZUALINIAME
SEKTORIUJE FRASCATI
NUOSTATŲ KONTEKSTE**



ATEITIES
VISUOMENĖS
INSTITUTAS

Tyrimas atliktas įgyvendinant projektą „MTEPI potencialas ir raiška KKI audiovizualiniame sektoriuje Frascati nuostatų kontekste“.

Projektą iš dalies finansavo Kultūros taryba ir Lietuvos Respublikos kultūros ministerija.



LIETUVOS
KULTŪROS
TARYBA



LIETUVOS RESPUBLIKOS
KULTŪROS MINISTERIJA



ATEITIES
VISUOMENĖS
INSTITUTAS

Projekto partneriai:



LIETUVOS
INOVACIJŲ
CENTRAS



mita
MOKSLO, INOVACIJŲ IR TECHNOLOGIJŲ AGENTŪRA



**Vilniaus
Kino
Klasteris**

Autoriai:

Tyrimo vadovė dr. Erika Furman

Prof. dr. Jūratė Černevičiūtė

Prof. dr. Artūras Jakubavičius

Prof. dr. Eglė Butkevičienė

Dr. Eglė Vaidelytė

Prof. dr. Rolandas Strazdas

Ekspertė Giedrė Stumbrytė

Tyrėja Indrė Norkeliūnė

Redagavo Vida Česnuliene

Maketavo Žanas Leskauskas

Nuoširdžiai dėkojame sektoriaus atstovams, prisidėjusiems prie tyrimo:

už kritines pastabas – Kęstučiui Drazdauskui;

už skirtą laiką ir dalyvavimą sociologinėse apklausoje – Ramūnui Greičiui,

Mariui Jovaišai, Evaldui Kubiliui, Romanui Matuliui, Kristijonui Mazūriui,

Martynui Mickėnui, Žilvinui Naujokui, Norbertui Pranckui, Marijai Razgutei,

Donatui Šimukauskui, Donatui Ulvydui, Urtei Vaicekauskaitei, Mantvidui Žalėnui.

ISBN 978-609-96026-0-8

TURINYS

SANTRUMPOS.....	4
SĄVOKŲ APIBRĖŽIMAI	5
ĮVADAS	6
1. KKI ir audiovizualinio sektoriaus unikalumas ir svarba.....	8
1.1. Kūrybinių ir kultūrinių industrijų samprata, klasifikavimas ir svarba	8
1.1.1. Kūrybinių ir kultūrinių industrijų samprata, klasifikavimas ir svarba.....	8
1.1.2. KKI sektoriaus požymiai ir klasifikavimas (tipologijos).....	8
1.1.3. KKI produktų ir paslaugų požymiai	10
1.1.4. KKI gamybos procesai	10
1.1.5. MTEPI KKI sektoriuje	11
1.1.6. KKI svarba ir potencialas	13
1.2. Audiovizualinio sektoriaus samprata, klasifikavimas ir svarba	14
1.2.1. Audiovizualinio (kino) sektoriaus samprata	15
1.2.2. Audiovizualinio (kino) sektoriaus savybės	16
1.2.3. Audiovizualinio (kino) sektoriaus klasifikacija	17
1.2.4. Kino industrijos aprėptis ir reikšmė	18
1.2.5. MTEPI kino pramonėje	20
Apibendrinimas.....	23
2. Inovacijų ir MTEP skatinimas ES ir Lietuvoje	24
2.1. Inovacijų ir MTEP skatinimo politika ES ir Lietuvoje	24
2.2. MTEP skatinimo instrumentai Lietuvoje	26
2.3. Mokesčių lengvatos vykdomiesiems MTEP Lietuvoje.....	27
2.4. ES finansuojami MTEP skatinimo instrumentai (2014–2020 m. finansinio programavimo laikotarpiu).....	29
2.5. MTEP skatinimo instrumentai Europos Sąjungoje.....	33
2.5.1. Mokesčių lengvatos vykdomiesiems MTEP Europos Sąjungoje.....	33
2.5.2. Tarptautiniai ES finansuojami MTEP skatinimo instrumentai (2014–2020 m. finansinio programavimo laikotarpiu).....	34
Apibendrinimas.....	36
3. Audiovizualinio sektoriaus MTEPI potencialas ir raiška	37
3.1. Tyrimo metodologija	37
3.2. MTEP veiklos audiovizualiniame sektoriuje samprata ir bruožai pagal Frascati vadovą	41
3.2. MTEP veikla ir audiovizualinio produkto (paslaugos) kūrimo procesas	46
Apibendrinimas.....	49
4. Audiovizualinio sektoriaus MTEP veiklų identifikavimo ir dokumentavimo metodologija	51
4.1. MTEP veiklų identifikavimo ir vertinimo kriterijų ir požymių sistema	51
4.2. MTEP tipologijos vertinimas	53
4.2.1. Naujumas.....	53
4.2.2. Kūrybiškumas.....	58
4.2.3. Neapibrėžtumas.....	63
4.2.4. Sistemiškumas	64
4.2.5. Galimybė perduoti ir (arba) atkartoti.....	65
4.2.6. Finansavimo šaltiniai.....	66
4.3. Veiklų atitikimo MTEP paradigmam vertinimas	66
4.4. MTEP veiklų priežastingumo vertinimas	69
4.5. MTEP veiklų kaštų vertinimas.....	72
4.6. MTEP veiklų pavyzdžiai KKI (audiovizualiniame) sektoriuje.....	72
4.7. MTEP veiklų ir jų rezultatų dokumentavimo ir įforminimo tvarka (rekomendacijos)	81
4.7.1. MTEP dokumentavimo ir įforminimo metodinis pagrindas	81
4.7.2. MTEP inicijavimo etapas.....	83
4.7.3. MTEP vykdymo etapas.....	84
4.7.4. MTEP užbaigimo etapas	84
IŠVADOS.....	85
REKOMENDACIJOS	94
LITERATŪROS SĄRAŠAS	95
PRIEDAI.....	98

SANTRUMPOS

ES – Europos Sąjunga

KKI – kūrybinės ir kultūrinės industrijos

MTEP – moksliniai tyrimai ir eksperimentinė plėtra

MTEPI – moksliniai tyrimai, eksperimentinė plėtra ir inovacijos

SĄVOKŲ APIBRĖŽIMAI

Šiame tyrime vartojamos inovacijų, mokslinių tyrimų ir eksperimentinės plėtros (MTEP) sąvokos apibrėžiamos taip pat, kaip ir Oslo vadove (2015), Frascati vadove, 2015 (2017), Lietuvos Respublikos mokslo ir studijų įstatymo Nr. XI-242 pakeitimo įstatyme Nr. XII-2534 (2016 m. birželio 29 d.; suvestinė redakcija nuo 2018-01-24), Lietuvos Respublikos Vyriausybės 2012 m. birželio 6 d. nutarime Nr. 650 „Dėl Rekomenduojamos mokslinių tyrimų ir eksperimentinės plėtros etapų klasifikacijos aprašo patvirtinimo“.

Eksperimentinė plėtra – moksliniais tyrimais ir (arba) praktine patirtimi, sukaupu pažinimu grindžiama nuosekli, papildomų žinių teikianti veikla, kurios tikslas – kurti naujus produktus ar procesus arba tobulinti jau sukurtus produktus ar procesus, taip pat kurti arba iš esmės tobulinti moksliniais tyrimais ir (arba) praktine patirtimi ir sukaupu pažinimu grindžiamus žmogaus, kultūros ir visuomenės problemų sprendinius (Lietuvos Respublikos mokslo ir studijų įstatymo Nr. XI-242 pakeitimo įstatymas Nr. XII-2534 (2016 m. birželio 29 d.; suvestinė redakcija nuo 2018-01-24)). Ši sąvoka sukurta remiantis pagrindinėmis Frascati vadove (2015) pateiktomis nuostatomis: eksperimentinė plėtra yra moksliniais tyrimais ir praktine patirtimi sukaupu pažinimu pagrįsta sisteminga veikla, leidžianti įgyti papildomų žinių, tiesiogiai prisidedančių kuriant naujus produktus ar procesus ar juos tobulinant (Frascati vadovas, 2015 (2017), p. 37).

Fundamentiniai moksliniai tyrimai – tai bandomoji arba teorinė veikla, vykdoma pirmiausia siekiant įgyti naujų žinių apie reiškinio esmę ir stebimus faktus, nenumatant jokio konkretaus jų praktinio taikymo ar naudojimo (Frascati vadovas, 2015 (2017), p. 37).

Inovacija – tai naujo arba reikšmingai patobulinto produkto (prekės arba paslaugos) ar proceso, naujo rinkodaros metodo ar naujo organizacinio metodo įdiegimas verslo praktikoje, darbo vietos organizavimo ar išorės ryšių srityje (Oslo vadovas, 2015, p. 44).

Moksliniai tyrimai ir eksperimentinė plėtra (MTEP) – tai kūrybiškas ir sistemingas darbas, atliekamas siekiant plėsti turimas žinias, įskaitant žinias apie žmoniją, kultūrą ir visuomenę, ir rasti naujų tokių žinių pritaikymo būdų. MTEP sąvoka apima tris veiklos rūšis: fundamentinius, taikomuosius tyrimus ir eksperimentinę plėtrą (Frascati vadovas, 2015 (2017), p. 37).

Taikomieji moksliniai tyrimai – tai originalus tyrimas, atliekamas naujoms žinioms įgyti ir visų pirma specifiniams praktiniams tikslams pasiekti ar uždaviniams įgyvendinti (Frascati vadovas, 2015 (2017), p. 37).

Mokslinių tyrimų ir eksperimentinės plėtros etapai (tyrime mokslinių tyrimų ir eksperimentinės plėtros etapai ir technologinės parengties lygiai (TPL) vartojami sinonimiškai) suprantami taip, kaip jie apibrėžti Lietuvos Respublikos Vyriausybės 2012 m. birželio 6 d. nutarime Nr. 650 „Dėl Rekomenduojamos mokslinių tyrimų ir eksperimentinės plėtros etapų klasifikacijos aprašo patvirtinimo“.

ĮVADAS

Europos Sąjungoje (toliau – ES) kūrybinių ir kultūrinių industrijų (toliau – KKI) sektorius išskiriamas kaip vienas dinamiškiausių Europos sektorių, kuriantis aukštą pridėtinę vertę, didinantis vietovių patrauklumą, pritraukiantis kvalifikuotus darbuotojus ir įmones. Pažymima, kad KKI sektorius yra mažiau paveiklus ekonominėms krizėms ir sparčiau susidoroja su jų padariniais nei kitos pramonės.

Tyrime išanalizuoti šaltiniai, mokslo straipsniai ir monografijos, užsienio valstybių patirtis, strateginiai Europos Sąjungos dokumentai rodo, kad KKI pasižymi ne tik dideliu ekonominiu potencialu, yra perspektyvus, augantis ir kuriantis inovacijas sektorius, bet ir laikomas vienu veiksmingiausių kitų sektorių inovacijų varikliu.

Dėl savo potencialo apskritai ir MTEP kontekste KKI svarba tiek finansine, tiek socialine ir kultūrine (vertybine) prasme yra labai reikšmingos nacionalinėse ir pasaulio ekonomikose individų savirealizacijai ir visuomenės socialiniam kapitalui. Skatinant MTEP potencialą Europai yra galimybė išlyginti savo ilgalaikį technologinį atsilikimą nuo JAV ir Azijos valstybių, o Lietuvai – atrasti MTEP potencialą KKI kaip vieną iš nišinių sričių, kur ji galėtų išvystyti konkurencinį pranašumą.

Lietuva, įvertinusi KKI plėtros galimybes, 2014–2020 metais ES sumanios specializacijos kontekste didžiausio proveržio tikisi iš audiovizualinių medijų ir dizaino sektorių. Dizaino sektorius yra nemažai tirtas ir nagrinėtas. Bet tyrimų apie audiovizualinį sektorių MTEP kontekste Lietuvoje nėra. Augant audiovizualinio turinio reikšmei, didėjant audiovizualinio turinio kiekiui edukacinių priemonių kontekste, šis sektorius ir jo plėtra tampa vis aktualesni tyrimo objektai. Audiovizualinis sektorius yra platus (radijas, televizija, kinas, kt.), todėl MTEP produktų ir procesų analizei buvo apsiribota kino sektoriumi, kuris išskiriamas kaip svarus ir imlus investicijoms. Kino industrijos produktai ekonominiu požiūriu yra aukštų kaštų, tačiau turi labai didelę kultūrinę, socialinę ir ekonominę reikšmę darydami poveikį vartotojui, formuodami vertybes, tapatybę, turi stiprų emocinį poveikį. Tam tikrais istoriniais laikotarpiais kinas pasaulyje buvo naudojamas kaip propagandinis įrankis.

Nagrinėjama tema yra nauja ir aktuali, turi taikomąjį aspektą. Lietuvos audiovizualinio sektoriaus įmonės nesinaudoja sukurtomis MTEP mokesčių lengvatomis, dalyvavimas siekiant ES finansavimo taip pat yra rezervuotas. Iki šio tyrimo nebuvo aiškios priežastys, neleidžiančios naudotis sukurtais valstybės MTEP skatinamaisiais instrumentais, kokia yra KKI audiovizualinio sektoriaus vykdomų MTEP specifika ir kaip paskatinti Lietuvos audiovizualinio sektoriaus įmones aktyviau vykdyti MTEP veiklas, taikyti mokesčių lengvatas, naudotis ES priemonėmis.

Šis taikomojo pobūdžio tyrimas yra skirtas iširti mokslinių tyrimų, eksperimentinės plėtros

ir inovacijų raišką, MTEP skatinimo priemones kultūrinių ir kūrybinių industrijų audiovizualiniame sektoriuje ir parengti metodologiją, pagrįstą adaptuotais sektoriaus pavyzdžiais.

Tiriamosios veiklos objektas – MTEPI potencialas ir raiška KKI audiovizualiniame sektoriuje.

Tyrimui atlikti išskelti šie uždaviniai:

ištirti Lietuvos KKI ir audiovizualinio sektoriaus unikalumą ir svarbą, nustatyti jų produktų ir paslaugų ypatumus;

išanalizuoti ir palyginti Lietuvos ir užsienio šalių MTEP skatinimo instrumentus KKI ir audiovizualiniam sektoriui;

ištirti audiovizualinio sektoriaus MTEP potencialą ir jo raišką Frascati nuostatų kontekste; parengti MTEP dokumentavimo metodologiją ir rekomendacijas.

Pirmoje tyrimo dalyje nagrinėjama KKI ir audiovizualinio sektoriaus unikalumas ir svarba. Apibrėžiama KKI ir audiovizualinio sektoriaus samprata, sektoriaus požymiai ir klasifikacija, KKI produktų, paslaugų požymiai ir ypatumai MTEP kontekste.

Antroje tyrimo dalyje analizuojamas mokslinių tyrimų, eksperimentinės plėtros ir inovacijų skatinimas ES ir Lietuvoje. Nagrinėjami MTEP skatinimo instrumentai – mokesčių lengvatos ir ES finansavimo priemonės. Atliekamas skatinamųjų instrumentų vertinimas kitų šalių kontekste – išskiriami geriausiai veikiančios MTEP skatinimo modeliai. Pateikiamos MTEP priemonių taikymo galimybės Lietuvos KKI ir audiovizualiniam sektoriui. Nustatytos priežastys, kurios yra kliūtis ES paramos instrumentams KKI sektoriuje taikyti.

Trečioje dalyje pateikiami sociologinių kokybinių tyrimų rezultatai. Naudojant pusiau struktūruoto interviu ir grupinės diskusijos (angl. *Focus group research*) metodus, nustatyti audiovizualinio sektoriaus produktų ir paslaugų MTEPI požymiai pagal Frascati vadovą (2015). Interviu ir grupinės diskusijos buvo pagrįsti dviem projekto tikslų atliepančiomis dimensijomis: 1) MTEP veiklos audiovizualiniame sektoriuje samprata ir bruožai pagal Frascati vadovą (2015); 2) MTEPI veikla audiovizualinio produkto ar paslaugos kūrimo procese.

Ketvirtoje dalyje, remiantis Frascati vadovu (2015), pateikta MTEP dokumentavimo metodologija su sektoriaus pavyzdžiais. Jos tikslas – padėti identifikuoti MTEP veiklas ir jas tinkamai dokumentuoti, skatinant pasinaudoti valstybės sukurtais instrumentais – mokesčių lengvatomis.

Tikimasi, kad šio taikomojo tyrimo rezultatai pasitarnaus KKI industrijos MTEP plėtrai, kvies diskutuoti ir sustiprins KK MTEP produktų gamintojų, mokslininkų, MTEPI ekspertų ir politikos formuotojų dialogą. Be to, šis tyrimas turėtų tapti moksliniu indėliu į MTEPI KK industrijose. Galiausiai, tikimasi, kad šiuo tyrimu bus prisidedama siekiant bendros ekonominės ir socialinės visuomenės gerovės, Lietuvoje atrandant MTEP potencialą KKI kaip vieną iš savo nišinių sričių.

I. KKI IR AUDIOVIZUALINIO SEKTORIAUS UNIKALUMAS IR SVARBA

Siekiant ištirti MTEPI potencialą ir raišką kūrybinėse ir kultūrinėse industrijose, ypač audiovizualiniame sektoriuje, pirmoje šios studijos dalyje analizuojama KKI ir audiovizualinio (kino) sektoriaus samprata, specifškumas, potencialas ir svarba MTEPI kontekste.

1.1. KŪRYBINIŲ IR KULTŪRINIŲ INDUSTRIJŲ SAMPRATA, KLASIFIKAVIMAS IR SVARBA

Šiame skyriuje nagrinėjama KKI samprata, sektoriaus sandaros ir organizacinės veikos požymiai, KKI klasifikacija, KKI produktų, paslaugų ir gamybos procesų ypatumai, MTEPI KKI sektoriuje, KKI potencialas ir reikšmė ekonomikai, socialinei gerovei ir inovacijų skatinimui.

1.1.1. KŪRYBINIŲ IR KULTŪRINIŲ INDUSTRIJŲ SAMPRATA, KLASIFIKAVIMAS IR SVARBA

Tarptautiniu mastu plačiausiai paplitusiu laikomas Jungtinės Karalystės KKI apibrėžimas: tai industrijos, pagrįstos individualiu kūrybingumu, gebėjimais ir talentais bei turinčios potencialo kurti pridėtinę vertę ir darbo vietas, naudojantis intelektine nuosavybe (Černevičiūtė, Strazdas, Jančoras, Kregždaitė ir Morkevičius, 2015, p. 22).

Lietuvoje KKI suprantamos ir klasifikuojamos remiantis 2008 m. Jungtinių Tautų prekybos ir plėtos konferencijos (UNCTAD) apžvalga „Kūrybos ekonomika“ (UNCTAD, 2008). Šalies strateginiuose dokumentuose kultūrinės ir kūrybinės industrijos apibrėžiamos kaip „kūrybiškumu ir intelektiniu kapitalu grindžiamos tarpsektorinės ekonominės veiklos, kuriančios materialius produktus ir nematerialias intelektines arba menines paslaugas, pasižyminčias kūrybine, kultūrine ir ekonomine verte“ (Lietuvos Respublikos kultūros ministerija, 2015). Šiame tyrime laikomasi lietuviškojo KKI apibrėžimo. Terminai „kūrybinės industrijos“ (KI) ir KKI vartojami sinonimiškai, apibendrinat kultūrinės ir kūrybinės industrijas.

1.1.2. KKI SEKTORIAUS POŽYMAI IR KLASIFIKAVIMAS (TIPOLOGIJOS)

Ekonomistams terminas „kultūros ir kūrybinės industrijos“ reiškia gana heterogenišką industrinį sektorių, todėl svarbu nustatyti sektoriaus ribas, kad būtų galima kūrybinės veiklas tinkamai susieti su ekonominėmis veiklomis. KKI yra industrijos, kurių vertės kūrimo grandinė susijusi su kultūros ir meno produktais ir paslaugomis, taip pat viešuoju kultūros sektoriumi. Ekonominės analizės tikslas nėra sie-

kis nubrėžti liniją tarp „meno“ ir „komercijos“, nes sparčiai kylant gerovei ir formuojantis vartotojų visuomenei, vyksta aukštosios ir žemosios kultūros susiliejimas (Cowen & Tabarrok, 2000).

Svarbiausi KKI sektoriaus požymiai: (1) industrinė struktūra, apibūdinama kaip *ekosistema*; (2) tarpininkavimo funkcijas atliekantys, susikertantys tinklai, kurie palengvina laisvai samdomų darbuotojų judėjimą; (3) nedidelis vidutinio dydžio įmonių kiekis; (4) vyraujančios trumpo gyvavimo ciklo, projektyves veiklas vykdančios įmonės, kuriose dirba laisvai samdomi darbuotojai; (5) neapibrėžta rinka (KKI produktų paklausa) ir su tuo susijusi aukšta rizika; (6) labai trumpas inovacijų, mados ir KKI produkto ciklas; (7) sistema „laimėtojai gauna viską“ – didžiuliai skirtumai tarp laimėtojų ir pralaimėtojų; (8) įtampos tarp turinio ir konkurencijos reglamentavimas (Taylor, Pratt & Jeffcutt, 2009).

KKI sudaro grupė veiklų nuo menų iki elektronikos ir skaitmeninių komunikacijos priemonių. Medijų industrijos išsiskiria konkurencingesnėmis organizacinėmis formomis.

KKI klasifikacijoje siūloma skirti tris sudėtines dalis:

1. ekonomines veiklas, tiesiogiai susijusias su meno pasauliais (vizualieji menai, atlikimo menai, literatūra ir leidyba, muziejai, galerijos, kultūros paveldas ir pan.);
2. veiklas, susijusias su medijomis (spauda, leidyba, transliacijos ir skaitmeninės medijos);
3. veiklas, susijusias su dizainu (architektūra, pramoninis dizainas, moda ir produkto dizainas) (Hözl, 2005).

Naujosios susikertančios (*angl. cross*) medijos – tai naujausias KKI pogrupis, atsiradęs tobulėjant komunikacijos technologijoms. Tai yra kartu ir produktas (programinė įranga, animacija, žaidimas), ir paslauga (komunikacijos priemonė rinkodarai ir kt. produktams platinti). Sektorius apima plačią tarpsektorinių veiklų skalę ir turi didelį inovacijų potencialą.

Šiame tyrime remiamasi plačiausiai pripažinta UNCTAD KKI veiklų klasifikacija ir Ekonominės veiklos rūšių klasifikatoriumi (EVRK) (1 priedas), kuris labiausiai atitinka KKI kategorijas ir aprėpiamas sritis, numatytas Lietuvos Respublikos kultūros ir kūrybinių industrijų politikos 2015–2020 m. plėtros kryptyse (Lietuvos Respublikos kultūros ministerija, 2015). Šiame dokumente įvardijamos šios KKI kategorijos ir sritys:

1. Kultūros paveldas: nekilnojamojo kultūros paveldo objektų, paminklų, saugomų teritorijų, kitų kultūrine verte pasižyminčių vietų ir objektų eksploatavimas, atminties institucijų – muziejų, bibliotekų, archyvų, kinematekų – veikla, antikvarinės vertybės, tradiciniai amatai, kultūrinis turizmas, tradicinės kultūros šventės ir festivaliai.
2. Menas: vaizduojamieji menai (vaizduojamoji ir taikomoji dailė, fotografija, skulptūra, kinas), scenos menai (teatras, šokis, muzika, cirkas), tarpdisciplininis menas, literatūra.
3. Medijos: leidyba, spauda, audiovizualinės medijos (kinas, televizija, radijas), naujosios medijos (programinė įranga, kompiuteriniai žaidimai, skaitmeninis turinys), skaitmeninės paslaugos, reklama.
4. Taikomoji kūryba: architektūra, dizainas.

1.1.3. KKI PRODUKTŲ IR PASLAUGŲ POŽYMIAI

KKI tyrėjai nurodo tokius industrijoje gaminamų produktų ir paslaugų (dažniausiai vadinamų kultūros produktais ir paslaugomis) požymius kaip „nematerialumas, skirtas tenkinti vartotojų estetinius ir išraiškos, o ne utilitarinius poreikius (Hirsch, 1972); interpretacinis jų vartojimo pobūdis, kai produkto ar paslaugos vertę sudaro jo „prasmė“ vartotojui, t. y. jie nėra naudojami praktinėms problemoms spręsti (Lawrence & Philips, 2002); produkto vertė priklauso nuo jo estetinio, semiotinio, sensorinio ar patyrimo turinio (Power, 2002); produkto vertė išskiriama kaip kultūrinė, kuri vertinama ne pinigais, o dėl socialinių ir kultūrinių priešasčių, t. y. apima dvasinius dalykus, estetiškes nuostatas arba stiprina bendruomenės kultūrinį tapatumą (kultūros prekes autorius priskiria vadinamajai „mišrių“ prekių kategorijai, t. y. prekėms, kurios turi tiek privačios, tiek viešosios gėrybės požymių) (Throsby, 2010).

Apibendrinant galima išskirti šiuos KKI produktų ir paslaugų požymius:

1. Nematerialios (tradicine prasme) patyrimo prekės, kurių „skonis įgyjamas“ vartojant, o jų vertė priklauso nuo subjektyvios pirkėjo reakcijos arba pasitenkinimo (kategorija „niekas nežino“), todėl sunku nustatyti paklausą atskirai nuo pasiūlos (Blaug, 2001, p. 123; Caves, 2000, p. 8).
2. Simbolinės prekės, kurių vertė kyla iš jų kultūrinės vertės, kaip menų atveju. Skirtingai nei daugeliui vartojimo gėrybių, meno vertė daug labiau priklauso nuo kultūros normų ir socialinio pripažinimo nei suvoktų vartotojo poreikių (Shubik, 2003, p. 194).
3. Simbolinio turinio. Stipri produkto diferenciacija: nėra nė vieno meno kūrinio, panašaus į kitą – tai susiję su produktų simboliu turiniu.
4. Intelektinės nuosavybės produktai. Didžioji dalis produktų turi savo autorių, autorių grupę arba kolektyvinę autorystę.
5. „Mišrios“ prekės, turinčios tiek privačios, tiek viešosios gėrybės požymių. Kai menas laikomas artimu viešoms gėrybėms, visuomenė subsidijuoja menus, ypač turinčius beveik natūralios monopolijos požymių, kaip operą (Throsby, 2010).

KKI produktai ir paslaugos labai skiriasi nuo tradicinių savo prigimtimi, yra individualizuoti, jų vertė subjektyvuota, o potencialas ypač dinamiškas. Dėl šių savybių juos galima laikyti ateities produktais ir paslaugomis.

1.1.4. KKI GAMYBOS PROCESAI

KKI sektoriaus veiklos yra susijusios su KKI produktų kūrimo, gamybos, pakartotinės gamybos ir platinimo procesų etapais ir įvairių intelektinės nuosavybės apsaugos formų naudojimu. KKI produktai įgyja vertę dėl meninio ar kūrybinio indėlio, kuris gali būti visuose vertės kūrimo etapuose.

Technologinė pažanga – daugelio platformų galimybės – leidžia kurti ryšius su naudotojais ir gauti grįžtamąjį ryšį, naudotojams kurti tiesiogines tarpusavio sąveikas, o kūrėjams prisitaikyti prie kintančių poreikių. Vis didėjantis naudotojų ir (ar) vartotojų, kaip drauge kuriančiųjų, įtraukimas į efektyvius komunikacijos kanalus leidžia susilieti vartojimo ir gamybos etapams.

Internetas ir turinio sąveikos (*interface*) platformos, leisdamos priartėti prie platinimo ir didesnio kūrėjų ir turinio sumanytojų dalyvavimo, pakeitė vertės paskirstymo grandinės procesą. Tai suformavo naujas rinkos strategijas ir naujus verslo modelius.

Sąveika su vartotojais tapo labiau tiesioginė, dinamiškesnė, save palaikanti – tai paskatino naujus KKI produktus testuoti kartu su vartotojais. Konkurencija KKI vyksta simbolinėje sferoje, todėl vadyboje svarbiausia ne produkto gamybos efektyvumas, bet gebėjimas kurti ir parduoti reikšmes arba prasmes.

Vartotojų elgsena ir jos tyrimai tampa vis svarbesnis KKI paslaugų ir produktų kūrimo šaltinis, ypač dėl to, kad vartotojai dažnai įgauna KKI paslaugų ir produktų kūrėjų vaidmenį. Tokia interaktyvi ir tinklinė KKI produktų ir paslaugų gamyba įgyja vis didesnę įtaką socialiniam kontekstui ir bendrai visuomenės gerovei.

1.1.5. MTEPI KKI SEKTORIUJE

Analizuojant KKI mokslinių tyrimų ir eksperimentinės plėtros (MTEP) kontekste tampa akivaizdu, kad ši tyrimų sritis yra visiškai nauja ne tik Lietuvoje, bet ir pasaulyje. Nėra šaltinių, kuriuose KKI tiriamas kaip MTEP objektas. Plačiau mokslinėje literatūroje nagrinėtos inovacijos KKI srityje, tačiau inovacijos yra kaip galutiniai nauji KKI produktai ir paslaugos, o apie patį KKI produktų ir paslaugų kūrimą ir vystymą (tyrimais ir plėtra (R&D)) procesą, t. y. MTEP, moksliniai tyrimai yra ypač skurdūs. Mokslininkai KKI MTEP kontekste beveik nenagrinėja, o KKI ar meno tyrimai nelaikomi moksliniais, nors pastarieji, kaip tikslieji, socialiniai ar humanitariniai, turi mokslinę vertę, kaip tikslieji, socialiniai ar humanitariniai.

KKI atlieka svarbų vaidmenį ne tik paslaugų gamyboje, bet ir inovacijų procesuose, kai inovacijos suprantamos ne kaip linijinis, o sisteminis reiškiny – *inovacijų sistemas*. Kūrybinių industrijų ekonominė vertė gali būti platesnė nei kultūros prekių gamyba ir apimti platesnį vaidmenį palengvinant ir aktyvinant permainų procesus visoje ekonomikoje (inovatyvūs verslo modeliai ir naujos vartotojų įtraukimo strategijos) (Potts, Cunningham, 2008).

Nors inovacijų tyrimai KKI vyksta retai, pačios industrijos yra labai inovatyvios. KKI vykstančias inovacijas autoriai vadina „paslėptomis inovacijomis“: tai inovacijos, kurios yra tapačios arba panašios veikloms, matuojamoms, apskaitomoms pagal tradicinius indikatorius, bet kurios yra neapskaitomos; kurios nėra pagrįstos mokslo ir (ar) technologiniu pagrindu, tokios kaip organizacinės ar verslo modelio

inovacijos; sukurtos naujos kombinacijos, modelius sujungiant su jau egzistuojančiomis technologijomis ir procesais; organizacijų viduje sukurtos nedidelės aprėpties (angl. *small-scale*) inovacijos, kurios neatpažįstamos (Miles & Green, 2008, p. 17).

Svarbiausias KKI inovacijų variklis yra naujosios komunikacijos technologijos, kurios ne tik daro poveikį produktui, bet ir sudėtingesniems rinkos tyrimams ir inovacijoms rinkodaroje, taip pat ir naujoms organizacinėms struktūroms (laisvai samdomųjų darbuotojų įdarbinimas, tinklaveika ir pan.) susiformuoti.

Tradicinis technologinis požiūris arba „technologinės inovacijos“, kaip „objektyvaus pagerinimo produkto eksploatacinių savybių arba būdų, kuriais jis yra gaminamas arba perduodamas“, apibrėžimas netinka kūrybinėms industrijoms, nes ignoroja kultūros produktų „estetines arba subjektyvias savybes“, kurios svarbios vartotojams, atsižvelgia tik į technines priemones, o ne į medių turinį (Handke, 2004).

Inovacijų specifiką kūrybinėse industrijose bandoma užčiuopti plėtojant atskiras inovacijų sampratas, tokias kaip estetinės arba „minkštosios“ inovacijos (Stoneman, 2007), turinio inovacijos (Handke, 2004), meninės inovacijos (Galenson, 2006), kultūros gamybos inovacijos (Jaw, Chen & Chen, 2012), ir taikant atvejų analizės metodus (Miles, Green, 2008).

Inovacijų kūrybinėse industrijose sampratos neapibrėžtumą ir neaiškumą lemia faktas, kad bet kuris kūrybinis produktas, kuris nėra kopija, gali būti apibūdintas kaip inovacija. Inovacijos vertinimas yra visų dalyvių (menininkų, vartininkų, ekspertų, vartotojų) informacijos ir požiūrių keitimosi procesas, kurio rezultatas yra meno lauko dalyvių susitarimas arba bendra nuomonė, ką laikyti inovacija. Kas bus pripažinta inovacija, priklauso nuo skirtingose kūrybinių industrijų veiklose (muzikoje, kine, teatre ir pan.) naudojamų vertinimo filtrų tankumo – kūrybinėje veikloje, turinčioje griežtus ir aiškius standartus, inovacijos pripažinimo procesas sudėtingesnis. Meno sferoje arba kūrybinių industrijų veikloje, kurioje bet kuri naujovė įvardijama kaip dėmesio verta inovacija, kritinis rangavimas netenka savo vertės (Caves, 2000).

Pagrindinė pateiktų kūrybinių industrijų inovacijų apibrėžimų problema – platesnio inovacijos, peržengiančios „objektyvias“ technines funkcijas arba koncentruotos tik į kultūrinės (simbolines, semiotines, estetines) savybes arba „turinio“ inovacijas, apibrėžimo reikalingumas (Černevičiūtė, Strazdas, Jančoras, Kregždaitė ir Morkevičius, 2015).

Siekiant priartinti KKI inovacijas prie oficialiosios ES inovacijų sampratos ir remiantis Oslo vadovu (2005), siūlomos naujos ir papildytos kūrybinių industrijų inovacijų sąvokos, kurios apimtų produkto, proceso, organizacines, rinkodaros, funkcines, kultūros, suvokimo inovacijas (Lewandowski, 2015, p. 76).

Taip pat būtina papildyti Frascati vadovą (2015), kuris buvo sukurtas ir skirtas tiksliesiems ir technologiniams mokslams, kad jis atitiktų menų, socialinių ir humanitarinių mokslų poreikius. Čia iniciatyvos ėmėsi Jungtinė Karalystė, išpuoselėjusi galias kūrybinio sektoriaus skatinimo tradicijas, ji naujojoje

valstybės strategijoje KKI išskiria kaip vieną iš penkių prioritetinių sektorių. Viena iš žymiausių JK KKI tyrimų organizacijų NESTA kartu su Menų ir humanitarinių mokslų tyrimų taryba ir daugiadiscipliniu Londono universiteto koledžu (UCL) siūlo papildyti Frascati vadove (2015) teikiamą MTEP (R&D) apibrėžimą, kuriame nebūtų atribojami menai, socialiniai ir humanitariniai mokslai (Bakhshi & Lomas, 2017).

NESTA Frascati vadovo MTEP apibrėžimą siūlo keisti taip: „Moksliniai tyrimai ir eksperimentinė plėtra (MTEP) – tai kūrybiškas ir sistemingas darbas, atliekamas siekiant plėsti turimas žinias, įskaitant žinias apie žmoniją, kultūrą ir visuomenę, ir rasti naujų tokių žinių *ekonominės, kultūrinės ir socialinės vertės* pritaikymo būdų. MTEP sąvoka apima tris veiklos rūšis: fundamentinius tyrimus, taikomuosius tyrimus ir eksperimentinę plėtrą. Fundamentiniai moksliniai tyrimai – tai bandomoji arba teorinė veikla, vykdoma pirmiausia siekiant įgyti naujų žinių apie reiškinio esmę, stebimus faktus ir *elgesį*, nenumatant jokie konkretaus jų praktinio taikymo ar naudojimo. Taikomieji moksliniai tyrimai – tai originalus tyrimas, atliekamas naujoms žinioms įgyti ir nukreiptas visų pirma į specifinių *praktinių planuojamų* tikslų pasiekimą ar uždavinių įgyvendinimą. Eksperimentinė plėtra yra mokslinių tyrimų ir praktinės patirties pagrindu sukaupu pažinimu pagrįsta sisteminga veikla, leidžianti įgyti papildomų žinių, tiesiogiai prisidedančių kuriant naujus produktus, *patirtis* ar procesus, ar juos tobulinant“ (Bakhshi & Lomas, 2017).

Daugeliu atvejų tyrėjai KKI sektoriaus inovacijas nagrinėja mokslo kontekste, nesiedami jų su Oslo vadove (2015), Frascati vadove (2015) apibrėžtomis inovacijų ir MTEP sampratomis, kuriomis paremta inovacijų skatinimo politika ES ir Lietuvoje, todėl KKI inovacijų tyrimų rezultatai ir siūlymai papildyti minėtų vadovų apibrėžimuose integruoti menus ir KKI yra labai reikšmingi.

Svarbu pabrėžti, kad nors tyrimų apie MTEP KKI sektoriuje beveik nėra, KKI verslo įmonės realiai neretai vykdo MTEP, tačiau, nors ir paradoksalu, to nežino, t. y. savo vykdomose veiklose to neatpažįsta ir neidentifikuoja, savo veiklas apibrėždamos kitais (kaip kūryba ar pan.) nei moksliniais terminais. KKI įmonės iki šiol nėra edukotos, kaip savo kūrybinėje veikloje atpažinti, identifikuoti MTEP bei pasinaudoti teikiama finansavimo galimybėmis, skirtomis skatinti MTEP, taip kurti ir pasiūlyti daugiau KKI produktų ir paslaugų, plėsti verslą, skatinti kitų sektorių inovacijas. Dėl šių priežasčių KKI verslo įmonių edukacija ir moksliniai KKI tyrimai yra ypač svarbūs tiek KKI sektoriui, tiek susijusiems pramonės sektoriams.

1.1.6. KKI SVARBA IR POTENCIALAS

Europos Sąjungoje KKI sektorius išskiriamas kaip perspektyvus ir veiksmingas, galintis ženkliai prisidėti prie tvarios ES gerovės augimo: „kultūros ir kūrybos sektorių įmonės yra itin novatoriškos ir pasižymi dideliu ekonominiu potencialu, o patys sektoriai yra vieni dinamiškiausių Europoje“ (Europos Komisija, 2010, p. 5).

2017 m. KEA paskelbtoje studijoje nurodoma, kad 2014 m. KKI 27 Europos Sąjungos šalyse generavo

558 mlrd. eurų BVP pridėtinės vertės, tai sudaro 4,4 proc. viso ES BVP. Šiose Europos industrijose sukurta 8,3 mln. darbo vietų (prilyginamų visos darbo dienos užimtumui), arba 3,8 proc. visos darbo jėgos. Platesnės KKI aprėpties statistika (įskaitant madą ir prabangos produktus) nurodo, kad KKI sektorius generuoja 5,3 proc. Europos BVP pridėtinės vertės, jame dirba 7,5 proc. visų Europos dirbančiųjų (KEA, 2017, p. 28).

Minėtuose tyrimuose ir strateginiuose ES dokumentuose pažymima, kad kūrybinis sektorius yra mažiau paveiklus ekonominėms krizėms ir sparčiau susidoroja su jų padariniais nei kiti sektoriai. Be to, KKI kuria aukštą pridėtinę vertę, didina vietovių patrauklumą, pritraukia kvalifikuotus darbuotojus ir įmones.

Lietuvos pagrindiniame KKI reglamentuojančiame dokumente – *Kultūros ir kūrybinių industrijų politikos 2015–2020 m. plėtros kryptys* (Lietuvos Respublikos kultūros ministerija, 2015) – pažymima, kad kūrybinės industrijos yra svarbi ir perspektyvi Lietuvos ūkio bei visuomenės gyvenimo dalis, tačiau kryptinga sektoriaus vystymo politika nėra suformuota: trūksta Lietuvos KKI būklės ir plėtros galimybių analizių (žemėlapių), neištirta tarptautinė šio sektoriaus produktų ir paslaugų rinka.

Užsibrėžta iki 2020 m. siekti, kad užimtumas KI sektoriuje sudarytų 7 proc. Lietuvos darbo rinkos, KI sudarytų 7 proc. valstybės BVP (Lietuvos Respublikos kultūros ministerija, 2015). Pažymima, kad 2009 m. Lietuvoje KKI dirbo apie 70 tūkst. darbuotojų – tai sudarė 4,94 proc. visos Lietuvos darbo rinkos, o 2009 m. KKI sudarė 6 proc. valstybės BVP (Nacionalinė kūrybinių ir kultūrinių industrijų asociacija, 2013, p. 53).

KKI daro įtaką kitoms industrijoms ne tik dėl savo organizacijos ir efektyvesnių veikimo modelių, bet ir dėl santykių su vartotojais, siūlydamos naujus vartojimo pavyzdžius (Lampel, 2016). KKI įtaka nagrinėjama iš skirtingų požiūrio taškų: kaip vadybinių ir organizacinių praktikų pradininkė; kaip verslo sritis, kuri gal ir nebūtinai yra vadybos inovacijų pradininkė, bet kuri toliau plėtoja ir platina kitose srityse sukurtas inovacijas; kaip industrija, kuri atlieka svarbų vaidmenį formuojant vadybos ateitį.

Dėl savo potencialo apskritai ir MTEP kontekste KKI svarba tiek materialiai, finansiškai apskaičiuojama prasme, tiek socialine ir vertybine prasme yra labai reikšmingos, turi didelę ateitį nacionalinėse ir pasaulio ekonomikose, taip pat – individų savirealizacijai ir visuomenių socialiniam kapitalui. Europai tai yra galimybė išlyginti savo ilgalaikį technologinį atsilikimą nuo JAV ir Azijos valstybių, o Lietuvai – atrasti KKI kaip vieną iš savo nišinių sričių, kur ji galėtų išvystyti savo konkurencinį pranašumą, ypač įvertinti pagal išsilavinimą aukštos vertės žmogiškuosius išteklius.

1.2. AUDIOVIZUALINIO SEKTORIAUS SAMPRATA, KLASIFIKAVIMAS IR SVARBA

Šiame tyrime išskirtinis dėmesys yra skiriamas audiovizualinio sektoriaus ir jo MTEPI galimybių analizei. Tokį pasirinkimą lėmė tai, kad KKI audiovizualinis sektorius yra unikalus tuo, kad pagal savo pri-

gimtį jis yra ypač inovatyvus; be to, tai – kompleksinė sritis, apimanti nemažai kitų KKI sektorių ir reikalaujanti įvairių technologijų ir jų inovacijų. Iš KKI audiovizualinis sektorius kartu su dizainu įvardijamas kaip turintis didžiausią ekonominį potencialą Lietuvoje.

Tolesnėje tyrimo dalyje išsamiau nagrinėjamas KKI audiovizualinio sektoriaus subsektorius – kinas, jo samprata, veiklos pobūdis, inovacijos ir kino MTEP, MTEP skatinimo priemonės. Kinas pasirinktas nagrinėti, nes jis yra viena pirmųjų ir didžiausių KKI sričių, pirmoji KKI sritis, gimusi kaip technologinės (vaizdo) inovacijos pasekmė (Chapain & Stachowiak, 2017); kinas išskirtas kaip viena iš didžiausių potencialą turinčių Lietuvos KKI sričių (Nacionalinė kūrybinių ir kultūrinių industrijų asociacija, 2014, p. 40); kino sektorius pagal veiklos pobūdį (vienetinio produkto sukūrimo kaštus) priskiriamas finansiškai rizikingiausiai KKI sričiai (La Torre, 2014, p. 171); kino industrija turi ypatingą ekonominę ir kultūrinę reikšmę Europoje, padeda atskleisti nacionalinę identitetą ir kultūrą (KEA, 2017, p. 174); literatūroje nevienareikšmiškai vertinama kino inovacijų rūšys ir reikšmė (Pratt & Gornostaeva, 2009).

1.2.1. AUDIOVIZUALINIO (KINO) SEKTORIAUS SAMPRATA

Ekonominiu požiūriu kinas laikomas viena pirmųjų ir svariausių KKI sričių. Istoriskai kinas įvardijamas kaip sektorius, kuris labiausiai iš KKI buvo paremtas technologijomis (Simon, Benghozi & Salvador, 2015, p. 97), ir galima teigti, kad tam tikros technologinės inovacijos leido atsirasti kinui kaip reiškiniui.

Lietuvos kino įstatyme (2002) kinas apibrėžiamas kaip „kultūros sritis, apimanti kūrybinę ir gamybinę kino veiklą, filmų platinimą, jų rodyimą, sklaidą, kino kultūros sklaidos projektus, kino paveldo apsaugą ir kino teatrų veiklą.“²

Užsienio literatūroje „kinui“ plačiaja prasme įvardyti dažniausiai vartojamas terminas „film“, kurio reikšmės *Audiovizualinių medijų žodyne* (Kažukauskaitė ir Kairienė, 2013) nurodomos kaip „1) kino filmas, kinematografinis kūrinys; 2) kino juosta; 3) kinas“. Angliškas žodis „cinema“ apibūdinamas kaip „1) ekrano kūriniai, skirstomi pagal rūšį (...), žanrą (...), techninius duomenis (...), stilius ir judėjimus (...), šalis (...) ir kt.; 2) pastatas, kuriame nuolat rodomi filmai; 3) kino seansas, t. y. filmo rodymas ekrane“ (Kažukauskaitė ir Kairienė, 2013), literatūroje plačiaja „kino“ prasme vartojamas rečiau.

Šiame tyrime kino sąvoka apima kino kūrybinę, gamybinę ir platinimo veiklas. Nurodant statisti-

¹ Remiantis KI sričių plėtros statistinių duomenų analizės ir įvertinimo bei plėtros potencialo ekspertinio vertinimo rezultatais, atrinktos septynios didžiausią potencialą turinčios kūrybinių industrijų sritys Lietuvoje: 1) kompiuteriniai žaidimai, 2) kultūrinis turizmas, 3) dizainas, 4) pramogų verslas, 5) reklama, 6) architektūra, 7) kinas (Nacionalinė kūrybinių ir kultūrinių industrijų asociacija, 2014, p. 40). Kaip nurodoma *Vilniaus miesto kūrybinių industrijų žemėlapyje* (Vilniaus Gedimino technikos universiteto Atvirojo kodo institutas, 2010), didžiausią pridėtinę vertę Vilniuje kūrė šios sritys: taikomoji kūryba (architektūra, reklama, kūrybiniai moksliniai tyrimai, eksperimentinė plėtra ir inovacijos (toliau – MTEPI), skaitmeninės kūrybos paslaugos) – 0,5 mlrd. EUR, 16,7 tūkst. darbuotojų; knygos ir spauda (knygos, žurnalai, laikraščiai) – 89,2 mln. EUR, 4,7 tūkst. darbuotojų; naujosios medijos (programinė įranga, videožaidimai, skaitmeninis turinys) – 95,6 mln. EUR, 3,3 tūkst. darbuotojų; audiovizualinės veiklos (filmai, televizija, radijas) – 75,9 mln. EUR, 2,6 tūkst. darbuotojų (Vilniaus Gedimino technikos universiteto Atvirojo kodo instituto atliktos galimybių studijos, 2010).

² Lietuvos Respublikos kino įstatymas, 2002 m. kovo 5 d. Nr. IX-752, suvestinė redakcija nuo 2018-01-01.

nius duomenis atskirai patikslinama, pagal kokius klasifikatorius ir sritis pateikiami duomenys.

1.2.2. AUDIOVIZUALINIO (KINO) SEKTORIAUS SAVYBĖS

Analizuojant kino filmą kaip prekę (produktą), išskiriami du aspektai (Sedgwick & Pokorny, 2005):

1. *medžiaginis aspektas* – originali fotografinių reprezentacijų juosta, kuri yra prodiuserių, platinotojų ir rodytojų sandorio objektas.
2. *nemedžiaginis aspektas* – forma, kokia kino filmas vartojamas kino auditorijos, t. y. demonstruojamų vaizdinių seka.

Kino filmo kaip prekės statusą patvirtina auditorijos, apsilankydamos kino teatre, kuriame peržiūrimi demonstruojami vaizdiniai. Kadangi kino filmai laikomi masinės kultūros artefaktais, jiems galima priskirti tam tikrus funkcinius požymius:

1. originalas tiražuojamas daug kartų;
2. originalas kuriamas ir platinamas naudojant masines technologijas;
3. originalas (pasakojimo formos, simbolika, numatyti efektai ir net jo turinys) yra sąmoningai planuojamas vartotojams pasirinkti, žadant prieinamumą minimaliomis pastangomis, t. y. jau per pirmą peržiūrą didžiausiam skaičiui specialių žinių neturinčios auditorijos narių (Caroll, 1998, p. 196).

Kino filmas kaip prekė turi specifinių, jį išskiriančių iš kitų prekių tipų, savybių:

1. Kino filmo vaizdinių esmė yra, kad vartojami jie nemažėja, yra neribotai plečiami ir atkartojami, bet juos galima pašalinti.
2. Lėtas kino filmo vaizdinių gamybos priemonių nusidėvėjimas.
3. Vartojant malonumas patiriamas greitai, bet jis nyksta numatant naujus malonumus – sparčiai mažėjanti marginalinė nauda.
4. Unikumas.
5. Trumpas produkto gyvavimo ciklas, ypač paplitus televizijai.
6. Reikalauja iš vartotojų tam skirti laiką ir dėmesį, kuris gali būti naudojamas kitiems tikslams.

1 ir 2 savybės yra technologinės ir išskiria kino filmą iš tokių prekių kaip knygos ar įrašai ne tik kaip fizinių subjektų, bet ir dėl savo poveikio kino filmo evoliucijai paspartinti. 1 savybės sudėtinės dalys išryškina kino filmo kaip viešosios gėrybės aspektą, taip pat jo produktyvumo galimybes. 3, 4, 5 ir 6 savybės susijusios su auditorija, kuri įteisina kino filmą kaip prekę.

Kiekvienas kino filmas yra unikalus, sudarytas iš struktūrinių savybių rinkinio, kuris skiria jį nuo kitų kino filmų, kas nėra būdinga daugumai pramonės produktų. Tačiau prieinamumo auditorijai reikalavimas ir situacija, kai auditorijos ieško naujų priimtinių kino malonumų, garantuoja, kad kino filmai neatsitiktinai

skiriasi vienas nuo kito. Labai sėkmingas kino filmas signalizuoja auditorijos pasirinkimą, kurį parodo pajamos, gautos iš parduotų bilietų į filmą, tiek kino filmo kūrėjams, tiek jų konkurentams. Finansinė sėkmė skatina kino filmų, turinčių panašią istoriją ir estetines savybes, klasterizaciją, o laikui bėgant formuoja trajektorijas, primenančias gyvenimo ciklo tendencijas (Sedgwick, 2000, Ch. 8).

1.2.3. AUDIOVIZUALINIO (KINO) SEKTORIAUS KLASIFIKACIJA

Kinas Lietuvoje priskiriamas medijų sektoriui, kuris apima platesnį spektrą subsektorių: leidybą, spaudą, audiovizualines medijas (kinas, televizija, radijas), naujas medijas (programinė įranga, kompiuteriniai žaidimai, skaitmeninis turinys), skaitmenines paslaugas, reklamą (Lietuvos Respublikos kultūros ministerija, 2015).

Remiantis plačiausiai naudojama ir Lietuvos sampratai artimiausia UNCTAD (2008) kultūrinių ir kūrybinių industrijų klasifikacija, kino sritis priskiriama audiovizualinėms medijoms ir pagal standartizuotas Ekonominės veikos rūšių klasifikatoriaus veiklas apima kino filmų rodymą (EVRK 59.14); kino filmų ir televizijos programų gamybą (EVRK 59.11); kino filmų ir televizijos programų platinimą (EVRK 59.13) (smulkiau žr. 2 lentelę).

2 lentelė. KKI veiklų – medijų – klasifikavimas pagal UNCTAD ir EVRK klasifikatorius

Kūrybinių industrijų UNCTAD klasifikacija		Veiklos pagal EVRK klasifikatorių		EVRK 2 kodas
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	58,20
		2.1.2. Audiovizualinės medijos	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
			Radijo 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	
		Interneto vartų paslaugų veikla	63,12	
	2.1.4. Dizainas	Pagamintų kino filmų, vaizdo filmų ir televizijos programų meninis apipavidalinimas	59,12	
		Kraštovaizdžio tvarkymas	81,30	
	Šaltinis: Černevičiūtė, Strazdas, Jančoras, Kregždaitė, Morkevičius, 2015.			

Tarptautinės aprėpties KKI tyimuose kino industrijos statistika pateikiama ir pagal kitas Kūrybi-

nių industrijų klasifikacijas, pvz., UNESCO KKI veiklų klasifikacija, kurioje atskirai išskiriamos kino, fotografijos, radijo, televizijos, videoveiklos (KEA, 2017), todėl palyginti Lietuvos ir užsienio statistinius sektoriaus duomenis dažnu atveju yra sudėtinga arba neįmanoma.

1.2.4. KINO INDUSTRIJOS APRĖPTIS IR REIKŠMĖ

Tarptautiniu mastu pripažįstama, kad kinas turi didelę kultūrinę, socialinę ir ekonominę reikšmę. „Jis [kinas] formuoja tapatybes, perteikia vertybes, kurdamas mūsų bendrą europinę tapatybę (...). Šis sektorius prisideda prie ekonomikos augimo ir darbo vietų kūrimo Europoje ir skatina inovacijas.“ (Europos Komisija, 2014). Europos kinas didžiąja dalimi vertinamas kaip aukštos meninės vertės, tačiau ne visada pritraukiantis masines auditorijas (KEA, 2017), todėl iš ES ir nacionalinių programų finansuojama ne tik kino filmų gamyba, bet ir sklaida bei populiarinimas. Nors Europa buvo kino technologinių ir turinio inovacijų pradininkė, šiandien Europoje dominuoja Holivudo kino produkcija, užimanti 70 proc. ES rinkos (europinė produkcija sudaro tik 26 proc.). Tačiau kino pramonė Europoje palaipsniui auga, 2015 m. fiksuotas 7 proc. augimas. ES kino teatrų filmų rodymo pajamos nuo 5,68 mlrd. Eur 2004 m. išaugo iki 6,32 mlrd. 2014 m. (KEA, 2017, p. 165). Europos filmų užimama rinkos dalis 2014 m. pasiekė rekordinį 33,6 proc. augimą (didžiausią nuo 1996 m.). ES kasmet auga filmų gamyba, 2014 m. sukurtų ilgametražių vaidybinių filmų skaičius viršijo 1600. Dar vienas svarbus kino sklaidos faktorius – iki 2014 m. pabaigos ES šalyse 92 proc. kino salių buvo skaitmenizuotos (European Audiovisual Observatory, 2014), tai itin padidina sklaidos efektyvumą ir kokybę.

Iš 3 lentelės matyti, kad Lietuvos kino industrijos pajamos 2010–2016 m. kasmet auga, tačiau eksporto pajamos nedidėja, t. y. dirbama vietos rinkoje, kuri mažėja ir dėl kalbos yra labai ribota, todėl tolimasis kino industrijos augimas, pasak pramonės ekspertų, gali būti tik eksporto rinkose, teikiant kino ir videoprodukcijos gamybos paslaugas bei kuriant kelių šalių bendros gamybos vaidybinius filmus, o konkuruoti eksporto rinkose Lietuva gali taikydama mokesčių lengvatas, investuodama į sektoriaus infrastruktūros, kompetencijų gerinimą, lokacijų panaudojimą ir Lietuvos kaip kino gamybos šalies žinomumo didinimą (Peacefulfish, 2013). 2013 m. atlikto Lietuvos kino industrijos konkurencingumo tyrime minimas mažų kaštų pranašumas, Lietuvoje augant infliacijai ir kainoms, nebėra patrauklus, todėl tokio tarptautinio konkurencinio pranašumo – inovacijos – reikšmė tampa aktuali (Peacefulfish, 2013).

3 lentelė. Lietuvos kino industrijos statistiniai duomenys, 2010–2016 m.

EVRK	Rodiklis	Laikotarpis						
		2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
59.1 - Kino filmų, vaizdo filmų ir televizijos programų rengėjų veikla	Įmonių skaičius	99	101	101	113	130	153	156
	Pardavimo pajamos, tūkst. eurų	35713	41259	41063	47065	53174	67179	76107
	Samdomų darbuotojų skaičius	605	577	575	608	585	703	802
	Bendrasis pelnas, tūkst. Eur	14464	15749	15937	19955	20057	25550	
	Eksportas, tūkst. eurų	576	391	394	303	262	78	
59.11 Kino filmų, vaizdo filmų ir televizijos programų gamyba	Įmonių skaičius	75	76	76	86	102	113	
	Pardavimo pajamos, tūkst. eurų	17612	20212	17843	21453	25351	35948	
	Samdomų darbuotojų skaičius	270	248	235	253	256	335	
	Bendrasis pelnas, tūkst. Eur	7327	6542	4869	7828	6472	10854	
	Eksportas, tūkst. eurų	8	10	0	0	2	0	
59.12 Pagamintų kino filmų, vaizdo filmų ir televizijos programų meninis apipavidalinimas	Įmonių skaičius	5	7	7	8	8	11	
	Pardavimo pajamos, tūkst. eurų	684	832	1301	1214	1471	2656	
	Samdomų darbuotojų skaičius	16	19	37	36	36	42	
	Bendrasis pelnas, tūkst. Eur	180	573	832	692	752	818	
	Eksportas, tūkst. eurų	0	0	0	0	0	0	
59.13 Kino filmų, vaizdo filmų ir televizijos programų platinimas	Įmonių skaičius	12	11	10	10	10	14	
	Pardavimo pajamos, tūkst. eurų	5737	7291	7289	7855	8723	8954	
	Samdomų darbuotojų skaičius	79	82	80	80	78	75	
	Bendrasis pelnas, tūkst. Eur	1596	2425	2564	2621	2989	3014	
	Eksportas, tūkst. eurų	568	381	392	292	261	77	
59.14 Kino filmų rodymas	Įmonių skaičius	7	7	8	9	10	15	
	Pardavimo pajamos, tūkst. eurų	11681	12924	14629	16543	17628	19622	
	Samdomų darbuotojų skaičius	240	228	223	239	215	251	
	Bendrasis pelnas, tūkst. Eur	5361	6209	7673	8814	9843	10864	
	Eksportas, tūkst. eurų	0	0	2	12	0	0	

Šaltinis: Lietuvos statistikos departamentas.

ES kino industrija gana dinamiška, apimanti 91 000 įmonių, įdarbinanti 373 000 žmonių, 2011 metais gavusi 60 mlrd. eurų pajamų. ES narės „penkios didžiosios valstybės“ – Prancūzija, Vokietija, Jungtinė Karalystė, Italija ir Ispanija – užima 80 proc. kino pramonės (European Parliament, 2014, p. 3). 60 proc. ES audiovizualinio sektoriaus įmonių turi mažiau nei 4 darbuotojus ir jos sukuria tik 12 proc. šio sektoriaus apyvartos, o įmonės, kuriose dirba 4–9 darbuotojai, reprezentuoja 26 proc. sektoriaus įmonių ir jų pajamos sudaro 16 proc. visų pajamų. Kompanijos, turinčios daugiau nei 50 darbuotojų, sudaro truputį mažiau nei 2 proc. visų filmų ir videosektoriaus įmonių, tačiau šių kompanijų pajamos sudaro 49 proc. viso sektoriaus pajamų (Europos Komisija, 2014).

Remiantis statistiniais duomenimis (3 lentelė), Lietuvos kino industrijoje 2010–2016 m. vidutiniškai dirbo apie 5 darbuotojus, o metinės vidutinės įmonės pajamos siekė apie 400 tūkst. eurų per metus, tai leidžia daryti prielaidą, kad ir Lietuvoje daugelis šios industrijos įmonių priskirtinos smulkiojo ir vidutinio verslo kategorijai.

Dėl specialios su filmų gamyba susijusios rizikos (aukšti produkto gamybos kaštai ir sunkiai įvertinama investicijų grąža), mažo įmonių dydžio, riboto įmonių turto kino industrijos įmonėms ypač sunku gauti banko paskolas (La Torre, 2014) veiklai finansuoti, plėtrai ir inovacijoms kurti ir diegti.

Ypatingas kino pramonės bruožas yra trapi pusiausvyra tarp jos kultūrinio ir industrinio komponentų, sukurianti įtampą tarp kūrybinių ir rinkos apskaičiavimų. Dėl to, kad tai – prototipinė pramonė, t. y. turinti svyruojančią paklausą, aukštus fiskuotus gamybos kaštus ir palyginti žemus reprodukcijos kaštus, ji remiasi viešaisiais finansais ir juos lydinčiu reguliavimu. Be to, egzistuoja silpnas ryšys tarp filmo kokybės ir bilieto kainos, kurios išlieka stabilios, nepaisant gamybos kaštų ar apklausos. Dėl aukšto kino pramonės rizikos laipsnio yra labai svarbios kontrolės strategijos – kaštų paskirstymas didesnėms tarptautinėms rinkoms, tai būdinga JAV kino įmonėms, arba intelektinės nuosavybės apsauga (European Parliament, 2014, p. 2).

Lietuva, įvertinusi tai, kad Europos kino industrijos padėtis gerėja, turi įvertinti savo galimybes kino industrijoje tiek nacionaliniu, tiek tarptautiniu lygmeniu. Tiek Europai, tiek Lietuvai labiau atsiskleisti kino industrijoje padėtų MTEP potencialo realizavimas.

1.2.5. MTEPI KINO PRAMONĖJE

Dėl daugiasektorės kino prigimties, kuri apima tokias sritis kaip žanras, scenarijus, režisūra, muzika, aktorystė, kostiumai, grimas, logistika, specialieji efektai, garso, vaizdo, informacinių komunikacijų technologijos ir t. t., MTEPI potencialas kino industrijoje yra milžiniškas. Tačiau panašiai kaip ir KKI apskritai, kino industrijos įmonės per menkai žino ir sunkiai arba visiškai neidentifikuoja MTEP savo veikloje, kad galėtų pasinaudoti MTEP teikiamomis galimybėmis kurti inovatyvius produktus ir paslaugas. Kaip ir KKI atveju, MTEP kino pramonėje yra moksliskai beveik nenagrinėta, ir, ieškant šaltinių apie MTEP kino pramonėje, akivaizdu, kad tema nauja nacionaliniu ir tarptautiniu mastu.

Kino, kaip ir kitų medijų industrijų, tiražuojami produktai vadinami medijų turiniu. Įprastai medijų produktai (pvz., kino filmas), platinami naudojantis informacinėmis komunikacijų technologijomis, pademonstruoja kūrybinį produktą, įgyja komercinę vertę tik panaudojus technologines platinimo, transliavimo priemones. Kino, kaip KKI dalies, veiklos pagal jų pobūdį gali būti skiriamos į kūrybines (originalaus kūrybinio produkto kūrimas) ir banaliąsias (organizacinės, gamybinės) (Černevičiūtė, Strazdas, Jančoras, Kregždaitė ir Morkevičius, 2015, p. 39).

4 lentelėje pateikta kino produkto vertės kūrimo grandinė, kurioje matyti kino filmų produkto vertės kūrimo etapai ir veiklos. Kūrybinės veiklos vykdomos beveik visuose produkto vertės kūrimo etapuose ir papildo banaliąsias (gamybines) veiklas.

4 lentelė. Kino produkto vertės kūrimo grandinė

Kino gamybos etapai	Parengiamieji darbai		Gamyba / baigiamieji filmo darbai		Platinimas, rodymas
Produktas / vertės kūrimo grandinės etapas	Produkto koncepcijos kūrimas	Projektavimas	Medžiagų gavyba / tiekimas	Gamyba	Rinkodara ir platinimas
Filmai (meniniai, dokumentiniai, kt.)	Idėjų generavimas, scenarijų rašymas, literatūrinių kūrinių adaptacijos, sinopsių, „personažų biblijų“ kūrimas, pagrindinių resursų (finansinių, žmogiškųjų, technologinių) išankstinis įvertinimas. Kino rinkos tendencijų ir poreikio įvertinimas.	Biudžetavimas, investicijų ir partnerių paieška, kūrybinės ir techninės komandos, aptarnaujančio personalo, aktorių atranka, filmavimo objektų paieška, teisiųjų dokumentų tvarkymas, procesų planavimas. Naujų kino technologinių sprendimų pritaikymas. Dekoracijų projektavimas, butaforijos ir kostiumų dizaino kūrimas.	Projektui reikalingų priemonių ir resursų užsakymas, procesų planavimas ir koordinavimas. Produktui (filmui, klipui) pagaminti reikalingų priemonių ir resursų sukūrimas ir pagaminimas – MTEP, specialiai kuriamos technologinės apšvietimo ir specialios filmavimo technikos inovacijos. Tiekimas ir logistika (transporto ir įvairios apšvietimo ir filmavimo technikos nuoma, aptarnaujančio personalo logistika filmavimo objektais). Neegzistuojančių reikiamų priemonių (dekoracijų, butaforijos ir pan.) sukūrimas.	Gamybos organizavimas, finansavimas, procesų planavimas ir koordinavimas. Apšvietimo ir specialios filmavimo technikos, kamerų, optikos aptarnavimas ir logistika gamybos metu. Vaizdo postprodukcija: montažas, spalvų korekcijos, kompiuterinė grafika, kompozitingas, kompiuterinis formatavimas, reklaminės medžiagos gamyba.	Dalyvavimas tarptautinėse kino mugėse, kino platintojų įvairošė šalyse paieška ir derybos, sinopsių, fotografijų ir reklaminių klipų pristatymas ir platinimas, partnerių įvairiose šalyse paieška ir derybos, pristatomųjų klipų (showreel) demonstravimas ir platinimas, viešieji ryšiai ir komunikacija socialiniuose tinkluose, įvairūs pristatomieji renginiai, uždari seansai ir premjeros, derybos ir sutarčių pasirašymas, vaizdo medžiagos adaptavimas, formatavimas ir perdavimas platintojams.
Šaltinis: K. Drazdauskas, parengta projekto „Audiovizualinės produkcijos ir paslaugų eksporto plėtra – VKK 3“ metu, 2016.					

Pavienes skirtingų tipų inovacijas kino industrijoje tyrinėjo nemažai autorių (Pratt & Gornostaeva, 2009; Chapain & Stachowiak, 2017, Simon, Benghozi & Salvador, 2015), tačiau naujausiu ir plačiausiai apimančiu galima vadinti 2017 m. paskelbtą pagrindinių kino inovacijų skirstymą pagal vertės kūrimo grandinės etapus ir pagrindinius inovacijų tipus, apibrėžtus Oslo vadove (2015) (produkto, proceso, organizacinės) ir papildytus „minkštosiomis“ inovacijomis.

5 lentelė. Pagrindinės inovacijos kino industrijoje

Vertės grandinės etapas					
Inovacijų tipas	Parengiamieji darbai	Gamyba	Baigiamieji filmo darbai	Platinimas	Rodymas
Produkto (technologinės)		Kinematografija, kameros objektyvai, garso technologijos, spalvos filmavimo aptarnavimo įrenginiai (tvirtinimai, įtaisai, stovai, operatoriniai vežimėliai, kranai, gervės, etc.).	Garso įrašymo ir montažo įranga, filmo garso sistemos, filmo montažo įranga, specializuota kompiuterinė įranga, serverinės, superkompiuteriai, pluoštiniai kabeliai (ypač greitam duomenų perdavimui), duomenų apdorojimo įranga.	Analoginio įrašo formatai (VHS, Betamax), skaitmeninio įrašo formatai (Betacam, Digital8, DV), optinių diskų laikmenos (DVD, Bluray), skaitmeninio kodavimo formatai (MPEG, H.264), internetu paremtos videonuomos technologijos (www, app, over-the-top content, IP-BOX, Set-top box), tiesioginio transliavimo internetu technologijos, telekomunikacinė infrastruktūra.	Kino projektoriai, teatrų garso sistemos (erdvinis garsas), architektūros inovacijos (kino teatrų), stereoskopinis ir 3D žiūrėjimas.
Proceso	Kadruotė, vizualizavimas, scenarijaus rašymo programinė įranga.	Filmavimo technikos, vaidybos technikos.	Nelinijinio montažo sistemos, kompiuteriu sukurti vaizdai, programinės įrangos paketai, algoritmai, vaizdo efektai, montavimo technikos.	Kabeliniai, antžeminiai ir satelitiniai platinimo tinklai, pardavimo ir platinimo platformos, elektroninės pardavimo vietos, el. prekybos portalai, platinimas internetu.	Kino teatrų architektūros pakeitimai.
Organizacinės	Finansavimo: sutelktinis finansavimas, specializuoti bankai ar investiciniai fondai filmams. Kino politika (regioninės, nacionalinės ir tarptautinės politikos, remiančios kino plėtrą, pvz., regioniniai kino biurai, programa „Kūrybiška Europa“, mokesčių lengvatos): kūrybininkų vadyba filmo vystymo etape, autorių teisės.	Kino studijų sistema (1920 m. postūmis). Kontraktavimas. Koprodukcija.	Duomenų valdymo sistemos, duomenų dubliavimas (archyvai), projektų valdymas.	Patentavimas (Edisonas ir jo sąjungininkai MPPC), užsakomosios internetinės sklaidos priemonės (Netflix, Amazon Instant Video, Hulu, Apple TV), filmų indeksavimo sistema (filmų reglamentavimas), platinimo strategijos.	Kino teatrai, koncesija kino teatruose (filmai, parduodami su spragintais kukurūzais (popkornu) ir sodos vandeniui) (Spraginti kukurūzai išrasti 1930 m.).
Minkštosios	Literatūros stiliai (rašymo žanrai).	Filmų stiliai, pristatymas, filmo kalba, išraiškos priemonės, estetika.	Filmų stiliai, pristatymas, filmo kalba, išraiškos priemonės, estetika.	Naujo skaitmeninio turinio inovacijos.	Nauji kino potyrių būdai (3D, lmax, 5D), kompiuteriniai žaidimai ir interaktyvūs filmai.

Šaltinis: Chapain, Stachowiak, 2017, 65–94.

Į kino inovacijas galima žiūrėti per „sistemų inovacijas“ (Černevičiūtė, Strazdas, Jančoras, Kregždaitė ir Morkevičius, 2015, p. 130–131), pvz., verslo modelio inovacijas. Atskirai paėmus, kiekvienas verslo

elementas (produktas, pardavimo kanalai, finansavimo modelis ir pan.) gali būti seniai žinomas ir taikomas kitose įmonėse ir sektoriuose, tačiau verslo modelio naujumas – pasirinkti tuos elementus, juos derinti tarpusavyje ir sukurti jų ryšius. Kuriant naują filmą ir jį komercializuojant, naudojami jau žinomi elementai, tačiau jų pasirinkimas ir komponavimas gali būti toks netikėtas ir naujas žiūrovui, kad jis suteikia visiškai kitokių emocijų, potyrių, taip įgauna populiarumą ir patiria komercinę sėkmę.

Kadangi MTEPI daugiasektorėje kino industrijoje neabejotinai egzistuoja, ją belieka „atrasti“, ypač pačios kino industrijos atstovams ir mokslininkams. Tam, kad tai atsitiktų, kaip ir bendrai KKI, būtina Edukuoti kino industrijos atstovus apie MTEPI kine, kad jie savo veikloje gebėtų identifikuoti MTEPI, dokumentuoti ir pasinaudotų teikiama galimybėmis.

APIBENDRINIMAS

- KKI sudaro grupė veiklų nuo menų iki elektronikos ir skaitmeninių komunikacijos priemonių. Medijų industrijos sėkmingai veikia ir konkuruoja rinkos sąlygomis ir pasižymi aktyvumu inovacijų kūrimo srityje.
- Išskiriami šie KKI produktų ir paslaugų požymiai: nematerialumas ir priklausomybė nuo potyrių (produktų vertė priklauso nuo subjektyvios vartotojo reakcijos); produktų vertė priklauso nuo kultūros normų; išskirtinis dėmesys produktų diferenciacijai ir išskirtinumui; išskirtinis dėmesys intelektinei nuosavybei; išskirtinis dėmesys produktų testavimui kartu su produkto vartotojais.
- Inovacijų kūrybinėse industrijose sampratos neapibrėžtumą lemia faktas, kad bet kuris kūrybinis produktas, kuris nėra kopija, gali būti apibūdintas kaip inovacija. Inovacijos vertinimas (ypač menų subsektorių) yra visų dalyvių (menininkų, vertintojų, ekspertų, vartotojų) požiūrių keitimosi procesas, kurio rezultatas yra bendra nuomonė, ką laikyti inovacija.
- Kino filmas yra unikalus, struktūrinių savybių rinkinys, kuris skiria jį nuo kitų kino filmų, tačiau turi atitikti prieinamumo auditorijai reikalavimus. Kino filmo kaip prekės savybės yra tokios: gali būti neribotai kartojamas, unikalumas, trumpas produkto gyvavimo ciklas, sparčiai mažėjanti marginalinė nauda, reikalauja vartotojo laiko.
- Kino filmų produkto vertės kūrimo etapus sudaro parengiamieji darbai, gamyba, baigiamieji darbai, platinimas ir demonstravimas. Kūrybiniai sprendimai vyksta beveik visuose kino produktų vertės kūrimo etapuose: produkto kūrimo, kino gamybos procese ir jo organizavime, taip pat kuriant kino „turinį“ (vadinamosios „minkštosios“ inovacijos).
- Tad galime teigti, kad MTEPI potencialas yra tiek produktų vystymo, kaip kino prototipų, tiek kiekviename etape, vystant technologinius ir netechnologinius, t. y. turinio sprendimus, pasitelkiant atskirų sričių mokslininkus ir meno ekspertus.

2. INOVACIJŲ IR MTEP SKATINIMAS ES IR LIETUVOJE

2.1. INOVACIJŲ IR MTEP SKATINIMO POLITIKA ES IR LIETUVOJE

Inovacijos yra viena kertinių Europos Sąjungos politinių kryptų, siekiančių mokslinių tyrimų rezultatus panaudoti ES piliečių gyvenimo kokybei gerinti ir pasauliniam konkurencingumui išsaugoti. ES mokslinių tyrimų ir technologinės plėtros politikos teisinis pagrindas nustatytas Sutarties dėl Europos Sąjungos veikimo (SESV) 179–189 straipsniuose.

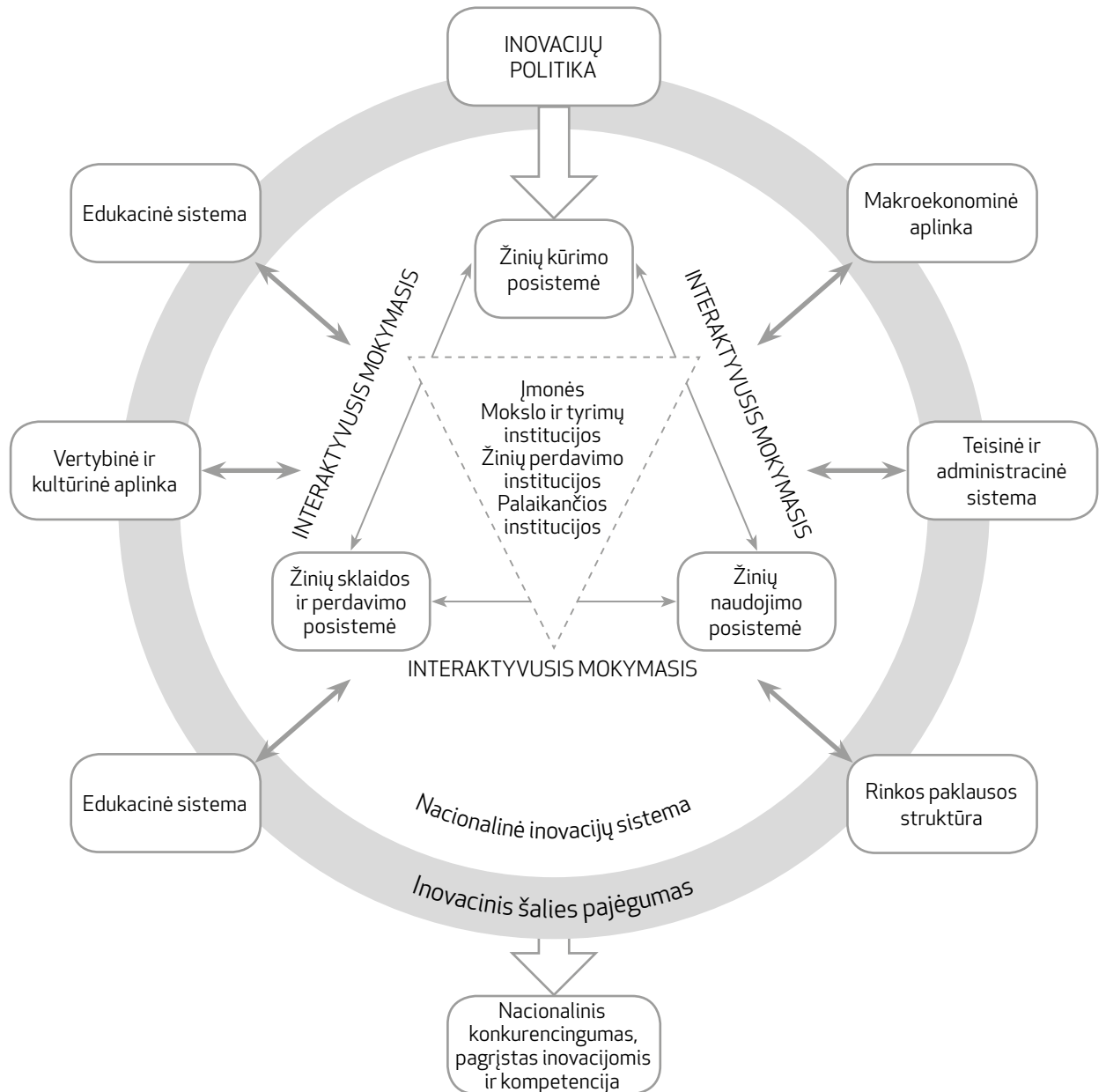
Strategijoje „Europa 2020“ užsibrėžta, kad 2020 m. viešosios ir privačiosios ES investicijos į mokslinius tyrimus ir inovacijas sieks 3 proc. BVP. Tačiau jau 2014 m. paskelbtoje Pažangaus, tvaraus ir integracinio augimo strategijos „Europa 2020“ rezultatų apžvalgoje nurodoma, kad bendros viešosios ir privačiosios investicijos į MTTP „2012 m. sudarė 2,06 proc. ir padaryta nedidelė pažanga, todėl 2020 m. tikslo – 3 proc. – greičiausiai nepavyks pasiekti. Prognozuojama, kad investicijos į MTTP iki 2020 m. išaugs iki 2,2 proc. Jei valstybės narės pasieks savo nacionalinius tikslus, ši dalis galėtų padidėti iki 2,6 proc.“ (Europos Komisija, 2014, p. 12.).

Europos Komisijos iniciatyva „Inovacijų sąjunga“ yra viena iš strategijos „Europa 2020“, skirtos pažangiai, tvariai ir integracinei ekonomikai užtikrinti, pavyzdinių iniciatyvų, kurioje apibrėžtos tobulinti sritys ir numatytos priemonės, skirtos sudaryti palankesnes sąlygas Europoje gauti moksliniams tyrimams ir inovacijoms skiriamą finansavimą, inovatyvius sumanymus paverčiant augimą ir darbo vietų kūrimą skatinančiais produktais ir paslaugomis; sukurti bendrą Europos inovacijų rinką (Europos Komisija, 2010).

Siekiant perorientuoti MTTP ir inovacijų politiką, sustiprinti kiekvieną inovacijų grandinės grandį – nuo fundamentinių mokslinių tyrimų iki komercinimo, – numatytas veiksmų planas (žr. 1 priedų lentelę), apimantis kompetencijų skatinimą švietimo ir įgūdžių ugdymo srityje; Europos mokslinių tyrimų erdvės sukūrimą; ES struktūrinių fondų tikslingą finansavimą; didesnes novatoriškų įmonių galimybes gauti finansavimą; vienos bendros inovacijų rinkos sukūrimą; atvirumo skatinimą ir Europos kūrybos potencialo išnaudojimą; inovacijų naudos sklaidą visoje Sąjungoje.

Kaip matyti 1 priedų lentelėje, ES sukurta reglamentuota, sisteminga ir kompleksiška inovacijų ir mokslinių tyrimų skatinimo sistema, kurią iki 2020 m. įgyvendina Europos Sąjungos atsakingos institucijos ir šalys narės, taip pat ir Lietuva.

1 paveikslas. Konceptualusis nacionalinės inovacijų sistemos modelis



Šaltinis: Melnikas, Jakubavičius, Leichteris, Vilys, 2011, p. 185.

Tiek ES, tiek nacionalinis inovacijų skatinimo modelis apibendrintai galėtų būti atvaizduotas kaip M. Kriaučionės siūlomas konceptualusis nacionalinės inovacijų sistemos modelis (1 paveikslas).

Inovacijos dėl savo prigimties yra didelio neapibrėžtumo ir aukštos rizikos, privačios investicijos nesukuria pakankamos investicijų grąžos ir kuria barjerus visam inovacijų sistemos vystymuisi. Todėl, siekiant skatinti inovacijas nacionaliniu mastu, valstybės intervencija inovacijų srityje suprantama kaip neišvengiama inovacinio proceso sudėtinė dalis, t. y. valstybė nusprendžia įsikišti į rinkoje vykstančius inovacijų kūrimo, vystymo ir sklaidos procesus, darydama prielaidą, kad procesai vyksta nepakankamu mastu (Jakubavičius ir Vilys, 2009, p. 76). Dėl šių priežasčių sukuriamos specialios priemonės ir instrumentai, skirti valstybiniu ar tarpvalstybiniu – ES – mastu skatinti inovacijas ir mokslinius tyrimus.

2.2. MTEP SKATINIMO INSTRUMENTAI LIETUVOJE

Lietuvoje tiriamuoju laikotarpiu (2017 m.) egzistuoja skirtingo pobūdžio MTEP skatinimo priemonės ir instrumentai, kurie sprendžia pagrindinius ES mastu užsibrėžtus MTEP skatinimo uždavinius – investicijų į MTEP didinimą, gebėjimų ugdymą ir prieigos prie ekspertinių žinių gerinimą, inovacijų ekosistemos galimybių stiprinimą ir sinergijos didinimą, ekosistemos galimybių didinimą.

Lietuvoje veikiantys MTEP skatinimo instrumentai pagal naudos gavimo objektą ir sprendžiamus uždavinius tyrimo autorių buvo suklasifikuoti remiantis MTEP investicijų politikos instrumentų „Policy Framework“ tipologija (ŽEF, 2017, p. 9.) (2 lentelė).

2 lentelė. MTEP skatinimo instrumentai Lietuvoje pagal „Policy Framework“ tipologiją

Uždaviniai	Priemonės	Instrumentai Lietuvoje
1) Investicijų į MTEP didinimo priemonės.	Mokesčių lengvatos MTEP skatinti.	MTEP pelno mokesčio lengvata.
		Pagreitinta MTEP naudojamo ilgalaikio turto amortizacija.
		Mokesčių lengvata pajamoms iš MTEP veiklos sukurtų rezultatų pardavimo.
	Subsidijos ir paskolos įmonių MTEP veikloms.	Inopatentas.
		Intelektas. Bendri mokslo ir verslo projektai .
		Smart FDI.
		Smartinvest LT+.
	Parama įmonių kapitalo augimui.	Technoinvestas.
	Parama viešojo sektoriaus MTEP.	Ikiprekybiniai pirkimai LT.
		Mokslinių tyrimų, eksperimentinės plėtros ir inovacijų infrastruktūros plėtra ir integracija į europines infrastruktūras.
MTEP rezultatų komercinimo ir tarptautiškumo skatinimas.		
SmartParkas LT.		
2) Gebėjimų ugdymas ir prieiga prie ekspertinių žinių.	MTEP gebėjimų pasiūlą didinančios priemonės	Mokslininkų ir kitų tyrėjų gebėjimų stiprinimas.
		Mokslininkų, kitų tyrėjų, studentų, mokslinės kompetencijos ugdymas skatinant praktinę mokslinę veiklą.
	MTEP gebėjimų poreikį didinančios priemonės.	Inomokymai. Inostažuotė.
Prieigą prie žinių gerinančios priemonės.	Tiksliniai moksliniai tyrimai sumanios specializacijos srityje.	
3) Inovacijų ekosistemos galimybių stiprinimas ir sinergijų paieška.	Priemonės sinergijų skatinimui.	InoConnect.
		Inogeb LT.
		Inoklaster LT.
		Smartinvest LT.
	Ekosistemos galimybes didinančios priemonės.	Inostartas.
		Inočekiai.
		Inovaciniai čekiai.

Šaltinis: lentelė sudaryta autorių.

Kaip matyti iš 2 lentelės, didžiausias instrumentų kiekis Lietuvoje skirtas investicijų į MTEP didinimui (12 instrumentų iš 24) – privačiam sektoriui skatinti (subsidijos ir paskolos įmonių MTEP veikloms) ir viešajam sektoriui (parama viešojo sektoriaus MTEP). Pastebėtina, kad instrumentų kiekiu (7 iš 24)

išsiskiria ir inovacijų ekosistemos galimybių stiprinimas, ir sinergijų paieška, skirta sinergijų skatinimui, ekosistemų galimybių didinimui. Mažiausia dalis instrumentų numatyta gebėjimų ugdymui ir prieigai prie ekspertinių žinių.

Lietuvoje patvirtintus MTEP skatinimo instrumentus, pateiktus 2 lentelėje, galima skirstyti pagal 1. finansavimo šaltinį: nacionalinės lėšos; ES fondų finansavimas; 2. pagal taikymo laikotarpį: tęstinės, t. y. neturinčios įstatymų tvarka numatyto pabaigos laiko; riboto laikotarpio (2014–2020 m. ES programinio finansavimo laikotarpis).

Pagal šiuos kriterijus Lietuvos MTEPI skatinimo priemonės gali būti skirstomos į dvi pagrindines kategorijas:

1. neterminuotos mokesčių MTEP lengvatos;
2. terminuotos ES finansuojamos MTEP skatinimo priemonės (tiriamuoju laikotarpiu – 2014–2020 m. programinio finansavimo laikotarpiu).

Tolimesniuose poskyriuose bus nagrinėjamos šios dvi MTEP skatinimo instrumentų grupės ir jų panaudojimas KKI audiovizualiniame sektoriuje, laikantis nuostatos, kad audiovizualinis sektorius yra industrija, gaminanti produktus arba paslaugas, teikianti jas rinkai, ir kad šiame sektoriuje veikiantys juridiniai vienetai, kaip ir kiti verslo subjektai, gali naudotis paramos MTEP verslui priemonėmis.

2.3. MOKESČIŲ LENGVATOS VYKDANTIEMS MTEP LIETUVOJE

Lietuvoje galioja MTEP skatinimo instrumentai – dvi mokesčių lengvatos įmonėms, kurios investuoja į mokslinius tyrimus ir eksperimentinę plėtrą.

1. Mokesčių lengvata vykdomiesiems MTEP. Apskaičiuojant pelno mokestį, sąnaudos, išskyrus ilgalaikio turto nusidėvėjimo arba amortizacijos sąnaudas, patirtos moksliniams tyrimams ir eksperimentinei plėtrai, tris kartus atskaitomos iš pajamų tuo mokestiniu laikotarpiu, kurį patiriamos, jeigu atliekami mokslinių tyrimų ir (ar) eksperimentinės plėtros darbai yra susiję su įmonės vykdoma įprastine ar numatoma vykdyti veikla, iš kurios yra arba bus uždirbamos pajamos ar gaunama ekonominė nauda (VMI, 2017) (Lietuvos Respublikos pelno mokesčio įstatymo 171 str. 1 d.).

2. Pagreitinta MTEP naudojamo ilgalaikio turto amortizacija. Įprastai įmonėje ilgalaikio turto įsigijimo kaina į sąnaudas perkeliama ir iš pajamų atskaitoma dalimis per šio turto nusidėvėjimo arba amortizacijos laikotarpį, nustatytą Lietuvos Respublikos pelno mokesčio įstatyme. Jei įsigytas ilgalaikis turtas (mašinos ir įrengimai, įrenginiai, kompiuterinė technika ir ryšių priemonės, programinė įranga, kt.) yra priskirtas ir naudojamas MTEP veiklai, jis gali būti nudėvimas per trumpesnę (2 metų) nusidėvėjimo laiko-

tarpi ir į sąnaudas perkeliamas per 2 metus. Apskaičiuojant apmokestinamąjį pelną, prie ribojamų dydžių leidžiamų atskaitymų įmonė gali priskirti MTEP įrangai taikomą pagreitinto nusidėvėjimo sumą, taip sutaupyti pelno mokesčio dalį (pagal Lietuvos Respublikos pelno mokesčio įstatymo 17¹ str. 2 d., 18 str.).

3. Mokesčių lengvata pajamoms iš MTEP veiklos sukurtų rezultatų pardavimo. Apmokestinamojo pelno dalis, apskaičiuota iš pačių įmonių vykdomos mokslinių tyrimų ir eksperimentinės plėtros veiklos sukurto turto naudojimo, pardavimo ar kitokio perleidimo nuosavybėn gautų pajamų (įskaitant honorarus ir kompensacijas už pažeistas intelektinės nuosavybės teises), atskaičius šioms pajamoms tenkančius leidžiamus atskaitymus ir ribojamų dydžių leidžiamus atskaitymus, apmokestinama taikant 5 procentų mokesčio tarifą. Ši lengvata pradedama taikyti apmokestinant apmokestinamąjį pelną už tą mokesčių laikotarpį, kurį yra atsiradusios autorių teisės, paduota patento paraiška, jau esant išduotam patentui, įsigaliojus papildomos apsaugos liudijimui ar esant suteiktai išimtinai licencijai (pagal Lietuvos Respublikos pelno mokesčio įstatymo 5 str. 7 dalį).

Trečioji MTEP mokesčio lengvata Lietuvoje įsigalioja nuo 2018 m., todėl praktikos ar statistinių duomenų apie lengvatos taikymą ir efektyvumą nėra.

Siekiant pasinaudoti MTEP mokesčių lengvatomis, įmonės turi identifikuoti vykdomas MTEP veiklas, tinkamai jas dokumentuoti, deklaruoti mokesčių administratoriui (Valstybinei mokesčių inspekcijai) ir pasinaudoti lengvata apskaičiuodamos pelno mokestį.

Valstybinio audito 2017 m. ataskaitos duomenimis, Lietuvoje 2012–2015 m. MTEP pelno mokesčio lengvata kasmet pasinaudojo 149–196 įmonės per metus (Lietuvos Respublikos valstybės kontrolė, 2017, p. 24). Lietuvos statistikos departamento duomenimis, Lietuvoje veikia 93 017 ūkio subjektai (2015 m.) (žr. 3 lentelę).

3 lentelė. Verslo įmonių, pasinaudojusių MTEP mokesčių lengvata, skaičius ir pelno mokesčio netekimai mln. Eur 2012–2015 m.

Pavadinimas / metai	2012	2013	2014	2015
Verslo įmonių, pasinaudojusių MTEP mokesčių lengvata, skaičius	196	197	152	149
Pelno mokesčio netekimai, mln. Eur	4,02	3,76	5,16	7,75
<i>Šaltinis: Valstybės investicijos į MTEP siekiant inovacijų augimo. Valstybinio audito ataskaita, 2017 m. balandžio 10 d. Nr. VA-P-50-1-7</i>				

Iš 3 lentelės duomenų matyti, kad 2012–2015 m. įmonių, pasinaudojusių MTEP mokesčių lengvata, mažėjo, tačiau pelno mokesčio netekimai išaugo beveik du kartus, kas rodo MTEP deklaruojančių įmonių MTEP veiklų išlaidų didėjimą.

Valstybinio audito (Lietuvos Respublikos valstybės kontrolė, 2017) ir atliktų tyrimų duomenimis (Deloitte, 2016) (4 priedų lentelė), paaiškėjo pagrindinės priežastys, kodėl įmonės Lietuvoje mažai naudoja MTEP lengvata: 1) lengvata naudinga tik pelningoms įmonėms; 2) įmonės neturi kompetencijų

identifikuoti MTEP veikos organizacijoje, teisingai jas dokumentuoti ir deklaruoti, bijo būti nubaustos kontroliuojančių institucijų.

Nėra skelbiama duomenų, kokių sektorių įmonės deklaruoja ir naudojami MTEP mokesčio lengvata Lietuvoje, tačiau, audiovizualinio sektoriaus ekspertų teigimu, iki 2017 m. šio sektoriaus įmonės MTEP mokesčio lengvata nesinaudojo, kadangi: 1. įmonės sunkiai identifikuoja MTEP įmonių veikloje; 2. sektoriaus atstovai neturi pakankamų žinių ir įgūdžių dokumentuoti MTEP įmonėje; 3. trūksta kompetentingų ekspertų, kurie įvertintų audiovizualiniame sektoriuje vykdomą MTEP; 4. nesant praktikos, baiminamasi mokesčių administratorių sankcijų.

2.4. ES FINANSUOJAMI MTEP SKATINIMO INSTRUMENTAI (2014–2020 M. FINANSINIO PROGRAMAVIMO LAIKOTARPIU)

2014–2020 m. ES finansinio programavimo laikotarpiu Europos Sąjungos šalys narės įsipareigojo parengti sumanios specializacijos strategijas, kuriose kiekviena numato savo šalies mokslinių tyrimų ir eksperimentinės plėtros bei inovacijų raidos kryptis ir prioritetus.

Lietuva nustatė šešias prioritetines mokslinių tyrimų ir eksperimentinės (socialinės, kultūrinės) plėtros ir inovacijų raidos (sumanios specializacijos) kryptis (Lietuvos Respublikos Vyriausybė, 2013), pagal kurias bus skiriamas tolimesnis ES struktūrinių fondų investicijų finansavimas: 1. energetika ir tvarri aplinka; 2. įtrauki ir kūrybinga visuomenė; 3. agroinovacijos ir maisto technologijos; 4. nauji gamybos procesai, medžiagos ir technologijos; 5. sveikatos technologijos ir biotechnologijos; 6. transportas, logistika ir informacinės ir ryšių technologijos (IRT).

Sumanios specializacijos kryptyje „Įtrauki ir kūrybinga visuomenė“ išskirti du prioritetai – 1. modernios ugdymosi technologijos ir procesai, 2. proveržio inovacijų kūrimo ir diegimo technologijos ir procesai, – kurių pagrindu KKI sektoriaus organizacijos, atitinkančios prioriteto teminį specifškumą (Lietuvos Respublikos švietimo ir mokslo ministerija, 2015), gali teikti paraiškas MTEP projektų finansavimui gauti (žr. 5 lentelę).

Sumanios specializacijos kontekste audiovizualinės medijos³ išskirtos kaip vienos iš didžiausių potencialų Lietuvoje turinčių KKI sričių, tai sudaro galimybes audiovizualinio ir kino sektoriaus įmonėms teikti paraiškas MTEP projektams finansuoti.

Vadovaujantis Sumanios specializacijos strategijos prioritetais, Lietuvoje 2014–2020 m. ES finan-

³ Audiovizualinės medijos – priemonės, kūriniai, programos, procesai, kuriami derinant garso ir vaizdo technologijas bei suvokiami ir (ar) interpretuojami klausa ir (ar) rega. Audiovizualinės medijos apima kino sektorių (įskaitant kino kūrimą, infrastruktūros plėtrą ir kino paveldo apsaugą), medijų srities kompetencijas ir raštingumą, vaizdo žaidimus, audiovizualines paslaugas, internetinį, skaitmeninį, interaktyvųjį turinį ir kt. (žr. Sumanios specializacijos strategija).

savimo laikotarpiu patvirtinta 21 MTEP skatinimo instrumentas, įskaitant žmogiškųjų išteklių priemones, pagal kuriuos numatomas skirti 740 362 860,00 Eur (5 lentelė).

5 lentelė. MTEPI skatinimo instrumentai Lietuvoje iš ES struktūrinių fondų 2014–2020 m. finansavimo laikotarpiu

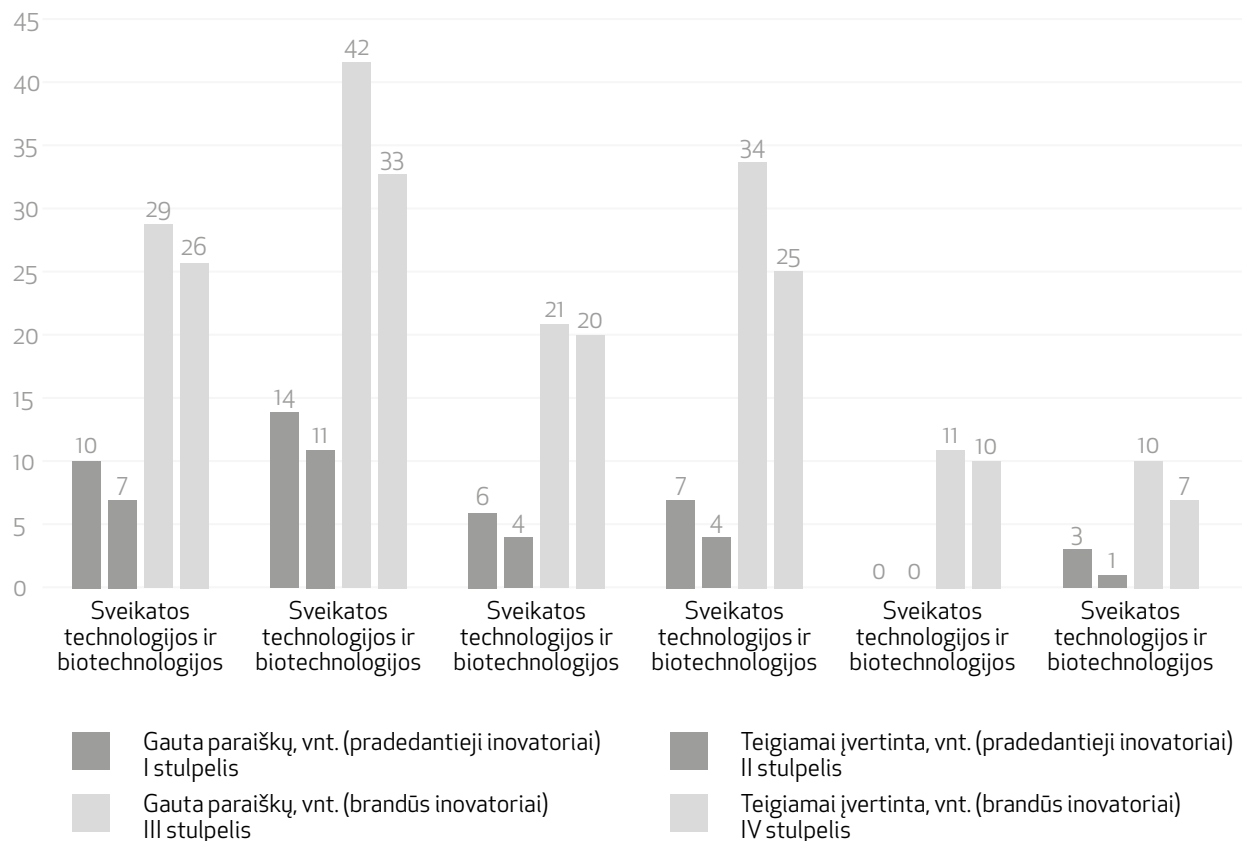
Nr.	Pavadinimas	Numatytas finansavimas, Eur
1.	Ikiprekybiniai pirkimai LT	29.360.732,00
2.	Inočekiai	5.000.000,00
3.	InoConnect	1.448.100,00
4.	Inogeb LT	11.043.529,00
5.	Inoklaster LT	23.710.874,00
6.	Inomokymai	28.247,00
7.	Inopatentas	3.041.010,00
8.	Inostažuotė	1.419.853,00
9.	Inostartas	9.400.000,00
10.	Inovaciniai čekiai	10.136.700,00
11.	Intelektas. Bendri mokslo ir verslo projektai	167.756.812,00
12.	Mokslininkų ir kitų tyrėjų gebėjimų stiprinimas	42.957.522,00
13.	Mokslininkų, kitų tyrėjų, studentų, mokslinės kompetencijos ugdymas atliekant praktinę mokslinę veiklą	68.350.325,00
14.	Mokslinių tyrimų, eksperimentinės plėtros ir inovacijų infrastruktūros plėtra ir integracija į europines infrastruktūras	187.999.328,00
15.	MTEP rezultatų komercinimo ir tarptautiškumo skatinimas	13.032.901,00
16.	Smart FDI	39.137.278,00
17.	Smartinvest LT	5.792.400,00
18.	Smartinvest LT+	4.305.725,00
19.	SmartParkas LT	13.032.901,00
20.	Technoinvestas	22.600.000,00
21.	Tiksliniai moksliniai tyrimai sumanios specializacijos srityje	80.808.623,00
	Iš viso	740.362.860,00

Šaltinis: sudaryta autorių pagal www.esinvesticijos.lt informaciją, 2018.

Kaip matyti 5 lentelėje, vienas pagrindinių MTEP skatinimo instrumentų pagal suplanuotas skirti finansavimo sumas yra „Intelektas. „Bendri mokslo ir verslo projektai“ (toliau – „Intelektas“), jis skirtas „paskatinti bendrus mokslo ir verslo MTEP projektus, kuriančius didesnę pridėtinę vertę turinčius produktus“ (Lietuvos Respublikos Vyriausybė, 2018). Pagal tikslus ir mastą „Intelektas“ yra viena iš svarbiausių Sumanios specializacijos įgyvendinimo priemonių, aktualiausias instrumentas verslo įmonėms, o šio tyrimo rėmuose – KKI audiovizualiniam sektoriui.

MOSTA (2017) tarpinio Sumanios specializacijos vertinimo ataskaitos duomenimis (2 paveikslas), pagal prioritetą „Itrauki ir kūrybinga visuomenė“ (KKI sektorius) „Intelektui“ buvo pateiktos 2 paraiškos pradedančiųjų inovatorių ir 10 paraiškų brandžių inovatorių.

2 paveikslas. „Intelektas LT“ 2 kvietimo gautos paraiškos pagal Sumanios specializacijos kryptis
 „Intelektas LT“ 2 kvietimo gautos paraiškos pagal Sumanios specializacijos kryptis



Šaltinis: MOSTA, 2017B.

Palyginti su kitomis Sumanios specializacijos kryptimis (2 paveikslas), KKI sektoriaus paraiškų skaičius panašus su Energetikos ir tvarios aplinkos, tačiau du, tris ar net keturis kartus mažiau nei kitų prioritetų paraiškų skaičius.

Ekspertinių darbo grupių metu su kino sektoriaus atstovais buvo išgrynintos priežastys, kodėl įmonės neteikė paraiškų pagal priemonę „Intelektas“:

1. Įmonės sunkiai identifikuoja MTEP savo veikloje, neturi įgūdžių ir patirties jas aprašyti, dokumentuoti;
2. dalis paraiškų vertinimo kriterijų neatitinka ir neleidžia tinkamai įvertinti kuriamų (meno) produktų MTEP potencialo;
3. paraiškas vertinančios ir konsultuojančios institucijos neturi kompetencijų atpažinti MTEP KKI sektoriuje, todėl sektoriaus įmonėms rekomendavo tokių paraiškų neteikti, nes projekto idėjos etape neįžvelgta MTEP.

Kino sektoriaus ekspertų nuomone, „Intelektas“ paraiškų vertinimo kriterijus tikslinga formuluoti atsižvelgiant į sektoriaus specifiškumą, papildant audiovizualinio sektoriaus produktams (meno kūriniais) būdingų vertinimo kriterijų.

6 lentelė. „Intelekt“ paraiškų vertinimo kriterijai ir galimi papildymai, komentarai

Nr.	„Intelekt“ paraiškų naudos ir kokybės vertinimo kriterijai	Galimi kino produktų (meno kūrinų) vertinimo kriterijai ir argumentai
1.	Pareiškėjas ir (arba) partneris turi publikacijų tyrimo tema tarp 10 procentų pasaulyje dažniausiai cituojamų mokslo publikacijų ir (arba) Europos, JAV, Japonijos patentinių paraiškų (patentų) ir (arba) mokslo ir studijų institucijos turi tyrėjų bendrų publikacijų su verslo įmonių tyrėjais.	Pareiškėjo ir (arba) partnerio produktas (meno kūrinys) įtraukiamas į prestižiškiausių tarptautinių meno festivalių programą. Aukščiausias įvertinimas – gautas apdovanojimas prestižiniame meno renginyje arba konkurse (Lietuvos Respublikos švietimo ir mokslo ministerija, 2015). Dalyvavimas prestižiniuose tarptautiniuose festivaliuose ir apdovanojimai nulemia, ar produktas originalus, turi kokybinių naujumo požymių tarptautiniu mastu. Pvz., kino festivalių klasifikavimas: http://www.fiapf.org/intfilmfestivals_sites.asp .
2.	Projekto įgyvendinimo metu arba 3 metus po projekto įgyvendinimo sukurtu (-os) produkto (inovacijos) reikšmingumo lygis.	Reikalinga sukurti vertinimo kriterijus, kuriais remiantis būtų vertinamas kino produkto – kino filmo – inovacijos reikšmingumo lygis. Kino produkto – kino filmo – atveju kriterijus, kuriuo vertinamas sukurtų produktų skaičius, negali būti taikomas, kadangi produktas pagal prigimtį yra vienetinis ir tiražuojamas jį demonstruojanti (rodant kino salėse, VOD platformose ir kitur; tiražavimo rodiklis – peržiūrų skaičius).
3.	Pareiškėjo ir partnerio patirtis įgyvendinant MTEP veiklas ir dalyvaujant tarptautiniuose verslo ir mokslo bendradarbiavimui skirtuose MTEP projektuose.	Pareiškėjo ir partnerio patirtis vykdyti tarptautinius koprodukcijos projektus. Patirtis pritraukti sektoriaus tarptautinių fondų finansavimą inovatyviems produktams kurti. Patirtis dalyvauti tarptautiniuose produktų kūrimo projektuose, platformose. Lietuvos kino industrijos sukurtų aukštos pridėtinės vertės produktų 70 proc. įeina į globalias vertės grandines. Dalyvavimas tarptautinių fondų finansuojamuose projektuose – Eurimages fondas, MEDIA Kūrybiška Europa fondas ir kt. Tarptautinės koprodukcijos projektai. Bendradarbiavimas su didžiausiomis pasaulio tarptautinėmis kino ir TV filmų internetinėmis platformomis (Netflix, Amazon ir kt.).
	Projekto įgyvendinimo metu ir 3 metus po projekto veiklų įgyvendinimo pabaigos pareiškėjų ir partnerių pajamų, gautų iš įgyvendintu projektu sukurtų ir rinkai pateiktų produktų, santykis su tinkamomis finansuoti projekto išlaidomis.	Dėl didelių vienetinio produkto (kino filmo) sukūrimo kaštų pagal šį kriterijų balus skirti būtų galima lyginant tik su panašaus pobūdžio projektu (kuriamu produktu).
<i>Šaltinis: sudaryta autorių.</i>		

6 lentelėje pateikti galimi vertinimo kriterijai, taikomi meno darbams, remiantis Mokslo ir studijų institucijų mokslo (meno) darbų vertinimo metodika (Lietuvos Respublikos švietimo ir mokslo ministerija, 2015) ir kino industrijos atstovų ekspertiniais siūlymais. Kaip matyti, nė vienu iš „Intelekt“ projektų naudos ir kokybės vertinimo kriterijumi nėra galimybės įvertinti kino produkto ar tinkamai palyginti su kitokio pobūdžio produktais skiriant vertinimo balus, kadangi:

1. kino produkto (kino filmo) publikacijų paskelbimas atitinka meno kūrinio (atlikimo) skelbimą prestižiniame kontekste, apdovanojimai prestižiniuose meno renginiuose ar konkurse (kino festivaliuose);
2. kino produktai (filmai) išsiskiria meno raiška ir originalumu, kurių neaprepia Oslo (2015), Frascati (2015) vadovuose pateikti inovacijų lygių ir MTEP apibrėžimai;
3. patirtis įgyvendinant tarptautinius projektus vykdam MTEP kino sektoriuje prilygsta dalyvavi-

mui sektoriaus tarptautinių fondų (Eurimages, MEDIA Kūrybiška Europa) projektuose ir tarptautinėse platformose;

4. projekto metu planuojamo sukurti produkto (kino filmo) kaštai yra išskirtinai aukšti, lyginat su kitais produktais, todėl vertinama turėtų būti lyginant tik su panašaus pobūdžio projektu (kuriamu produktu).
5. kino produkto (kino filmo) eksporto pajamų potencialas yra itin didelis ir jo augimas tiesiogiai koreliuoja su paskelbimais prestižiniame kontekste, apdovanojimais prestižiniuose meno renginiuose ar konkursuose (kino festivaliuose).

2.5. MTEP SKATINIMO INSTRUMENTAI EUROPOS SĄJUNGOJE

Europos Sąjungos mastu moksliniai tyrimai ir inovacijos skatinamos teikiant nacionalines mokesčių lengvatas, nacionalinius subsidijų instrumentus ir bendras (tarptautines) Europos Sąjungos priemones bei programas. Šiame skyriuje dėl taikomojo tyrimo pobūdžio pasirinkta apžvelgti: 1. tęstiniai mokesčių MTEP užsienio šalių skatinimo instrumentai, siekiant nustatyti, kiek patrauklios verslui ir KKI sektoriui bei skatinančios yra Lietuvos mokesčių lengvatos; 2. bendrosios (tarptautinės) Europos Sąjungos priemonės ir programos, kurios gali būti aktualios Lietuvos KKI sektoriui, siekiant vykdyti MTEP tarptautiniu mastu.

2.5.1. MOKESČIŲ LENGVATOS VYKDYTIEMS MTEP EUROPOS SĄJUNGOJE

MTEP taikomi mokesčių lengvatų modeliai įvairiose Europos Sąjungos šalyse detaliam analizuoti studijoje „Investavimo į MTEPI, MTEPI išlaidų apskaitos ir MTEPI projektavimo praktika ir tendencijos“ (ŽEF, 2017). Iš studijos duomenų matyti, kad MTEP mokesčių lengvatų modeliai skirtingose šalyse skiriasi pagal mokesčių lengvatos rūšis; atskiras MTEP išlaidų rūšis; atskiras MTEP projektų išlaidų kategorijas; įmonių mokesčių kategorijas.

Ekonominio bendradarbiavimo ir plėtros organizacijos 2014 m. tyrimų duomenimis (OECD, 2017), Lietuvos MTEP teikiamos mokesčių lengvatos tokių lengvatų reitinge užima 54 ir 59 vietas iš 84. Pažangiausios MTEP mokesčių lengvatos Europos Sąjungos (Europos ekonominės erdvės) mastu yra:

1. Prancūzijos MTEP mokesčio lengvata „Jeunes Entreprises Inovantes“, naujos įmonės, kurių sąnaudų 15 proc. ar daugiau sudaro MTEP, atleidžiamos nuo socialinių mokesčių (vidutiniškai 4 m. laikotarpiui), 1 metus atleidžiama nuo pelno mokesčio, antrus – 50 proc. pelno mokesčio lengvata.
2. Norvegijos MTEP mokesčio lengvata „SkatteFUNN“, mažinanti pelno mokestį SVĮ 20 proc., didelėms įmonėms – 18 proc. iki 1 mln. EUR.

3. Danijos MTEP mokesčio lengvata „Accelerated amortization“, sutrumpinanti MTEP įrangos nusidėvėjimą iki 1 metų.
4. Nyderlandų MTEP mokesčio lengvata WBSO, mažinanti įmonių išlaidas MTEP veikloms sumažinant pelno, gyventojų pajamų, valstybinio socialinio draudimo mokesčius, taip pat prototipavimą, MTEP įrangos sąnaudas (ŽEF, 2017).

Lietuvoje iki šiol nėra skelbiamų tyrimų, publikacijų apie MTEP identifikavimą, dokumentavimą audiovizualiniame, kino, sektoriuje. Iš negausių užsienio tyrimų matyti (Miles, Green, 2008), kad audiovizualiniame sektoriuje MTEP (R&D) yra sunkiau nei tradicinėse pramonės sektoriuose identifikuojami ir rečiau dokumentuojami dėl kūrybinio ir inovatyvaus veiklos pobūdžio, ji yra suvokiama kaip įprastinės kasdieninės rutinos dalis. Pažymima, kad tos audiovizualinio sektoriaus įmonės, kurios identifikuoja ir formalizuoja vykdomą MTEP, dažniausiai yra didelės įmonės, kurios turi MTEP strategijas, padalinius arba atsakingus specialistus (Miles & Green, 2008). Tačiau, nepaisant sunkumų identifikuoti MTEP veiklas dėl audiovizualinio sektoriaus specifiškumo, šios srities tyrimų nebuvimo, duomenys rodo, kad kitose šalyse (pvz., Jungtinėje Karalystėje) MTEP audiovizualiniame sektoriuje vykdomas, deklaruojamas ir naudojamas mokesčių lengvatomis (Fowkes, Sousa & Duncan, 2015).

2.5.2. TARPTAUTINIAI ES FINANSUOJAMI MTEP SKATINIMO INSTRUMENTAI (2014–2020 M. FINANSINIO PROGRAMAVIMO LAIKOTARPIU)

Didžiausia Europos Sąjungos tyrimų ir inovacijų programa 2014–2020 m., kuriai bus skirta 80 mlrd. Eur ES investicijų lėšų, yra „Horizontas 2020“. Pagal programą „Horizontas 2020“ planuojami skatinti moksliniai tyrimai ir inovacijos vykdant tarptautinius mokslinius tyrimus, investuojant į pagrindines technologijas, skatinant mokslo ir verslo bendradarbiavimą, didinant finansavimo galimybes MVĮ, skatinant verslo investicijas į mokslinius tyrimus ir inovacijas.

Kaip matyti 7 lentelėje, „Horizontas 2020“ programą sudaro trys pagrindiniai prioritetai: pažangus mokslas; pramonės lyderystė; visuomenės iššūkiai.

7 lentelė. Programos „Horizontas 2020“ struktūra

Pažangus mokslas	Pramonės lyderystė	Visuomenės iššūkiai
Europos mokslo taryba. Ateities ir kuriamos technologijos. Marie Skłodowska-Curie veiklos. Mokslinių tyrimų infrastruktūra.	Lyderystė didelio poveikio ir pramonės technologijų srityse (IRT, nanotechnologijos, medžiagos, biotechnologijos, gamyba, kosmosas). Prieiga prie rizikos kapitalo. Inovacijos mažose ir vidutinėse įmonėse.	Sveikata, demografiniai pokyčiai ir gerovė. Maisto sauga, žemės ūkis ir miškininkystė, jūrų ir vidaus vandenys, bioekonomika. Energetika. Transportas. Klimato kaita, aplinka, išteklių ir žaliavos. Įtrauki, inovatyvi ir reflektivi visuomenė. Saugi visuomenė.
Šaltinis: ES investicijos, 2017.		

Prioritetas *Pažangus mokslas* (angl. Excellent Science) skirtas skatinti aukšto lygio mokslinius tyrimus, *Pramonės lyderystė* (angl. Industrial Leadership) – skatinti inovatyvias mažas ir vidutines įmones ir jų vykdomus tyrimus pramonės technologijų srityse, o *Visuomenės iššūkiai* (angl. Societal Challenges) – skatinti visuomenei aktualių klausimų, susijusių su klimato kaita, transportu, energetika, maisto sauga, saugumu ir kita, sprendimus.

Programoje „Horizontas 2020“ gali dalyvauti fiziniai ir juridiniai asmenys iš viso pasaulio, tačiau finansavimą gali gauti tik dalyviai iš ES valstybių narių ir jų užjūrio šalių ir teritorijų, asocijuotų programos šalių, tarptautinės europinės svarbos organizacijos, kt. reikalavimuose nurodytos šalys. Programoje gali dalyvauti tarptautiniai konsorciumai, individualūs tyrėjai, jų grupė ar pavienė organizacija (ES investicijos, 2017, p. 90).

Remiantis *Sumanios specializacijos pažangos ataskaitos duomenimis* (MOSTA, 2017A), Lietuvos organizacijos, kaip partnerės ar koordinatorės, pateikė 1456 projektų paraiškas programai „Horizontas 2020“, iš kurių 170 paraiškų (12 proc.) gavo finansavimą. 25 iš finansuotų projektų Lietuvos organizacijos koordinuoja, o likusiuose dalyvauja kaip partneriai. 65 paraiškos yra glaudžiai susijusios su *Sumanios specializacijos* prioritetais. Daugiausia finansuotų paraiškų yra saulės energetikos, lanksčių gamybos sistemų ir molekulių technologijų prioritetų srityse. Penkių prioritetų – medicinos inžinerijos, proveržio inovacijų (kuriai priskirtinas KKI audiovizualinis sektorius), konstrukcinių ir funkcinių medžiagų, energijos gamybos iš biomasės – yra itin mažai (MOSTA, 2017).

KKI audiovizualinio sektoriaus, kurį daugiausia sudaro mažos ir vidutinės įmonės (MVĮ), kontekste svarbu atkreipti dėmesį į programos „Horizontas 2020“ priemonę, skirtą finansuoti MVĮ MTEPI veiklas. MVĮ instrumentu paramos savo projektams gali kreiptis vienas dalyvis, be partnerių, ir gauti finansavimą didelį augimo potencialą turinčios novatoriškos įmonės idėjos rinkoje įgyvendinimui. 2017 m. duomenimis, MVĮ instrumentu finansavimą gavo 7 Lietuvos MVĮ iš 12 pateikusių paraiškų (ES investicijos, 2017, p. 92).

APIBENDRINIMAS

- Europos Sąjungos mastu yra sukurta kryptinga, daugelį sričių apimanti mokslinių tyrimų ir inovacijų skatinimo sistema su priemonėmis ir finansiniais instrumentais. Šios sistemos pagrindu Lietuva įgyvendina nacionalinę mokslinių tyrimų ir inovacijų politiką.
- Lietuvoje pelno mokesčio lengvatos yra skirtos įmonėms, vykdančioms MTEP, nepriklausomai nuo sektoriaus. Pelno mokesčio lengvata pasinaudojusių įmonių skaičius šalyje išlieka santykinai mažas, kadangi įmonės neturi kompetencijų identifikuoti MTEP veikos organizacijoje, teisingai jas dokumentuoti ir deklaruoti, bijo būti nubaustos kontroliuojančių institucijų. Audiovizualinis sektorius dėl veiklos specifiškumo dar sunkiau identifikuoja MTEP vykdomoje veikloje nei kiti sektoriai ir MTEP mokesčių lengvatų instrumentais nesinaudoja.
- MTEP meno ir KKI srityje yra mažai tyrinėta, sunkiai identifikuojama tiek mokslininkų, tiek sektoriaus atstovų, ypač atsargiai vertinama finansavimo paraiškas vertinančių ar mokesčių lengvatas administruojančių institucijų, kadangi sektoriaus kuriami produktai turi meno kūriniais būdingų požymių, kurių neapėria Oslo (2015), Frascati (2015) vadovuose pateikti inovacijų lygių ir MTEP apibrėžimai. Siekiant paskatinti MTEP KKI sektoriuje, reikalingi išsamesni tyrimai šia tema, tinkamų vertinimo kriterijų nustatymas, sektoriaus, mokslininkų, atsakingų institucijų atstovų, projektų vertinimo ekspertų edukacija.
- Vertinant Lietuvos MTEP mokesčių lengvatas tarptautiniame kontekste ir audiovizualinio sektoriaus naudojimąsi jomis, galima teigti, kad Lietuvoje KKI audiovizualinis sektorius nesinaudoja MTEP mokesčių lengvatomis dėl įgūdžių trūkumo ir praktikos nebuvimo. Tačiau svarbi priežastis, kodėl ne tik KKI audiovizualinis sektorius, bet ir apskritai įmonės Lietuvoje sąlyginai mažai naudoja MTEP mokesčių lengvatomis, yra lengvatų tinkamumas ir patrauklumas verslui: „Mokestinių lengvatų MTEP srityje skatinimas Lietuvoje neatitinka pažangiausių kitų šalių praktikų. Esamos priemonės yra riboto taikymo, nėra pritaikytos prie SVV subjektų ir naujų įmonių MTEP veiklos pobūdžio, kuris dažnai yra fragmentiškas, orientuotas į entrepreneurškų galimybių paiešką, todėl reikalaujantis visapusiškesnės paramos, taikant mokestines lengvatas įvairių rūšių išlaidoms“ (ŽEF, 2017).
- Didžiausia ES programa moksliniams tyrimams ir inovacijoms „Horizontas 2020“ yra tarptautinė MTEPI finansavimo galimybė KKI audiovizualinio sektoriaus įmonėms, teikiant paraiškas tiek pavieniui, tiek su tarptautiniais partneriais. Iš pirmųjų programos rezultatų matyti, kad Lietuvos pareiškėjų dalyvavimas „Horizonto 2020“ programoje apima ir *Sumanios specializacijos proveržio inovacijų* sritį, kuriai priklauso audiovizualinės medijos, tačiau konkurencija dėl finansavimo yra didelė ir MTEPI projektų idėjos tarptautiniu mastu turi būti aktualios bei reikšmingos, atitinkančios programos prioritetus.

3. AUDIOVIZUALINIO SEKTORIAUS MTEPI POTENCIALAS IR RAIŠKA

3.1. TYRIMO METODOLOGIJA

Atliktų empirinių tyrimų tikslas – nustatyti audiovizualinio sektoriaus produktų ir paslaugų MTEPI požymius pagal Frascati (2015) vadovą, kuriame MTEP veikla apibrėžiama kaip „veiksmų, kuriuos MTEP vykdytojai sąmoningai atlieka naujoms žinioms įgyti, visuma“. MTEP sąvoka apima 3 dimensijas: (1) fundamentinius tyrimus, (2) taikomuosius tyrimus ir (3) eksperimentinę plėtrą.

Empirinio tyrimo metu buvo siekiama atskleisti audiovizualinio sektoriaus atstovų (ekspertų) požiūrį į šio sektoriaus kompetencijas vystant inovacijas, atskleisti esamas praktikas, išryškinti šių praktikų MTEP požymius ir galimybes kurti į inovacijas orientuotą audiovizualinių paslaugų ir produktų kultūrą.

Tyrimui pasirinkta *kokybinė metodologinė prieiga*, kuriai yra svarbus „žmogiškasis elementas“ – į tam tikrus faktus žvelgiama konkrečią patirtį turinčių respondentų akimis. Jos silpnoji pusė yra mažesnis duomenų reprezentatyvumas ir subjektyvumas, didelės laiko sąnaudos renkant ir analizuojant duomenis. Tačiau kokybinis tyrimas, nors ir nepateikia lengvai ir greitai interpretuojamų duomenų, įgalina tyrėją pažvelgti į tyrimo lauką „iš vidaus“, o tai labai reikšminga analizuojant tokius sunkiai apibrėžiamus objektus kaip kultūros inovatyvumo lygis, atvirumo inovacijoms trukdžiai, bendradarbiavimo kultūros srityje nauda, inovacijos ir MTEPI audiovizualiniame sektoriuje ir t. t.

Siekiant nuodugniau išsiaiškinti, kaip audiovizualinio sektoriaus atstovai supranta MTEPI savo veikloje, tyrimui pasirinkti du kokybiniai tyrimų metodai:

- giluminis interviu,
- grupinės diskusijos.

Giluminis interviu leidžia jo moderatoriui tiesiogiai bendrauti su informantu pagal teminį pokalbio planą, tačiau taip pat reaguojant į informanto atsakymus pateikti papildomus klausimus siekiant nuodugniau atskleisti informanto nuostatas, vertinimus, įsitikinimus ir pan. Interviu buvo filmuojami, tai leido drauge stebėti informanto emocijas ir reakcijas.

Grupinės diskusijos yra ypatingas grupinio interviu tipas, kurio metodika remiasi interviu metodika. Tokia diskusija organizuojama vienu metu su grupe žmonių, kurių tam tikros socialinės charakteristikos panašios, šio tyrimo atveju – tai patirtis audiovizualinio sektoriaus produkto ar paslaugos kūrimo srityje. Kitaip nei individualaus pagilinto interviu atveju, grupinės diskusijos tokiomis pat laiko sąnaudomis įtraukia daugiau žmonių. Be to, diskusija greta žodinės informacijos suteikia galimybę stebėti grupės narių sąveiką ir neverbalinę komunikaciją, kuri ypač svarbi iškilus skirtingiems grupės narių požiūriams.

Interviu ir grupinės diskusijos buvo pagrįsti dviem projekto tikslą atliepančiomis dimensijomis (uždaviniais): 1) MTEP veiklos audiovizualiniame sektoriuje samprata ir bruožai pagal Frascati (2015) vadovą; 2) MTEPI veikla audiovizualinio produkto ar paslaugos kūrimo procese.

Siekiant atskleisti, koks KKI atstovų požiūris į MTEPI savo kūrybinėje veikloje, interviu labiau centruotas į audiovizualinio produkto, kaip inovacijos, bruožus ir kūrimo etapus, o diskusijos – į MTEP veiklos rezultatus ir kūrimo procesą.

Interviu ir diskusijos buvo moderuojamos pagal planą, pagrįstą:

1. *penkiais MTEP veiklos kriterijais* (pagal Frascati vadovą, 2015) – naujumas, kūrybiškumas, neapibrėžtumas ir (ar) rizika (rezultatų atžvilgiu), sistemiškumas, perdavimas (arba atkartojimas, tiražavimas);
2. *MTEPI kūrimo proceso etapais* – (1) fundamentinių žinių įgijimas; (2) žinių taikymo koncepcijos formulavimas; (3) koncepcijos įgyvendinimo įrodymas ir (ar) patvirtinimas; (4) maketo (modelio), meno objekto projekto kūrimas ir testavimas; (5) maketo (modelio) patikrinimas imituojant realias sąlygas, (6) meno objekto projekto pristatymas; (7) prototipo (bandomosios versijos) kūrimas; (8) prototipo (bandomosios versijos) demonstravimas; (9) bandomosios partijos (galutinio produkto išbandymui) gamyba; (10) sukurto naujo produkto įvertinimas.

Interviu gairės (pagrindiniai klausimai) buvo konstruotos pagal pirmiau minėtus uždavinius ir apėmė šiuos pagrindinius klausimus:

1. Kaip apibūdintumėte, kas yra inovacija? Kas jai būdinga? Jei norėtumėte, kad Jūsų komanda sukurtų inovatyvų produktą, kokią užduotį jiems suformuluotumėte? Klausimo tikslas – sužinoti, kaip menininkai apibrėžia inovaciją, kokios jos charakteristikos; duomenys naudojami palyginti su teorija.
2. Papasakokite, kokius (audiovizualinius produktus ir (ar) paslaugas) kuriate ar esate sukūrę.
3. Pakalbėkime apie jūsų [produktą] kaip inovaciją (papildomi klausimai, susiję su inovacijos savybėmis):
 - naujumu: Kiek inovacijai svarbu naujumas? Ar tai turi būti visiškai naujas produktas, ar gali būti tik tam tikri patobulinimai? Kiek absoliučiai naujas buvo [jūsų kūrinys]?
 - kūrybiškumu: Kiek inovacija turi būti susijusi su kūrybiškumu? Ar manote, kad „kūryba“ ir „inovacija“ yra sinonimai, ar galėtų būti sinonimai? Koks originalumo vaidmuo? Kiek kurdamas (-a) [produktą] siekėte originalumo?
 - netikrumu, rizika: Ar prieš kurdami produktą tiksliai įsivaizdavote, koks jis bus? Ar buvote apskaičiavęs (-usi), kiek reikės finansinių, laiko ir kitokių resursų jam įgyvendinti? Ar apie

juos galvojote prieš pradėdami kurti? O kiek iš tikro pareikalavo visų resursų – daugiau, kiek numatėte, mažiau? Kiek inovacija turi būti susijusi su netikrumu, rizika?

- sistemiškumu: O kiek inovacija turi būti suplanuota iš anksto ir turėti suplanuotą biudžetą? Ar tą darėte [jūsų produkto] atveju? Ar turėjote planą, kaip viskas vyks? Ar to plano laikėtės?
 - tiražavimu: Kaip svarbu inovacijai būti tiražuojamai? O ar galima būtų [jūsų produktą] tiražuoti? Ar sutiktumėte (planuojate) tai daryti?
4. O dabar pakalbėkime apie patį ... [paminėti pasirinktą produktą ir (ar) paslaugą] kūrimo procesą. Nuo ko prasidėjo [šio produkto ir (ar) paslaugos] kūrimas? Kaip gimė idėja? Tikslas – išsiaiškinti, ar pradiniame produkto vystymo etape vyksta fundamentiniai tyrimai ir kaip kuriama produkto (paslaugos) koncepcija (1–2 etapai).
 5. Kai jau turėjote [šio produkto] idėją, kaip toliau ją vystėte? Kaip supratote (patikrinote), kad ji įgyvendinama? Tikslas – išsiaiškinti, kaip tikrinamas koncepcijos įgyvendinimas ir meno produkto (paslaugos) testavimas (3–5 etapai).
 6. Kaip toliau vyko [produkto] kūrimas? Kas jūsų atveju yra bandomoji versija? Ar tokią kūrėte? Jei taip – kam ją pristatėte? Ar ją toliau tobulinote? Su kokiais problemomis (iššūkiais) čia susidūrėte? Tikslas – išsiaiškinti, kaip vyksta eksperimentinė plėtra – prototipo kūrimas, demonstravimas, bandymas, pristatymas potencialiai auditorijai (6–9 etapai).
 7. Papasakokite, kada baigiasi [jūsų produkto] kūrimas? Kas yra galutinė versija? Kaip vyksta (vyko) pristatymas visuomenei ar kitai grupei? Kaip skleidėte informaciją? Kaip kūrinys buvo įvertintas visuomenės? Tikslas – išsiaiškinti, kaip vyksta produkto diegimas į rinką (10 etapas).

Diskusijos scenarijus (pagrindiniai klausimai) taip pat buvo konstruotas pagal pirmiau minėtas dvi pagrindines diskusijos kryptis ir koncentruotas į *MTEP veiklos rezultatą ir kūrimo procesą*:

1. MTEP veiklos rezultatą pagal Frascati (2015) vadovą identifikuojantys klausimai:
 - a. Kokios problemos, kuriant audiovizualinio meno produktus, nulemia naujų žinių būtinybę? Kokio mokslo srities naujų žinių dažniausiai reikia? Kokie pagrindiniai požymiai apibūdina naujas žinias?
 - b. Kokie išskirtini pagrindiniai kūrybiškumo požymiai vertinant audiovizualinio meno produktus? Kiek svarbus aukštasis išsilavinimas juos kuriant? Kelių metų patirtis leidžia suformuoti unikalius įgūdžius, reikalingus juos kurti? Kokia kūrėjo veiklą apimties dedamoji (proportcija) su techniniais specialistais juos kuriant? Kokie tyrimų metodai, siekiant naujų žinių, reikalingų audiovizualinio meno produktams, dažniausiai taikomi? Kokie metodai laikytini moderniais?

- c. Kokie pagrindiniai veiksniai lemia kiekybinę ir (ar) kokybinę audiovizualinio meno produktų kūrimo riziką ir sąmatos nukrypimus? Kaip dažnai ir kas lemia nesilaikymą terminų kuriant audiovizualinio meno produktus?
 - d. Ar audiovizualinio meno produktai kuriami pagal iš anksto sudarytą planą ir sąmatą? Ar dokumentuojamas kūrimo procesas ir tarpiniai rezultatai? Kur ir kaip saugoma dokumentacija?
 - e. Ar ir kaip vykdoma žinių kodifikacija ir sklaida audiovizualinio meno produktų kūrimo srityje? Ar galimas naujų žinių, gautų kuriant konkretų produktą pritaikymas / rezultatų tiražavimas, kuriant analogiškus (panašius) produktus? Koks tokių naujų žinių dažniausiai pasitaikantis pobūdis (tematika)?
2. MTEPI procesą identifikuojantys klausimai:
- a. Nuo ko prasideda [audiovizualinio produkto] kūrimas? Kokias ir kokių mokslo sričių fundamentines žinias naudojate naujam produktui sukurti? Kokie pagrindiniai tokių žinių šaltiniai?
 - b. Kaip savo veikloje įvardijate audiovizualinio produkto koncepciją? Kaip ji kuriama? Kokios pagrindinės jos dalys? Kokie dažniausiai pasitaikantys jos nesėkmės (neįgyvendinimo) veiksniai?
 - c. Kokios veiklos vykdomos, siekiant pagrįsti koncepcijos įgyvendinimą? Kokie audiovizualinio produkto elementai dažniausiai reikalauja papildomų pastangų pagrindžiant įgyvendinimą? Kokios esminės prielaidos (žinios) nulemia (lemia) koncepcijos įgyvendinimą? Kokiais žinių šaltiniais ar paslaugomis naudojate ją pagrįsdami? Kokiais būdais ir priemonėmis gaunate reikiamas žinias?
 - d. Kaip savo veikloje įvardijate audiovizualinio produkto projektą? Kaip jis kuriamas? Kokios pagrindinės jo dalys? Kokiais žinių šaltiniais ar paslaugomis naudojate jį kurdami? Kokie pagrindiniai klausimai nagrinėjami rengiant tokį projektą? Ką vadiniate savo veikloje eksperimentais? Ar jie reikalauja papildomų materialijų resursų (įrangos, medžiagų, kita)?
 - e. Ar audiovizualinio produkto projektai išbandomi laboratorinėmis arba kitomis sąlygomis imituojant realią aplinką ar stebint tam tikroje socialinėje aplinkoje? Ar projektas pateikiamas ir derinamas su suinteresuotais asmenimis jo įgyvendinimui ir įgyvendinimo tikslingumui nustatyti? Kas yra suinteresuoti asmenys? Kokie pagrindiniai kritiniai klausimai sprendžiami šiame etape?
 - f. Kaip vyksta audiovizualinio produkto projekto transformavimas į bandomąją produkto versiją, skirtą demonstravimui – suteikiant reikiamą konfigūraciją, turinį, išvaizdą ar kitas savybes? Kokios vykdomos veiklos? Ar būna, kad kas nors nepavyksta taip, kaip buvo numatyta

projekte, kaip tai sprendžiama?

- g. Ar ir kaip vykdoma audiovizualinio produkto bandomosios versijos demonstravimas realioje aplinkoje? Kas įtraukiami į demonstravimo procesą? Kur tai dažniausiai vyksta? Ar ji toliau tobulinama? Su kokiais iššūkiais čia susiduriama?
- h. Kuo skiriasi audiovizualinio produkto prototipas nuo galutinio produkto, skirtą demonstravimui? Ar toks dažnai kuriamas? Kokios veiklos vykdomos siekiant sukurti galutinį produktą, skirtą demonstravimui?
- i. Kokia tikslinė grupė atlieka galutinio audiovizualinio produkto įvertinimą? Kas ir pagal kokius kriterijus įvertina produkto kokybę? Kaip vyksta pristatymas visuomenei?

Buvo klausiama, kokios naujos žinios gaunamos kiekviename etape.

2017 m. rugpjūčio 21–30 dienomis vyko trys 90–120 min. trukmės ekspertų interviu su dviem kino prodiuseriais (R1 ir R2) ir filmų, reklamų, televizijos laidų režisieriumi ir scenaristu (R3), taikančiais inovacijas savo veikloje bei dvi grupinės diskusijos (FGD) su informantais, turinčiais patirties MTEPI veikloje. Atrinkus informantus buvo taikytas prieinamumo (angl. convenience sample) principas. Galima teigti, kad visi interviu ir grupinės diskusijos buvo draugiški ir nuoširdūs; informantai buvo pakankamai įsigilinę ir suinteresuoti tyrimo problematika – inovacijomis ir jų kūrimu audiovizualiniame sektoriuje. Interviu eigą lengvino bendra nuostata, kad inovacijos yra būtina ir neišvengiama šiandienos kultūros sferos aktualija.

3.2. MTEP VEIKLOS AUDIOVIZUALINIAME SEKTORIUJE SAMPRATA IR BRUOŽAI PAGAL FRASCATI VADOVĄ

Kaip teigiama Frascati vadove (2015), kad tam tikra veikla būtų pripažinta MTEP, yra naudojami penki kriterijai: veiklos naujumas, kūrybiškumas, neapibrėžtumai (rezultatų atžvilgiu), sistemingumas, perdavimas (arba atkartojimas, tiražavimas). Siekiant išsiaiškinti MTEP veiklos audiovizualiniame sektoriuje bruožus, interviu ir grupinių diskusijų metu buvo diskutuojama apie audiovizualinio produkto ar paslaugos kūrimo procesą ir šios veiklos atitiktį penkiems Frascati anksčiau minėtiems kriterijams.

• NAUJUMAS

Kalbėdami apie kuriamą audiovizualinį produktą, interviu informantai pripažįsta, kad šiam produktui būdingas tam tikras naujumas, ir pabrėžia, kad naujumas (arba inovacijos) audiovizualiniame sektoriuje gali būti kelių lygių, tačiau Lietuvoje daugiausia egzistuoja regioninio ir įmonės lygio naujovės: *Kiekvienas filmas yra inovacija. Ar jiniai yra pasaulinio lygio? Tikriausiai ne. Bet tarkim regioninio lygio? Tikriausiai.* (R2). Vis dėlto Lietuvos audiovizualiniame sektoriuje yra aspiracijų siekti naujumo ir pasau-

liniu lygiu: *O ar mes pajėgūs ten kurt pasaulinio lygio inovacijas? Aš manau, kad taip, pajėgūs (R2), ...aš manau, kad didžioji dalis režisierių, garsiai arba tyliai, pripažindami arba nepripažindami, ko siekia – tai pasaulinio pripažinimo. (R1)*

Interviu informantai Lietuvos audiovizualiniame sektoriuje išskyrė 3 tipus priemonių, kuriomis siekiama audiovizualinio produkto ar paslaugos naujumo: naujos technologinės priemonės; naujos turinio kūrimo priemonės; naujos produkto (paslaugos) sklaidos ir poveikio priemonės.

Tiek interviu, tiek diskusijų dalyviai pripažįsta, kad audiovizualinio sektoriaus produktų ir paslaugų naujumas dažnai siejamas su technologinėmis inovacijomis ir jų taikymu kuriant audiovizualinį produktą, šiek tiek mažiau su turinio inovacijomis, kai produkto kūrime akcentuojamos naujos priemonės, nauji turinio elementai.

Naujų technologinių priemonių naudojimas audiovizualiniame sektoriuje labiausiai pastebimas. Jų yra daug ir jos dažniausiai siejamos su atsiradusia problema ir bandymais ją išspręsti. Bendra technologijų vystymosi aplinka padeda atsirasti technologinėms inovacijoms audiovizualiniame sektoriuje ir tokios inovacijos iš dalies padeda sukurti tam tikrą konkurencinį pranašumą:

jeigu kalbėt apie inovacijas audiovizualiniame sektoriuje, tai aš turbūt bandyčiau ne tiek plačiai kalbėt apie technologijas, technologines inovacijas, nes jų audiovizualiniame sektoriuje yra apstu (R2); ...mažesnių technologinių inovacijų praktiškai kiekvienam kino filme būna, nes kiekvieną filmą filmuojant susiduri su kažkokiomis specifinėm problemomis, kur nebūtinai tu jas gali išspręsti egzistuojančiom priemonėm, ir labai dažnai mūsų, reiškia, net ir tos techninės grupės nariai krapšto galvas ir iš kelių skirtingų dalių sukonstruoja kažką, kas iki tol nebuvo padaryta, bet tai sprendžia vat konkretų uždavinį. (R2)

Ne mažiau svarbu ir sklaidos, ir naujų poveikio priemonių kūrimas, kai sukonstruojami modeliai, kurie paskatina vartoti audiovizualinio sektoriaus kuriamą produktą:

Tas pats modelis sklaidos yra inovacija. Jinai kaip minimum regioniniu mastu yra tikrai inovacija. Ir žinau, kad šiuo metu tarkim panašaus pobūdžio sprendinius svarsto tos didžiosios Amerikos studijos: paramount'ai, warnerbros ir t. t., nes jie mato, kaip keičiasi vartotojas, kaip jisai, reiškia, vis labiau linkęs vartoti turinį tada, kada jam patogiu ir žmonės nebenori važiuot į kino teatrą, nes tai, palyginti... nu... laiko kaštai ir panašiai. (R2)

Sudėtingesnis yra naujų turinio priemonių kūrimas (čia svarbūs tampa aktoriai, režisieriai, turinio sprendimai, kuriamos emocijos):

Visa inovacija yra turinyje. Mes turime suprasti, kad ne pas gerus puodus ateina į restoraną, ne dėl gerų viryklių, o dėl maisto, kuris bus sukurtas tuose puoduose ir dėl skonio. Realiai mes ateinam dėl emocijos. Ir inovacija bus, kada mums rūpės emocija ir turinys. (R1)

Diskutuojant taip pat iškeltas klausimas, kokie pagrindiniai požymiai apibūdina naujas žinias, ku-

riant audiovizualinio meno produktus? Kaip teigia vienas diskusijos dalyvis, *tai yra pagrįstas klausimas, kokio tipo naujos žinios yra reikalingos: tada klausimas, ar naujos žinios, kurios bus atneštos kino kūrėjų darbo vaisiumi žiūrovui, ar naujos žinios, kurios bus pritaikytos kino kūrėjams kuriant.* [FG1]

Diskutantai akcentavo, kad naujų žinių dažniausiai reikia iš įvairiausių mokslų sričių: techniškiųjų ir gamtos (pvz., fizikos ir pan.), socialinių (pvz., psichologijos ir pan.), humanitarinių (pvz., istorijos ir pan.), medicinos ir kt. Dažniausiai šis poreikis siejamas su audiovizualinio produkto specifika (pvz., filmo turiniu).

Žinios įgyjamos įvairiais būdais:

- kviečiantis ir konsultuojantis su specialistais:

Ir mums reikia padaryti, suanimuoti kokią nors legendą apie žvejybą kažkokią. Nu kokių prietarų žvejai laikosi kokiam 18 a., nu tą reikia žinot, ta prasme mes turim konsultuotis su specialistais, gaut žinių apie patį dalyką. [FG2]

- atliekant tyrimus:

...po to iš kitos pusės darėm tokį kaip tyrimą su žmonėmis, kurie gydėsi, praėjo gydymą... [FG2]

- ar tiesiog eksperimentuojant:

Tai, pvz., scenarijaus autoriai buvo užsirašę į darbo biržą, specialiai tam, kad praeitų patys.. kai yra bedarbiai, kad praeitų patys visą tą procesą, kai tu stovi darbo biržoj, kai tau tuos privalomus mokymus bedarbiams skirtus, visą grynai praeiti savo kailiu visą tą patirtį, kai tau siūlo tuos darbo pokalbius, tu ten eini, pvz., šitas visas etapas. Toks gal kaip irgi eksperimento darymas, sakyčiau. [FG2]

Tačiau audiovizualinio sektoriaus atstovai, kurdami naujus produktus, dažnai susiduria su problemomis. Grupinių diskusijų dalyviai, analizuodami, kokios problemos, kuriant audiovizualinio meno produktus, nulemia naujų žinių būtinybę, išskyrė kelias pagrindines problemų sritis:

1. Bandymai neatsilikti nuo globalios rinkos tendencijų:

Tas vat kinas keičia formas, kameros keičiasi, formatai keičiasi, reikalavimai keičiasi, tai tu pastoviai gyveni tokioj neaiškioj masėj, imi tas visas menų medijas besikeičiančias ir savaip jas kryžmini. [FG1]

2. Siekis efektyvinti procesą:

Tai ta popierinė duomenų bazė ji buvo kažkada, prieš kokį gerą 10-metį ja buvo naudojama. Sėdėdavai nuolatos ir vartydavai. Šiais laikais tam neturim laiko. [FG2]

3. Finansų taupymas:

turbūt didžiausia problema (...) yra pinigai. Reikia kuo pigiau papasakot tą istoriją, nes mes

neturim pinigų pasakot ilgas istorijas. [FG1]

• KŪRYBIŠKUMAS

Kitas itin svarbus audiovizualinio produkto kūrimo veiklos bruožas yra kūrybiškumas, kuris susijęs su nestandartinių sprendimų paieška tam tikroms problemoms ar situacijoms spręsti: *Ir staiga mes supratom, kad gal mes galim be pinigų tai padaryt... Tai realiai sprendimas vėlgi buvo „think out of the box“. Paieškok ir visada rasi. Ir tai tokiu uždarant kažkokį ratą, noriu pasakyt vėlgi, ką tai reiškia, kad inovatyvumas lygu kūrybiškumas. (R1)*

Diskusijų dalyviai taip pat akcentavo kūrybiškumo reikšmę audiovizualinio produkto ar paslaugos kūrime. Kalbėdami, kas paskatina kūrybiškumą šiame procese, jie išskyrė kelias pagrindines kūrybiškumo „varomąsias jėgas“:

- resursų trūkumą:

Kas yra kūrybiškumas, kada jis yra? kada resursų trūksta. (...) Taip, kai resursų trūksta. Ir laiko, ir finansų. Nu visko. Ir polėkį arba kažkaip... neužsidaryti kažkokiuose rėmuose... [FG2]

- talentą:

Yra toks dalykas, kaip talentas ir talento tu jokioj aukštoj mokykloj neįgyysi, tu įgyji žinias arba įgyji būdus, kaip tau tą talentą išnaudoti. [FG2]

- įgytą išsilavinimą:

Bet tai tos mokyklos, kur tarkim baigsi Londone kokią nors dizaino mokyklą jinai atidaro biški... atidaro tuos kompleksus paskiria ir žmogus automatiškai drąsiau reiškiasi, kūrybiškiau. Ir čia visuomenės... nuo visuomenės santvarkos priklauso. [FG2]

• NEAPIBRĖŽTUMAS

Interviu ir diskusijų dalyviai teigė, kad neapibrėžtumas būdingas veiklai audiovizualiniame sektoriuje ir atsiskleidžia viso audiovizualinio produkto kūrimo proceso metu: pradedant nuo idėjos scenarijui, nuo aktorių atrankos ir baigiant galutinio produkto tobulinimais, atsižvelgiant į testuojamos auditorijos refleksijas. Kaip teigia diskusijų dalyviai, neapibrėžtumo valdymui naudojami testavimai: *Apie tai, ką jūs šnekat, tai kino industrijoj yra tokios sąvoka kaip „testeriai“, nes jeigu scenarijus yra perskaitomas ir sako „mes nežinom, kaip nufilmuosim tokias scenas“, mes turim padaryt testus. [FG1]*

Kaip teigia interviu informantai, veiklos neapibrėžtumas rezultatų atžvilgiu yra vienas esminių šios veiklos bruožų, atskleidžiantis būtent sektoriaus specifiką, unikalumą: *Nu kinas vėlgi tuo yra unikalus, kad tu nežinai, ką gausi galų gale. Nu nes kai ten gamybiniam procese kažkokią tai prekę, produktą tu*

gali pačiupinėti, pamatyti, bent jau pirmą pavyzdį, kurį tu padarei. Tai čia iki paskutinės akimirkos, iki paskutinės premjeros dienos, ir pirmo savaitgalio tu nežinai, koks tas bus produktas. (R3).

- **SISTEMINGUMAS**

Pasak interviu respondentų, nors veikla audiovizualiniame sektoriuje galutinio rezultato atžvilgiu yra pakankamai neapibrėžta, ji yra sisteminga. Tą pabrėžia visi trys informantai. Diskusijos dalyviai ją įvardija tiesiog kaip sistemingą:

Viskas yra taip planuojama, kad realiai tu nusipieši kadruotę, kaip tu norėsi daryti, tu ją išdalini, taip kaip tu ieškai aktoriaus pagal kriterijus, taip tu turi viską susiplanuoti sėkmingam kine. Vėlgi, aš nežinau, kiek mes nutolom nuo inovacijų taikymo ir mokslo ir tyrimų, bet jeigu kalbėt apie mūsų industriją, tai yra viskas planuojama. Planas yra didelė dalis sėkmės. Ir tai nėra... nu atėjau pamiegoti, sėkmingi filmai yra tie, kurie maksimaliai vyko pagal planą ir buvo jiems pasiruošta. [FG1]

Visi tyrimo dalyviai sutinka, kad veiklos sistemingumas priklauso nuo aiškaus plano, biudžeto suplanavimo, vietos ir žmogiškųjų išteklių parinkimo, darbų planų. Kaip teigia vienas informantas, *be to net negali pradėti.*

- **PERDAVIMAS (ARBA ATKARTOJIMAS, TIRAŽAVIMAS)**

Visi dalyviai pripažino, kad audiovizualiniame sektoriuje visiškai kitaip negu tradicinėse pramonės šakose yra suprantamas produkto (paslaugos) perdavimas (tiražavimas). Informantai pateikė pakankamai skirtingas vizijas, kas tai, jų nuomone, yra:

čia yra labai skirtingas... Nes turinio po to tokio paties filmo tu niekada nebedarysi. Arba tos pačios scenos neperkelsi į kitą filmą. [FG2]

Perdavimas (tiražavimas) galimas pradėdant nuo sėkmingo technologinio sprendimo pritaikymo kuriant vieną produktą ir toliau šio technologinio sprendimo naudojimo kitų produktų kūrimo procesuose iki tiražavimo, kaip to paties vieno produkto daugkartinės žiūrovų peržiūros.

Diskusijų dalyviai pateikė skirtingas vizijas, kas, jų nuomone, yra perdavimas ar tiražavimas:

- Rodymas kino teatre, parduodant bilietus:

Nes produkto tiražavimas yra rodymas kino teatre, bilietų pardavinėjimas. Čia mūsų tiražavimas. [FG2].

- To paties produkto išleidimas kitais formatais (pvz., kino filmo išleidimas DVD formatu): *Arba ten dvd išleidimas.. čia yra mūsų tiražavimas to sukurto produkto, o patirties tiražavimas. [FG2].*

- Tam tikrų elementų, patirties, žinių panaudojimas kuriant kitus produktus:
Aš galiu pamėginti, pvz., kažkokį darbo procesą, kuris labai pasiteisino kitam filme panaudoti ir kitam susitikimui. [FG2].
- Tęsinų kūrimas arba istorijos adaptavimas:
tai kaip yra taksis 1, taksis 7, taksis 8, vat ir tiražavimas. Tai yra.. tai tik ženklas, bet ne tik ženklas, tai yra atrenkamas kaip čia.. personažų sintezė tam tikra, kuri veža žiūrovus ir tai yra paskui multiplikuojama. [FG2].

Diskusijų dalyviai teigė, kad būtent tiražavimas garantuoja komercinę sėkmę ir mažina neapibrėžtumą, riziką: *Sakysim, mes tiražuojam pasiteisinusį produktą dėl to, kad tikrai garantuoja komercinį efektą, bet.. mažina neapibrėžtumą ir riziką. Nes dabar jeigu aš kuriu naują scenarijų, tai niekas nežino ar jis veiks ar ne, jeigu aš nusipirkau Romeo ir Džiuljetą istoriją ir ją ekranizavau, nu tai yra labai daug šansų, kad man pasiseks. [FG2].*

Diskusijose taip pat buvo akcentuotos autorių teisės ir patentavimas: *jeigu žiūrėk kaip veikia copyrightas, tai yra tam tikra patentavimo forma. Ir sakysim netgi tie patys filmai yra ne visur prieinami ir kaip produktas, dėl to kad tiesiog nėra teisės neparduodamos tam tikrom auditorijom. [FG1].*

Taigi, apibendrinant kokybinių tyrimų rezultatus, galima teigti, kad tiek interviu, tiek grupinių diskusijų dalyviai MTEP veiklos audiovizualiniame sektoriuje bruožus vertina panašiai.

Vertinant audiovizualinio sektoriaus produktų (paslaugų) atitiktį MTEP veiklos sampratai pagal Frascati vadovą (2015), galima teigti, kad audiovizualinio sektoriaus produktai atitinka MTEP būdingas savybes.

3.2. MTEP VEIKLA IR AUDIOVIZUALINIO PRODUKTO (PASLAUGOS) KŪRIMO PROCESAS

Interviu ir grupinių diskusijų metu buvo išsamiai aptarti audiovizualinio sektoriaus produkto ar paslaugos kūrimo proceso etapai.

1. Fundamentinių žinių įgijimas.

Kaip pažymi respondentai, pirmieji audiovizualinio produkto kūrimo etapai susiję su naujų sprendimų paieška. Tačiau Lietuvoje šiais pradiniais etapais retai kuriamos fundamentinės žinios. Net ir tai-komojo pobūdžio tyrimai nėra dažnai atliekami. Informantų požiūriu, užsienyje kuriant audiovizualinį produktą ar paslaugą moksliniai tyrimai atliekami kur kas dažniau nei Lietuvoje.

Mokslinius tyrimus paprastai atlieka ekspertai, o ne patys filmo kūrėjai. Šiais pradiniais etapais naujos žinios kuriamos išorinių ekspertų, kurie dažnai net nėra tiesioginiai audiovizualinio sektoriaus at-

stovai: jie yra istorikai, sociologai, kt. Taip pat konsultantai neretai yra istorinių įvykių dalyviai (liudininkai): istorinių įvykių likę gyvi liudininkai, paprasti žmonės, kurių prašoma pakomentuoti produkto turinį ir t. t. Pastaryjų nuomonė yra itin svarbi audiovizualinio produkto kūrėjams.

Informantų požiūriu, poreikis tyrimams skiriasi priklausomai nuo audiovizualinio produkto tipo. Diskusijų dalyviai neturėjo vienareikšmiškos nuomonės dėl fundamentinių žinių kūrimo audiovizualinio produkto kūrimo procese. Tačiau diskusijoje išryškėjo daugiau taikomųjų nei fundamentinių žinių poreikis.

2. Žinių taikymas, koncepcijos formulavimas.

Diskusijos dalyviai pabrėžė žinių taikymo svarbą kuriant audiovizualinį produktą (paslaugą). Šis etapas, tariant vieno diskusijos dalyvio žodžiais, yra suprantamas kaip 'sinopsis'. Nors dalyvių teigimu, tai yra gana ilgas procesas. Koncepcijos kūrimas remiasi žinių paieška ir patirties panaudojimu.

3. Koncepcijos įgyvendinimo įrodymas (patvirtinimas).

Respondentų nuomone, audiovizualinio produkto koncepcijos, maketo, modelio parengimo ir jos įgyvendinimo testavimo stadija nėra labai lengva ir paprasta. Dažnai tyrimai atliekami bandymų būdu. Ir tas būdas siejamas su kūrybiškumu, ieškojimais.

Diskusijos dalyvių teigimu, šis etapas susijęs su testavimais, bandymais, šiame procese dalyvauja visa audiovizualinio produkto kūrybinė grupė.

4. Maketo (modelio), meno objekto projekto kūrimas ir testavimas.

Diskusijos dalyviai pateikė gana skirtingas nuomones, kas apima maketo ar meno objekto projekto kūrimą ir testavimą: testavimas, tyzeriai, auditorijos tyrimai.

5. Maketo (modelio) patikrinimas imituojant realias sąlygas.

Anot diskutantų, šioje audiovizualinio produkto ar paslaugos kūrimo stadijoje vyksta patikrinimas, ar sumanymai bus įgyvendinti, ieškoma sprendimų realiomis sąlygomis.

6. Meno objekto projekto pristatymas.

Diskusijos dalyviai gana skirtingai apibrėžia, kas yra jų kuriamo produkto bandomoji versija, t. y. prototipas.

... aš filmo prototipu vadinčiau draftinį tą... pirmą padaromą tą žinai... pirma montažinė versija – mes kalbėtume apie (nesvarbu) čia yra filmo prototipas, o ne scenarijus. Nu.. sakykim storywordas. Tai yra projektas filmas, ir storywordas yra projektinė stadija. [FG1].

Aš tai sakyčiau, kad prototipas yra tas testinis, teaserinis kažkas... [FG1].

tai teaseris dar paprastais žodžiais, bet pavadinkit... Erzintukas. Tai kelios scenos nufilmuotos prieš pat didžiąją filmo... iš esmės, tai yra gabaliukas.. pagal scenarijų kažkoks gabaliukas, su kuriuo tu renki pinigus

paskui. Nu tai vat tos 2–3 minutės nufilmuotos kelios scenos, kur matai.. ar veikia ar neveikia...[FG2].

7. Meno objekto projekto pristatymas, prototipo (bandomosios versijos) kūrimas.

Respondentai audiovizualinio produkto prototipu įvardija parengtą, bet dar iki galo nesutvarkytą produkto versiją, kurią dar galima tobulinti atsižvelgiant tiek į ekspertų, tiek ir į potencialios auditorijos rekomendacijas.

Diskusijos dalyviai gana skirtingai apibrėžia, kas yra jų kuriamo produkto bandomoji versija, t. y. prototipas: pirma montažinė versija, tyzeris, kelios minutės ar scenos.

8. Prototipo (bandomosios versijos) demonstravimas.

Pasak diskutantų, prototipo demonstravimas yra suvokiamas kaip „pusiau viešas“ demonstravimas, kai jau yra sumontuotas produktas, turintis visus produkto elementus (garsą, šviesą, kt.).

Respondentų teigimu, prototipo kūrimas, demonstravimas, bandymas ir pristatymas potencialiai auditorijai vyksta vėlesniais etapais. Čia ypač pabrėžta auditorijos tyrimų reikšmė. Audiovizualiniame sektoriuje šie etapai siejami su bandomųjų versijų demonstravimu potencialiai auditorijai. Į šiuos tyrimus įtraukiami tiek profesionalai – ekspertai, – tiek paprasti žmonės, kurie ir bus kuriamo audiovizualinio produkto būsimi vartotojai:

Šie etapai labai svarbūs ir tolesniems sprendimams dėl tiražavimo priimti.

9. Bandomosios partijos (galutinio produkto išbandymui) gamyba.

Diskusijos dalyviai apibūdina šį etapą kaip tą, kurio metu atliekamos galutinės korekcijos.

10. Sukurto naujo produkto įvertinimas.

Respondentų teigimu, paskutiniu metu, produkto diegimo į rinką, etapu itin svarbios tampa rinkodaros priemonės ir su rinkodara susiję tyrimai, kurie gali būti atliekami ir išorės subjektų (pvz., platintojų).

Diskusijos dalyviai identifiko kelis naujo produkto įvertinimo adresatus: filmo dramaturgo, montuotojo, platintojo vertinimą, auditorijos apklausą.

Audiovizualinio produkto kūrimo procesas apima 10 etapų, kurie pakomentuoti audiovizualinio sektoriaus atstovų.

MTEP veikla ir inovacijų audiovizualiniame sektoriuje kūrimas turi nemažai iššūkių. Apibendrintai galima išskirti kelis tipus problemų, su kuriomis susiduria audiovizualinio sektoriaus atstovai: maža rinka, reglamentavimo ir biurokratijos iššūkiai, kultūros politikos iššūkiai ir problemos, finansavimo problemos, inovacijų politikos ir valstybės požiūrio į inovacijas problemos, kino produkto specifika.

Apibendrinant visą filmo kaip audiovizualinio produkto kūrimo procesą, galima iliustruoti vieno informanto požiūriu, kuris teigia: *Aš pasakyčiau, kad filmo paskutinis etapas, po to visų, taip segmentais*

vardinant iš pradžių: idėjos paieška, po to scenarijaus gimimas, tada finansų paieška, tada komandos parinkimas, tada yra pasiruošimas, tada yra filmavimas. Kaip kulminacija. Tada yra montažas, kūryba intymi tokia labai (...) Tada yra jau garsas, fonofaras, postprodukcija ir tada yra premjera. Bet vėlgi, sakau, tai nėra paskutinis etapas. Paskutinis etapas, aš sakyčiau, kada filmas nugula į istoriją ir kažkas gali jau pasakyti, buvo sėkmingas, reikalingas, mylimas, nemylimas, nepavyko, užmiršo, nereikia, neegzistuoja. (R1).

APIBENDRINIMAS

Išvados, analizuojant tiek giluminių interviu, tiek grupinių diskusijų turinį, yra labai panašios.

Vertinant audiovizualinio sektoriaus produktų (paslaugų) atitikimą MTEP sampratai pagal Frascati vadovą (2015) galima teigti, kad audiovizualinio sektoriaus produktai atitinka nustatytus MTEP požymius.

Apibrėžimai ir terminai, vartojami šių veiklų reglamentuojančiuose dokumentuose, yra retai vartojami audiovizualinio sektoriaus atstovų kasdienėse praktikose, todėl nėra jų atpažįstami.

Audiovizualiniame sektoriuje vyrauja sistemų inovacijos, kuriose itin daug dėmesio skiriama atradimams, kūrybiškumui, nuojautai, o ne nuosekliais moksliniais tyrimais grindžiamam inovatyviam sprendimui. Net technologinėse inovacijose akcentuotas kūrybiškumas, netradicinio sprendinio paieškos.

Audiovizualiniame sektoriuje kuriamos inovacijos remiasi ne tik naujais technologiniais, bet ir naujo turinio sprendimais. Kūrybiškumą audiovizualinio produkto kūrimo procese, pirma, paskatina resursų trūkumas, antra, talento raiška, trečia, išsilavinimas, kuris leidžia panaudoti įgytas žinias kūrybiškiems sprendimams.

Visiškai kitaip negu tradicinėse pramonės šakose yra suprantamas produkto (paslaugos) tiražavimas.

Yra kelios problemų sritys, kurios, kuriant audiovizualinio meno produktus, nulemia naujų žinių būtinybę: bandymai neatsilikti nuo globalios rinkos tendencijų, siekis efektyvinti procesą ir taupyti finansus. Kuriant audiovizualinio sektoriaus produktus ir paslaugas, naujų žinių dažniausiai reikia iš įvairiausių mokslų (technikos ir gamtos, socialinių, humanitarinių ir medicinos) sričių. Šios naujos žinios įgyjamos įvairiais būdais – kviečiantis ir konsultuojantis su specialistais, atliekant tyrimus ar tiesiog eksperimentuojant.

Mokslinius tyrimus paprastai atlieka ekspertai. Naujos žinios kuriamos išorinių ekspertų, kurie dažnai net nėra tiesiogiai audiovizualinio sektoriaus atstovai: jie yra istorikai, sociologai, kt.

MTEP veikla ir inovacijų audiovizualiniame sektoriuje kūrimas patiria nemažai iššūkių, su kuriais susiduria audiovizualinio sektoriaus atstovai: maža rinka, reglamentavimo ir biurokratijos iššūkiai, kultūros politikos iššūkiai ir problemos, finansavimo problemos, inovacijų politikos, valstybės požiūrio į inovacijas problemos ir kino produkto specifika.

Kuriant audiovizualinį produktą ar paslaugą, pereinami visi MTEPI produkto kūrimo etapai. Pirmieji audiovizualinio produkto kūrimo etapai susiję su naujų sprendimų paieška, kur vyrauja taikomųjų žinių svarba, o fundamentinės žinios kuriamos retai. Audiovizualinio produkto prototipu yra įvardijama parengta, bet dar iki galo nesutvarkyta produkto versija, kurią dar galima tobulinti atsižvelgiant tiek į ekspertų, tiek ir į potencialios auditorijos rekomendacijas. Prototipo demonstravimas yra suvokiamas kaip „pusiau viešas“ demonstravimas, kai jau yra sumontuotas produktas, turintis visus produkto elementus (garsą, šviesą, kt.). Naujo produkto įvertinimą atlieka įvairūs adresatai – filmo dramaturgas, montuotojas, auditorija (potencialūs žiūrovai) ar platintojai.

Remiantis Frascati vadovu (2015), moksliniai tyrimai turi būti formalizuoti. Tačiau audiovizualinio produkto ar paslaugos kūrėjai net ir atliktų mokslinių tyrimų neformalizuoja. KKI sektoriaus įmonėms vykdant MTEP veiklą, gaunamos unikalios žinios, kurios turi ribotas tiražavimo galimybes, todėl MTEP proceso dokumentavimas dažnai tampa per brangus. Dėl šios priežasties audiovizualiniame sektoriuje dominuoja neišreikštos žinios (angl. Tacit knowledge) ir pažangioji patirtis („know how“). Kuriant audiovizualinį produktą ar paslaugą pereinami visi MTEPI produkto kūrimo etapai, tačiau sektoriaus atstovai turi susitarti dėl bendrai vartojamų MTEP sąvokų.

4. AUDIOVIZUALINIO SEKTORIAUS MTEP VEIKLŲ IDENTIFIKAVIMO IR DOKUMENTAVIMO METODOLOGIJA

4.1. MTEP VEIKLŲ IDENTIFIKAVIMO IR VERTINIMO KRITERIJŲ IR POŽYMIŲ SISTEMA

MTEP veikla – tai veiksmų, kuriuos MTEP vykdytojai *sąmoningai* atlieka *naujoms (ir) arba papildomoms žinioms* įgyti, visuma. MTEP veiklos gali būti grupuojamos pagal MTEP projektus. Kiekvieną MTEP projektą sudaro aibė MTEP veiklų. MTEP projektai yra organizuojami ir valdomi siekiant konkrečių tikslų ir rezultatų.

Egzistuoja trys MTEP rūšys: fundamentiniai tyrimai, taikomieji tyrimai ir eksperimentinė plėtra.

MTEP veikloms, nepriklausomai nuo to, kas jas vykdo, yra būdingas tam tikrų *bendrų bruožų rinkinys*. MTEP veikla visada siekiama naujų sprendinių, pagrįstų originaliomis koncepcijomis (ir jų interpretacijomis) arba hipotezėmis. Galutiniai MTEP veiklos rezultatai (ar bent jiems pasiekti reikalingi laiko ir kiti ištekliai) pasižymi neapibrėžtumu. MTEP veikla yra planuojama, turi biudžetą (net jei ją atlieka individualūs asmenys) ir ja siekiama generuoti rezultatus, kurie gali būti perduodami arba parduodami rinkoje. Projekto sąmata gali būti formalizuota (parengta ir patvirtinta prieš įgyvendinant projektą) ir (arba) įvertinta (identifikuota) pagal projekto vykdymui faktiškai alokuotus resursus bei projekto metu faktiškai patirtas sąnaudas. Kad veikla būtų pripažinta MTEP veikla, ji visada (nepriklausomai nuo to, ar ji yra nuolatinė, ar atsitiktinė) turi atitikti penkis pagrindinius kriterijus, ji turi būti: *nauja (originali), kūrybiška, neapibrėžta, sisteminga, perduodama ir (arba) atkartojama*.

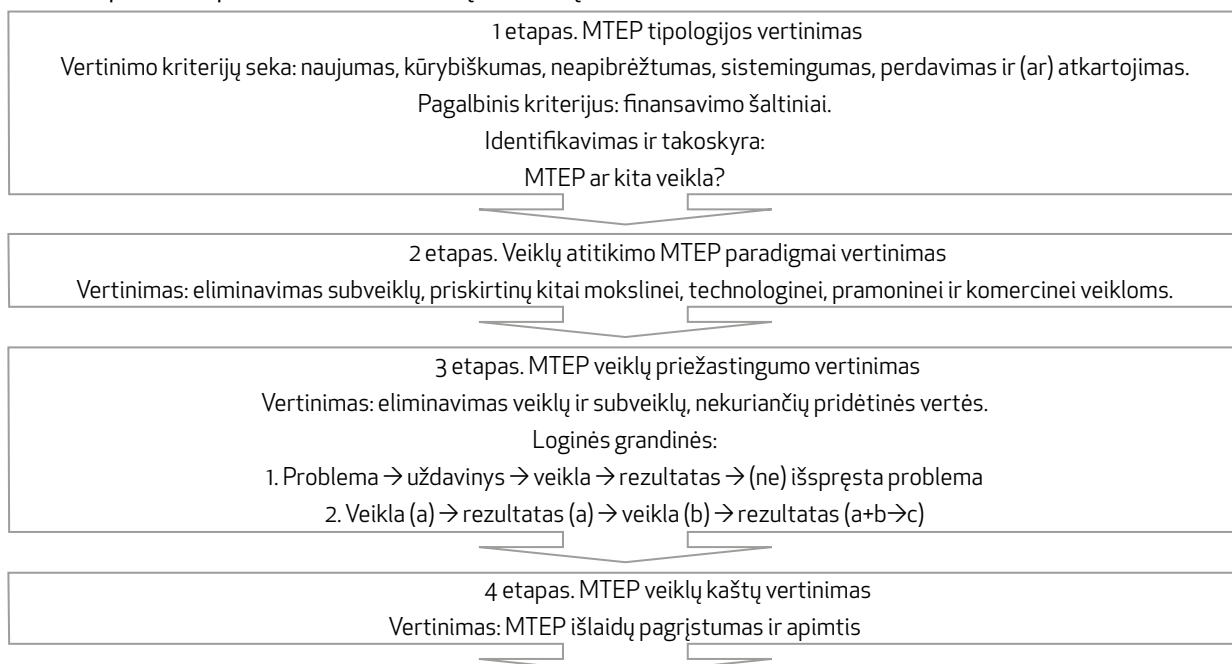
Siekiant plėtoti MTEP etapų taikymą praktikoje planuojant, vykdamas, finansuojant, skatinant ir vertinant MTEP veiklas, vykdomas verslo subjektų, siūloma taikyti kompleksinę MTEP veiklų identifikavimo ir vertinimo kriterijų ir požymių sistemą (toliau – Kompleksinė vertinimo sistema), *leidžiančią atskirti MTEP nuo susijusios mokslinės, technologinės, pramoninės ir komercinės veiklos* (4.1 pav).

Kompleksinę vertinimo sistemą sudaro 4 vertinimo posistemės:

- A. MTEP tipologijos vertinimas – kriterijų ir požymių taikymas visiems MTEP lygiams in corpore, siekiant nustatyti takoskyrą tarp fundamentinių tyrimų (1-asis MTEP lygis), taikomųjų tyrimų (2–5 MTEP lygiai) ir eksperimentinės plėtos (6–9 MTEP lygiai). Jiems priskirtini šie pagrindiniai kriterijai:

- a. Naujumas:
 - i. tikslai;
 - ii. mokslinio ir (arba) technologinio neapibrėžtumo egzistavimas ir mastas.
 - b. Kūrybiškumas:
 - i. personalas;
 - ii. taikomi metodai.
 - c. Neapibrėžtumas:
 - i. rezultatų rizika;
 - ii. kaštų rizika;
 - iii. laiko (terminų) rizika.
 - d. Sistemingumas;
 - e. Galimybė perduoti ir (arba) atkartoti;
 - f. Finansavimo šaltiniai (pagalbinis kriterijus).
- B. Veiklų atitikimo MTEP paradigmai vertinimas – taikytini 2–9 MTEP lygiams in corpore, siekiant eliminuoti susijusias, bet nepriskirtinas MTEP, mokslines, technologines, pramonines ir komercines veiklas iš MTEP veiklų kompleksų;
- C. MTEP veiklų priešastingumo vertinimas – kriterijų ir požymių taikymas, siekiant nustatyti priešastinį ryšį tarp MTEP veiklų ir jų generuojamų rezultatų atskirų MTEP lygių kontekste, siekiant eliminuoti pridėtinės vertės negeneruojančias veiklas;
- D. MTEP veiklų kaštų vertinimas – kriterijų ir požymių taikymas, siekiant įvertinti išlaidų apimtį adekvatumą vykdytoms MTEP veikloms pagal išlaidų kategorijas.

4.1. pav. Kompleksinė MTEP veiklų ir išlaidų vertinimo sistema



4.2. MTEP TIPOLOGIJOS VERTINIMAS

4.2.1. NAUJUMAS

Siekiamas MTEP projekto tikslas turi būti naujos ir (arba) papildomos žinios, *tačiau žinių naujumo lygis turėtų būti vertinamas atsižvelgiant į kontekstą (sektorių), kuriame yra vykdomas projektas.* Verslo sektoriuje potencialus žinių naujumas turi būti vertinamas lyginant jį su pramonės sektoriaus žiniomis. MTEP projektų metu gauti nauji sprendiniai turi būti nauji verslui ir iki tol dar nenaudoti atitinkamame ūkio sektoriuje (pvz., pagal EVRK2). MTEP veikla nelaikoma kopijavimo, imitavimo ar analizės būdu įgytos žinios, kadangi jos nėra laikomos naujomis.

MTEP yra formalus žinių kūrimo būdas, įskaitant žinias, kurios yra išreikštos kuriant naujus produktus, paslaugas ir procesus. *Todėl vertinimas turi būti nukreiptas į naujas žinias, o ne į naujus arba iš esmės patobulintus produktus ar procesus, gautus pritaikius naujas žinias.*

MTEP projekto naujumą indikuoja (i) siektini tikslai ir (ii) mokslinio ir (arba) technologinio neapibrėžtumo egzistavimas ir mastas.

- **MTEP TIKSLAI**

MTEP tikslai yra pirminis kriterijus, pagal kurį MTEP metu vykdomas veiklas galima priskirti fundamentiniams tyrimams, taikomiesiems moksliniams tyrimams ir eksperimentinei plėtrai, taip pat pačią MTEP atskirti nuo kitų su ja susijusių veiklos rūšių.

Tikslas – siektina situacija, kad, pasibaigus MTEP veikloms, apimtų ne tik siektinus rezultatus, bet ir siektingą poveikį, kurį lemia generuojami rezultatai.

MTEP tikslams vertinti rekomenduojama taikyti šiuos požymius:

Tyrimų rūšis	Požymiai					
	Tikėtinas rezultatas (Taip / ne)	Tikėtinas rezultatų atitikimas subjekto veiklos specifikai (Taip / ne)	Tolimesnis rezultatų panaudojimas (Taip / ne)	Rezultatų pritaikymo laikotarpis (Taip / ne)	Rezultatų pritaikymo sričių skaičius (Taip / ne)	Tikėtinas poveikis (Taip / ne)
<i>Fundamentiniai tyrimai</i>	Įgytos naujos žinios apie reiškinį esmę ir (ar) stebimą tikrovę, esamu metu neturint tikslo konkrečiai panaudoti gautų rezultatų.	Siektini rezultatai yra susiję su subjekto vykdoma įprastine ar numatoma vykdyti MTEP veikla atitinkamoje mokslo kryptyje ar srityje.		Ilgesnis nei 5 metai ar neprognozuojamas.	Tiksliai nežinomas, prognozuojamas.	Padidinti žinojimo lygį.
<i>Taikomieji tyrimai</i>	Gautos naujos žinios tyrimus vykdančio subjekto specifiniams praktiniams tikslams pasiekti arba uždaviniams spręsti.	Siektini rezultatai yra susiję su subjekto vykdoma įprastine ar numatoma vykdyti veikla.	Rezultatai naudojami kuriant naujas medžiagas, produktus ir įrenginius ir (ar) diegiant naujus procesus, sistemas ir paslaugas, ir (ar) iš esmės tobulinant jau sukurtus produktus ar įdiegtus procesus, sistemas ir paslaugas, ir (ar) kuriant, diegiant arba iš esmės tobulinant žmogaus, kultūros ir visuomenės problemų sprendinius.	Per artimiausius 5 metus.	Kelios, tiksliai įvardytos.	Numatyti vykdyti veiklą, iš kurios yra arba bus uždirbamos pajamos ar gaunama tiesioginė ar netiesioginė ekonominė nauda.
<i>Ekspirementinė plėtra</i>	Kuriamos naujos medžiagos, produktai ir įrenginiai ir (ar) diegiami nauji procesai, sistemos ir paslaugos, ir (ar) iš esmės tobulinami jau sukurti produktai ar įdiegti procesai, sistemos ir paslaugos, ir (ar) kuriami, diegiami arba iš esmės tobulinami žmogaus, kultūros ir visuomenės problemų sprendiniai.	Siektini rezultatai yra susiję su subjekto vykdoma įprastine ar numatoma vykdyti veikla.	Rezultatai leidžia gaminti naujas (patobulintas) medžiagas, produktus ir įrenginius ir (ar) diegti naujus (patobulintus) procesus, ir (ar) teikti naujas (patobulintas) paslaugas.	Per artimiausius 3 metus (komerciškai nepasiteisinusių projektų atveju šis kriterijus reiškia, kad buvo dedamos pastangos komercializuoti projekto rezultatus).	Konkrečių produktų ar jų grupių kūrimui.	Numatyti vykdyti veiklą, iš kurios yra arba bus uždirbamos pajamos ar gaunama tiesioginė ar netiesioginė ekonominė nauda.

Informacijos šaltinis: projekto veiklų aprašymas / projekto ataskaita / gaunamos pajamos / dedamos pastangos siekiant komercializuoti pasiektus rezultatus.

MTEP proceso metu gauti rezultatai panaudojami tam, kad būtų pradėta gaminti naujas ar iš esmės patobulintas medžiagas, produktus ir įrenginius ir (ar) diegti naujus ar iš esmės patobulintus procesus, ir (ar) teikti naujas ar iš esmės patobulintas paslaugas tam, kad būtų uždirbamos pajamos ar gaunama

kita tiesioginė ar netiesioginė ekonominė nauda.

Produkto naujumas – tai planuojamo kurti hipotetinio produkto / paslaugos / proceso techninė ir (ar) technologinė, ir (ar) funkcinė, ir (ar) vizualinė; ir (ar) ergonominė savybė ar jų kompleksas, kuris išskiria planuojamą kurti produktą / paslaugą / procesą iš kitų rinkoje egzistuojančių produktų / paslaugų / procesų bei didžiąja dalimi lemianti vartotojų apsisprendimą pasirinkti planuojamą sukurti produktą / paslaugą / procesą. Naujumo vertinimo kontekste rinka suprantama kaip atitinkamas vartotojų segmentas atitinkamoje geografinė teritorijoje, kurioje bus realizuojami sukurti produktai / paslaugos / procesai.

Planuojamų gaminti produktų ir (ar) teikti paslaugų, ir (ar) diegti procesų naujumui ar esminiam patobulinimui rekomenduojama taikyti šiuos požymius:

Kriterijus	Požymiai	
		Įvardytos konkrečios produktų / paslaugų / procesų savybės (techninės ir (ar) technologinės, ir (ar) funkcinės, ir (ar) vizualinės, ir (ar) ergonominės), kurios skiriasi nuo analogų ar substitutų
Naujumas ar esminis patobulinimas	Taip / ne	Taip / ne
<i>Informacijos šaltinis: projekto veiklų aprašymas / projekto ataskaita.</i>		

• **MOKSLINIO IR (ARBA) TECHNOLOGINIO NEAPIBRĖŽTUMO EGZISTAVIMAS IR MASTAS**

Antrasis MTEP veiklų naujumo indikatorius, pagal kurį MTEP atskiriama nuo su ja susijusių veiklos rūšių, yra tas, kad MTEP būtų apčiuopiamas mokslinio ir (arba) technologinio neapibrėžtumo sprendimas, t. y. kai asmeniui, gerai susipažinusiam su visiems prieinamomis pagrindinėmis konkrečios srities žiniomis, *problemos sprendimas nėra lengvai matomas*.

Problema gali būti suprantama kaip: (i) situacija, kuri netenkina, tačiau nežinoma, kaip ją įveikti (spręstinas uždavinys); (ii) sunkiai išsprendžiamas uždavinys (dėl išteklių trūkumo arba sprendimo būdo nežinojimo); (iii) uždavinys, išskylantis žmonių tikslingoje veikloje ir reikalaujantis teorinio arba praktinio sprendimo. MTEP problema yra klausimas, į kurį dar nėra atsakymo, tačiau mokslo metodais siekiama rasti objektyvų, teoriškai ir eksperimentiškai įrodytą atsakymą.

Planuojant MTEP veiklas, svarbu yra *suformuluoti mokslinę technologinę problemą ir pagrįsti jos aktualumą konkrečiame verslo sektoriuje*. Tai vienas svarbiausių tyrimo aspektų, reikalaujantis teorinio pagrindimo. Jau pats problemos atsiradimas rodo, jog trūksta informacijos, norint išspręsti naujus uždavinius. Todėl, planuojant tyrimą, pagrindinis vaidmuo tenka *tyrimo idėjai*. Tačiau ne kiekviena problema reikalauja mokslinio tyrimo.

Ne mažiau svarbus ir kitas kriterijus – planuojamo tyrimo indėlis į kuriamas naujas (mokslo ir

(arba) technologines) žinias. Šiuo atveju mokslo ir (arba) technologinės žinios nėra tas pats, kas asmeninės žinios. Nors abi šių žinių rūšys yra vertingos, tačiau jos tarnauja skirtingiems tikslams. Mokslo ir technologinės žinios yra publikuojamos mokslo žurnaluose, mokslo darbų rinkiniuose. Kaupiamos mokslo ir (arba) technologinės žinios yra glaudžiai susijusios su tuo, kas jau yra žinoma. Jeigu tyrėjas savo tyrimą grindžia vien asmeniniais interesais, ignoruodamas mokslinę literatūrą, tuomet sunku yra spręsti, kiek ir kaip atliktas tyrimas prisideda prie mokslo ir (arba) technologinių žinių turbinimo.

Tikslus problemos formulavimas reikalauja tam tikrų išankstinių žinių apie tyrimo objektą. Literatūros studijos šiame kontekste yra svarbus argumentas tyrimų problemos pagrindimui. Vadovaujantis kitų tyrėjų įvardytomis problemomis, jų atskleistu neišsamiu pasirinktos MTEP tematikos pažinimu, formuluojama nepakankamai ištirta mokslinė problema.

MTEP problema – tai atsakymo (sprendimo) nebuvimas tyrimo tematikos srityje. Mokslinės ir (arba) technologinės problemos formuluotė – tai konkretaus klausimo iškėlimas tiriamoje problemiškoje srityje. Problemos formuluotėje turėtų būti konkrečiai pasakyta, kuo abejojama konkrečioje mokslo kryptyje ar srityje, arba realaus objekto ar proceso kliūtys, reikalaujančios teorinio sprendimo. Paprastai suformuluotai problemai įveikti nėra akivaizdaus teorinio ir praktinio analogo (algoritmo, programos ir pan.).

Mokslinis ir (arba) technologinis neapibrėžtumas reiškia, kad mokslas nėra atsakęs į formuluojamą probleminį klausimą, numatomas nagrinėti dar neištirtas bendresnės problemos aspektas, problema nagrinėjama naujomis sąlygomis, tyrėjo manymu, ankstesni jos atsakymai nėra pakankami ir pan. Teorinis reikšmingumas apibūdina problemos sprendimo indėlį į mokslo krypties, šakos konceptualiąją raidą; praktinis reikšmingumas – tai indėlis į tiriamojo objekto panaudojimą, tobulinimą ir pan.

Fundamentinių mokslų problemoms vertinti pakanka teorinio reikšmingumo kriterijaus: jei problema nauja ir numatomas atsakymas gali padėti spręsti kitas tos krypties ar srities mokslines problemas, mokslininkas gali imtis planuojamai problemai spręsti reikalingų darbų. Taikomųjų tyrimų problemos turi būti ne tik naujos ir teoriškai reikšmingos, bet ir svarbios žmonių ir (ar) organizacijų veiklai tobulinti.

MTEP naujumo elemento identifikavimui rekomenduojama taikyti šiuos požymius:

Tyrimų rūšis	Požymiai				
	Papildo teorines žinias – gali padėti spręsti tos krypties ar srities mokslines problemas.	Egzistuoja problema, kurios sprendimas nėra lengvai matomas.	Naujų žinių deda- moji sprendžiant problema – mokslinis ir (ar) techninis, ir (ar) technologinis neapibrėžtumas.	Naujų žinių aktualumas – yra didelė tikimybė, kad rezultatai bus naudingi, pritaikomi ir įdomūs netik jų siekiančiai organizacijai.*	Naujų žinių pritaikymas gali būti pademonstruotas ir (ar) iliustruotas.
<i>Fundamentiniai tyrimai</i>	Taip / ne	Taip / ne	Naujos žinios gali padėti spręsti kitas (tikėtinas) tos krypties ar srities mokslines problemas. Taip / ne	Bus publikuojami mokslo straipsniai recenzuojamuose leidiniuose. Taip / ne	
<i>Taikomieji tyrimai</i>	Taip / ne	Taip / ne	Nėra ir (ar) nepakanka žinių atitinkamo ūkio sektoriaus problemai spręsti. Taip / ne	Gali būti ar bus publikuojami mokslo straipsniai recenzuojamuose leidiniuose ir (ar) patentuojama. Taip / ne	Taip / ne
<i>Ekspertinė plėtra</i>		Taip / ne	Egzistuojančios naujos ir (ar) papildomos žinios ar naujų žinių kombinacijos nebuvo taikytos sprendžiant problemą, susijusią su konkrečių produktų ar jų grupių kūrimu. Taip / ne	Gali būti ar bus patentuojama. Taip / ne	Taip / ne
<i>Informacijos šaltinis: literatūros šaltiniai (viešieji informacijos šaltiniai / projekto aprašymas / projekto ataskaita</i>					<i>Informacijos šaltinis: projekto veiklų aprašymas / projekto ataskaita</i>
<i>Ekspertinis vertinimas (asmuo, gerai susipažinęs su visiems prieinamomis pagrindinėmis konkrečios srities žiniomis)</i>					

*Požymis „Naujų žinių aktualumas“ yra pagalbinis, nėra privalomas ir ne visais atvejais turi būti taikomas, bet jo buvimas akivaizdžiai patvirtina naujumo požymį.

Atliekant ekspertinį vertinimą, kad būtų nustatyta, ar asmeniui, gerai susipažinusiam su visiems prieinamomis pagrindinėmis konkrečios srities žiniomis, yra akivaizdžiai matomi MTEP naujumo elementui identifikuoti reikalingi požymiai, pageidautina, kad vertinimą atliktų 2 specialistai, turintys ne žemesnį kaip daktaro laipsnį ir (arba) 3 metų MTEP patirtį atitinkamoje mokslo kryptyje (srityje) arba ūkio sektoriuje, kurie tiesiogiai siejasi su MTEP projekto problematika. Dviejų specialistų poreikis grindžiamas tuo, kad dažnai versle plėtojant MTEP yra kuriamos ir naudojamos ne iš vienos mokslo krypties (srities) ir (arba) ūkio sektoriaus žinios, reikalingos plėtojant konkretų MTEP projektą.

4.2.2. KŪRYBIŠKUMAS

MTEP veikla neapima įprastų produktų ar procesų pakeitimų, todėl žmogiškasis indėlis yra neat-siejamas nuo kūrybiškumo vykdant MTEP veiklas. Dėl šios priežasties MTEP projektuose būtinas tyrėjų dalyvavimas, atitinkamų tyrimo metodų taikymas, siekiant naujų žinių.

MTEP veiklų kūrybiškumą indikuoja (i) MTEP personalo ir (ii) taikomų tyrimų metodų simbiozė.

• MTEP PERSONALAS

MTEP personalui priskirtini MTEP darbuose tiesiogiai dalyvaujantys darbuotojai – asmenys, plėtojan-tys pažinimą, konceptualizuojantys ar kuriantys naujus produktus, procesus, metodus ir sistemas arba va-dovaujantys MTEP projektams. Pagal atliekamą su MTEP susijusių darbų pobūdį MTEP personalas skirs-tomas į tyrėjus, technikus ir jiems prilygintinus darbuotojus, taip pat kitus aptarnaujančius darbuotojus.

Tyrėjai plečia sukauptas žinias, taiko mokslines ir menines koncepcijas ir teorijas. Kompetentin-gam daugelio šių pagrindinės grupės profesijų darbui reikia įgūdžių, priskiriamų ketvirtajam Tarptauti-nio standartinio profesijų klasifikatoriaus ISCO-08 (toliau – ISCO) kvalifikacijos lygmeniui⁴, o Lietuvo-je – antrai profesijų grupei – specialistai (LPK, 2012).

Pagrindinės tyrėjų užduotys: analizės ir mokslo tiriamųjų darbų atlikimas, siekiant praplėsti tam tikros srities žmogaus žinias, koncepcijų, teorijų ir metodų rengimas, fizinių mokslų, matematikos, in-žinerijos ir technologijų, gyvosios gamtos mokslų, medicinos ir sveikatinimo paslaugų, socialinių ir hu-manitarinių mokslų žinių taikymas arba konsultavimas šiais klausimais; žinių perdavimas kitiems, sis-temų ir mašinų, statybos ir gamybos procesų projektavimas; meno kūrinių kūrimas ir atlikimas; mokslo straipsnių ir dokumentų rengimas.

Vadovai ir administratoriai, vykdantys tyrėjų atliekamo darbo mokslinių ir techninių klausimų pla-navimą ir jiems vadovaujantys, taip pat priskiriami šiai kategorijai. Jie atlieka šias užduotis: MTEP vei-klos planavimas, koordinavimas ir vadovavimas jai, kuriant naujus technologinius procesus, gaminius, žinias ar medžiagų panaudojimo būdus arba tobulinant esamus; įmonės MTEP programos planavimas numatant tikslus ir biudžeto poreikį; vadovavimas už MTEP atsakingų darbuotojų veiklai ir jos valdymas; MTEP biudžeto sudarymas ir valdymas, išlaidų kontrolė ir veiksmingo išteklių naudojimo užtikrinimas; veiklos ir administracinių procedūrų nustatymas ir vadovavimas joms; darbuotojų atrankos, mokymų ir

⁴ ISCO ketvirtojo kvalifikacijos lygmens profesijos apima veiklos užduotis, reikalaujančias sudėtingų problemų nagri-nėjimo, sprendimų priėmimo ir kūrybiškumo, besiremiančio plačiomis teorinėmis ir faktinėmis specializuotos srities žiniomis. Šio kvalifikacijos lygmens profesijoms paprastai reikalingas itin aukštas rašymo ir skaičiavimo įgūdžių lygis ir labai geri bendravimo įgūdžiai. Jie apima gebėjimą suprasti sudėtingą rašytinę medžiagą, perteikti savo mintis knygose, ataskaitose ar žodiniuose pranešimuose. Ketvirtojo kvalifikacijos lygmens profesijoms reikalingos žinios ir įgūdžiai paprastai įgyjami baigus 3–6 metų trukmės aukštosios mokyklos studijas ir įgijus pirmąjį kvalifikacinį laipsnį ar aukštojo mokslo kvalifikaciją (ISCED, 1995: 5a ar aukštesnis lygmuo; ISCED, 2011: 6 ar aukštesnis lygmuo). Kai kuriais atvejais ne mažesnė kaip 3 metų patirtis gali pakeisti formalųjį mokymą. Daugeliu atvejų kvalifikacija, įgyta baigus formalųjį mokymą, yra būtina, norint dirbti pagal atitinkamą profesiją.

veiklos priežiūra; atstovavimas įmonei renginiuose, seminaruose ir konferencijose, susijusiuose su MTEP.

MTEP vadovai priskiriami pirmos profesijų grupės pogrupiui Nr. 1223 – mokslinių tyrimų ir plėtros vadovai (LPK, 2012). MTEP vadovų rangas paprastai yra toks pat ar aukštesnis, nei asmenų, tiesiogiai einančių tyrėjų pareigas, dažnai jie yra buvę tyrėjai arba yra tyrėjai, dirbantys ne visą darbo dieną.

Technikų ir jiems prilygintų darbuotojų pagrindinis darbas reikalauja techninių žinių ir patirties vienoje ar keliose inžinerijos, fizikos ir biologijos arba socialinių ir humanitarinių mokslų srityse. Jie dalyvauja MTEP veiklose, atlikdami mokslines ir technines užduotis, kurias atliekant reikia taikyti koncepcijas ir darbo metodus, valstybinių įstaigų ar verslo reglamentuojamųjų dokumentų tyrimus. Jiems paprastai vadovauja tyrėjai.

Kompetentingam daugelio šios pagrindinės grupės profesijų darbui reikia įgūdžių, priskiriamų trečiajam ISCO kvalifikacijos lygmeniui⁵. Pagrindinės technikų ir jaunesniųjų specialistų atliekamos užduotys: techninis darbas, susijęs su fizinių mokslų, įskaitant inžineriją ir technologiją, gamtos mokslų, įskaitant ir medicinos profesijas, socialinių ir humanitarinių mokslų koncepcijų ir metodų tyrimu ir taikymu; įvairių techninių užduočių atlikimas; techninės pagalbos teikimas meno ir pramogų srityse; pasirengimas eksperimentams ar tyrimams bei jų vykdymas, prototipų kūrimas; tarpinių ir galutinių MTEP projektų ataskaitų rengimas; su MTEP darbais susijusios dokumentacijos tvarkymo darbai; bibliografinė paieška ir tiesiogiai su tyrimais susijusios medžiagos parinkimas iš archyvų ir bibliotekų; eksperimentų, testų ir analizių atlikimas; medžiagų ir prietaisų parengimas eksperimentams, testams ir analizėms; matavimų registravimas, skaičiavimas bei diagramų ir lentelių rengimas; statistinių tyrimų rengimas, apklausos ir pan.

Pagal Lietuvos Respublikos teisės aktus nenustatytas švietimo programų 5-asis lygmuo, todėl technikai ir jiems prilygstantys darbuotojai Lietuvoje turi būti įgiję kvalifikaciją pagal švietimo programų 6-ąjį lygmenį. Kai kuriais atvejais ne mažesnė kaip 3 metų atitinkamo darbo patirtis gali pakeisti formalųjį mokymą. Technikai ir jiems prilyginami darbuotojai priskiriami trečiai profesijų grupei – technikai ir jaunesnieji specialistai (LPK, 2012).

Kiti aptarnaujantys darbuotojai – kvalifikuoti ir nekvalifikuoti meistrai, sekretoriato ir kanceliarijos darbuotojai, dalyvaujantys MTEP projektuose.

Tarnautojai registruoja, tvarko, saugo, apdoroja ir suranda informaciją, taip pat atlieka įvairias raštinės tarnautojo pareigas, susijusias su piniginių lėšų operacijomis, kelionių organizavimu, informacijos prašymais ir susitikimais. Kompetentingam daugelio šios pagrindinės grupės profesijų darbui reikia įgū-

⁵ ISCO trečiojo kvalifikacijos lygmens profesijoms būdinga veikla apima sudėtingas technines ir praktines užduotis, reikalaujančias išsamių techninių ir procedūrinių žinių tam tikrose specializuotose srityse. Šio kvalifikacijos lygmens profesijoms reikalingi aukšto lygio rašymo, skaičiavimo ir bendravimo įgūdžiai. Jie gali apimti gebėjimą suprasti sudėtingą rašytinę informaciją, rengti ataskaitas, bendrauti žodžiu sudėtingomis aplinkybėmis. Trečiajam kvalifikacijos lygmeniui priskiriamos žinios ir įgūdžiai dažniausiai įgyjami baigus vidurinį mokymą ir 1–3 metų trukmės aukštosios mokyklos studijas (ISCED 1995: 5b lygmuo; ISCED 2011: 5 lygmuo).

džių, priskiriamų antrajam ISCO kvalifikacijos lygmeniui⁶.

Personalo priskyrimo MTEP personalui identifikuoti rekomenduojama taikyti šiuos požymius:

MTEP personalas	Požymiai			
	Vaidmuo MTEP projekte	Atliekamos pareigos įmonėje, profesija pagal LPK, 2012	Turima kvalifikacija pagal ISCED, 2011	Skaitlingumas vykdant MTEP
<i>Tyrėjai – MTEP vadovai</i>	MTEP valdymas	1-os profesijų grupės pogrupis Nr. 1223	6-asis lygmuo (ne žemesnis kaip bakalauro ar jam prilygstantis) Pageidautina – turintis mokslo laipsnį ar 3 m. darbo MTEP projekte patirtis atitinkamoje srityje	Bent vienas
<i>Tyrėjai</i>	MTEP darbai	2 profesijų grupė	6-asis lygmuo (ne žemesnis kaip bakalauro ar jam prilygstantis) arba 3 metų patirtis atitinkamoje srityje	Didžioji dauguma – $\frac{3}{4}$ priskirto personalo (skaičiuojant viso etato ekvivalentais)
<i>Technikai ir jiems prilygintinas personalas</i>	Techniniai darbai, susiję su MTEP	3 profesijų grupė	6-asis lygmuo (ne žemesnis kaip bakalauro ar jam prilygstantis) arba 3 m. patirtis atitinkamoje srityje	
<i>Kiti aptarnaujantys darbuotojai</i>	Pagalbiniai darbai, susiję su MTEP	4, 6, ar 8 profesijų grupė	2-asis, 3-asis, 4-asis lygmuo (bendrasis – vidurinis – profesinis, turint vidurinį išsilavinimą) arba 3 m. patirtis atitinkamoje srityje	
	<i>Informacijos šaltinis: projekto veiklų aprašymas / vadovo paskyrimas atlikti atitinkamus darbus / projekto ataskaita</i>	<i>Informacijos šaltinis: darbo sutartis / pareiginė instrukcija</i>	<i>Informacijos šaltinis: išsilavinimą ir patirtį patvirtinanti informacija, CV</i>	<i>Informacijos šaltinis: projekto veiklų aprašymas / vadovo paskyrimas atlikti atitinkamus darbus / projekto ataskaita</i>

• TAIKOMI METODAI – NAUJŲ ŽINIŲ GENERAVIMAS IR NAUDOJIMAS MTEP VEIKLOSE

MT metu, vykdant eksperimentinius ir (arba) teorinius pažinimo darbus, siekiama visų pirma įgyti naujų žinių apie reiškinių esmę ir (arba) stebimą tikrovę. Todėl žinioms gauti turi būti taikomi praktinių arba pažintinių rezultatų gavimo būdai (tyrimų metodai), naudojant įvairias priemones. MT veiklų aprašymas turi atskleisti tyrimų metodologiją, realizuojančią bendriausius pažinimo principus bei mokslinio pažinimo procesą, metodus ir konkrečių tyrimų metodiką. Kiekviena mokslo sritis, o tuo labiau kryptis, turi savitus tyrimo metodus, nors yra ir bendrų tyrimo metodų (pavyzdžiui, eksperimentas, matematinė

⁶ Žinios ir įgūdžiai, reikalingi kompetentingai atlikti antrojo lygmens profesijų užduotims, paprastai įgyjami baigus pagrindinį mokymą (ISCED, 2011: 2 lygmuo). Kai kurioms profesijoms reikalingas vidurinis mokymas (ISCED, 2011: 3 lygmuo), į kurį gali įeiti specializuotas profesinis mokymas ar praktinis mokymas darbo vietoje. Po vidurinės mokyklos kurso gali būti baigiamas tam tikras profesinis mokymas (ISCED, 2011: 4 lygmuo). Kai kuriais atvejais ne mažesnė kaip 3 metų patirtis ir mokymas darbo vietoje gali pakeisti formalųjį mokymą.

statistika, teorinės analizės, apibendrinimo ir kt.).

Nežiūrint tyrimų metodų įvairovės, galima išskirti šiuos dažniausiai praktikoje taikomus naujų žinių paieškos metodus:

- Literatūros šaltinių analizė – neatsiejama mokslinio darbo dalis, kuri tęsiasi per visą mokslinio tyrimo procesą, nors prasideda dar prieš konkrečios temos pasirinkimą. Ji gali būti pagalbinė mokslinio tyrimo priemonė, pavyzdžiui, eksperimentiniame tyrime. Tačiau kai kuriais atvejais tai gali tapti savarankišku tyrimo metodu, pavyzdžiui, rašant referato pobūdžio darbą.
- Stebėjimas – tai empirinis tyrimas, kai, specialiai nemanipuliuojant kintamaisiais, užrašomos ar kaip nors kitaip fiksuojamos visos dominančių kintamųjų reikšmės. Tai kryptingai organizuotas aplinkos daiktų ir reiškinių suvokimas. Metodas dažnai taikomas, kai reikia preliminariai patikrinti kokios nors neseniai iškeltos teorijos teiginius ar gauti naujų žinių apie reiškinį.
- Eksperimentas – tai empirinis tyrimas, tiriamojo reiškinio stebėjimas tiksliai apskaičiuotomis sąlygomis, leidžiančiomis stebėti reiškinio savybes, eigą ir, pakartojus tas sąlygas, jį vėl atkurti turint tikslą – atrasti nežinomų savybių, patvirtinti ar paneigti hipotezes, ankstesnių bandymų rezultatus. Pagrindinis tyrimo bruožas yra tas, kad tyrėjas apgalvotai kontroliuoja ir manipuliuoja sąlygomis, kurios lemia dominančius įvykius, t. y. tyrėjas manipuliuoja pasirinktą nepriklausomą kintamąjį, sukeldamas įvairias priklausomo kintamojo variacijas. Modeliavimas gali būti eksperimento dedamoji. Tai – tiriamojo objekto savybių pakartojimas kitame objekte (modelyje) norint geriau pažinti tiriamąjį objektą. Modeliuojama tada, kai neįmanoma objekto ištirti tiesiogiai arba jį tirti dėl kokių nors priežasčių sudėtinga. Modelis turi būti panašus į tiriamąjį objektą fizinėmis arba funkcinėmis savybėmis. Šiuo požiūriu modeliavimas susijęs su analogijos metodu. Socialiniuose moksluose taikomi idealieji (teoriniai, matematiniai) modeliai.
- Apklausa – tai empirinių tyrimų metodas, kai respondentai iš esmės tuo pačiu (arba artimu jam) metu atsakinėja į raštu (anketoje) ar žodžiu pateiktus klausimus. Šis metodas dažniausiai taikomas, kai tyrimo dalyko arba atskirų jo charakteristikų neįmanoma pažinti bei ištirti kitais empirinio tyrimo metodais arba kai tyrimo dalykas yra visuomeninės arba individualios sąmonės elementai – poreikiai, interesai, motyvacija, nuotaikos, vertybės, įsitikinimai ir t. t. Interviu yra viena iš apklausos rūšių. Interviu apibrėžiamas kaip tyrėjo inicijuotas dviejų asmenų pokalbis, kurio tikslas – gauti būtiną tyrimo uždaviniams informaciją. Pavyzdžiui, informaciją apie įvairius proceso ypatumus, ypač naujus, mažai tyrinėtus, apie kurių struktūrą bei ryšius su kitais reiškiniais dar mažai žinoma. Dažniausiai interviu papildo stebėjimo ir apklausos metodais gautus duomenis. Dažniausiai praktikoje yra taikomi struktūrizuotas interviu (klausimai ir visa procedūra numato-

mi iš anksto, interviu eigoje mažai kas keičiama; šiuo atveju situacija esti apibrėžta) ir nestruk-
tūrizuotas interviu (be detalaus plano, klausinėjama laisva forma; situacija atvira, galinti keistis).

MT procesą santykinai galima būtų suskirstyti į keturis pagrindinius etapus:

1. Pasiruošimas tyrimui. Šis etapas susijęs su tyrimo planavimu ir tyrimo aktualumo ir poreikio pagrindimu. Jame išskirtinas literatūros studijavimas, temos formulavimas, tyrimo problemos (tiriamąjį klausimą) aptarimas, tyrimo objekto apibūdinimas, hipotezės formulavimas; tyrimo tikslo ir uždavinių nusakymas.
2. Tyrimo proceso organizavimas. Šiame etape vyksta tyrimo metodų ir procedūrų aptarimas ir jų pasirinkimas.
3. Empirinių duomenų rinkimas. Šiame etape renkami duomenys, kurie turi patvirtinti arba paneigti tyrimo hipotezę.
4. Tyrimo duomenų apdorojimas. Skirtinas:
 - a. statistinis gautų duomenų apdorojimas, jeigu tyrime buvo taikyti kiekybiniai tyrimo metodai arba panaudotos skaitmeninės kokybinių tyrimų rezultatų reikšmės;
 - b. teorinis duomenų apdorojimas;
 - c. gautų rezultatų praktinis pritaikymas (siūlomi būdai arba konkrečios rekomendacijos, tačiau tik tais atvejais, kai tyrimo rezultatai leidžia tai padaryti).

Įvardyti tyrimo proceso etapai nėra griežtai reglamentuojami. MT praktikoje vieni iš jų gali būti labiau išplėsti ir būti svarbūs, kiti – mažiau reikšmingi. Tyrimo procesas gali būti papildytas naujų elementų arba kai kurių jo etapų atsisakyta.

MT veiklose naudojamoms naujoms žinioms identifikuoti rekomenduojama taikyti šiuos požymius:

Tyrimų rūšis	Požymiai		
	MT procesas apima pagrindines tyrimų etapų dedamąsias Taip / ne	Taikomas bent vienas žinių paieškos metodas Taip / ne	Taikomi žinių paieškos metodai yra būdingi planuojamų vykdyti MT mokslo sričiai / kryptims
<i>Fundamentiniai tyrimai</i>	1. Pasiruošimas tyrimui; 2. Tyrimo proceso organizavimas; 3. Empirinių duomenų rinkimas; 4. Tyrimo duomenų apdorojimas.	Literatūros šaltinių analizė ir (ar) stebėjimas, ir (ar) eksperimentas, ir (ar) apklausa.	Taip / ne
<i>Taikomieji tyrimai</i>	1. Pasiruošimas tyrimui; 2. Tyrimo proceso organizavimas; 3. Empirinių duomenų rinkimas; 4. Tyrimo duomenų apdorojimas.	Literatūros šaltinių analizė ir (ar) stebėjimas, ir (ar) eksperimentas, ir (ar) apklausa.	Taip / ne
	<i>Informacijos šaltinis: projekto veiklų aprašymas / projekto ataskaita</i>	<i>Informacijos šaltinis: projekto veiklų aprašymas / projekto ataskaita</i>	<i>Informacijos šaltinis: MT vykdymo praktika (viešieji informacijos šaltiniai)</i>

EP metu naujos, jau turimos po anksčiau vykdytų MT veiklų, įgytos iš išorės ir (ar) ankstesnės praktinės patirties metu įgytos žinios panaudojamos specifiniams praktiniams tikslams pasiekti arba uždaviniams spręsti – kurti naujas medžiagas, produktus ir įrenginius, diegti naujus procesus, sistemas ir paslaugas arba iš esmės tobulinti jau sukurtus ar įdiegtus, taip pat kurti, diegti arba iš esmės tobulinti MT ir praktine patirtimi sukauptu pažinimu grindžiamus žmogaus, kultūros ir visuomenės problemų sprendinius.

EP veiklose naudojamoms naujoms žinioms identifikuoti rekomenduojama taikyti šiuos požymius:

Tyrimų rūšis	Požymiai	
	Naudojamos naujos žinios * Taip / ne	Naujos žinios naudojamos praktiniams tikslams pasiekti arba uždaviniams spręsti Taip / ne
Eksperimentinė plėtra	Gautos vykdant MT veiklas anksčiau, įgytos iš išorės, įgytos ankstesnės praktinės patirties metu.	1. Žinios naudojamos siekiant: kurti naujas medžiagas, produktus ir įrenginius, diegti naujus procesus, sistemas ir paslaugas, iš esmės tobulinti jau sukurtus produktus ar įdiegtus procesus, sistemas ir paslaugas, kurti, diegti arba iš esmės tobulinti žmogaus, kultūros ir visuomenės problemų sprendinius. 2. Gaunamos papildomos žinios.
	<i>Informacijos šaltinis: projekto veiklų aprašymas / projekto ataskaita.</i>	<i>Informacijos šaltinis: projekto veiklų aprašymas / projekto ataskaita.</i>

*Naudojamos žinios atitinka MTEP naujumo elemento identifikavimo požymius būdingus fundamentiniams ar taikomiesiems tyrimams.

4.2.3. NEAPIBRĖŽTUMAS

MTEP būdingas neapibrėžtumas, turintis daug aspektų. Pradėjus įgyvendinti MTEP projektą, sunku tiksliai apibrėžti rezultatus ir kaštus (įskaitant veiklai skirtą laiką), reikalingus siekiant nustatytų tikslų.

Kalbant apie fundamentinius tyrimus, kurių tikslas – išplėsti formaliųjų žinių ribas, yra pripažįstama, jog yra galimybė nepasiekti norimų rezultatų. Kalbant apie MTEP apskritai, dažnai nėra aišku, kiek tiksliai lėšų ar laiko prireiks norimiems rezultatams pasiekti ir ar iš viso yra įmanoma pasiekti išsikeltus tikslus.

Pavyzdžiui, neapibrėžtumas yra pagrindinis kriterijus siekiant atskirti EP prototipavimo veiklą (modelių, skirtų išbandyti technines koncepcijas ir technologijas, turinčias aukštą taikymo nesėkmės riziką) nuo ne EP prototipavimo veiklos (bandomosios partijos vienety, skirtų atlikti techninį arba teisinį sertifikavimą).

MTEP veiklų neapibrėžtumą indikuoja MTEP projekto trijų dimensijų rizika: (i) rezultatų rizika; (ii) kaštų rizika; (iii) laiko (terminų) rizika.

Tyrimų rūšis	Požymiai			
	Egzistuoja pakankamai didelė tikimybė, kad vykdant veiklas nepavyks gauti naujų žinių, reikalingų įvardyti problemai spręsti	Egzistuoja pakankamai didelė tikimybė, kad vykdant veiklas nepavyks gauti pakankamos kokybės (kiekybės) naujų žinių, reikalingų sukurti naujus produktus ar iš esmės juos patobulinti	Egzistuoja pakankamai didelė tikimybė, kad planuotų kokybinių ar kiekybinių rezultatų nebus įmanoma pasiekti planuojamais kaštais	Egzistuoja pakankamai didelė tikimybė, kad planuotų kokybinių ar kiekybinių rezultatų nebus įmanoma pasiekti per numatytą laikotarpį
Fundamentiniai tyrimai	Taip / ne		Taip / ne	Taip / ne
Taikomieji tyrimai	Taip / ne	Taip / ne	Taip / ne	Taip / ne
Eksperimentinė plėtra		Taip / ne	Taip / ne	Taip / ne
Informacijos šaltinis: literatūros šaltiniai (viešieji informacijos šaltiniai / projekto aprašymas / projekto ataskaita)				
Ekspertinis vertinimas (asmuo, gerai susipažinęs su visiems prieinamomis pagrindinėmis žiniomis konkrečioje srityje)				

4.2.4. SISTEMIŠKUMAS

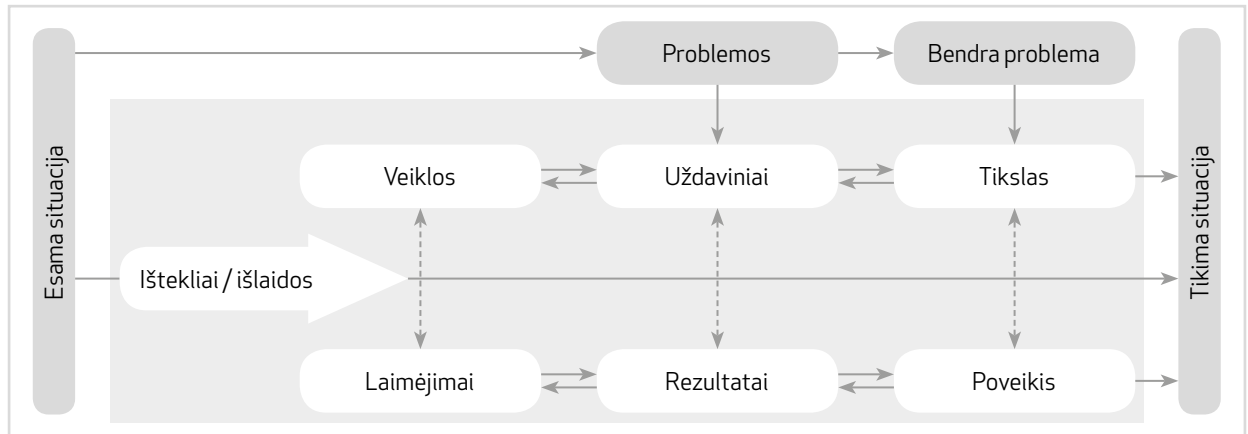
MTEP yra formali, sistemingai vykdoma veikla. Šiame kontekste žodis „sistemingas“ reiškia, kad MTEP veikla vykdoma pagal nustatytą planą, dokumentuojant informaciją apie proceso eigą ir rezultatus. Todėl yra būtina nustatyti MTEP projekto tikslus ir veiklų finansavimo šaltinius. Dokumentacija turi atitikti MTEP projektinę veiklą, kuri skirta specifiniams poreikiams tenkinti ir kuriai skirti atskiri žmogiškieji ir finansiniai ištekliai.

Nors tokia (formali) valdymo ir atskaitomybės struktūra yra būdingesnė didelės apimties projektams, ji gali būti taikoma ir mažesniems projektams (tačiau nebūtinai), kuriems užtenka vieno ar keleto darbuotojų arba konsultantų (su sąlyga, kad yra įtraukti tyrėjai), atsakingų už praktinės problemos konkretaus sprendimo parengimą.

MTEP projekto sistemiškumo vertinimui rekomenduojama taikyti loginę projektų rengimo matricą (4.2. pav.), kuri įgalina įvertinti projekto sistemiškumo egzistavimo faktą, tai yra projekte turi būti įvardyta (smulkiau žr. skyrių „MTEP dokumentavimo ir įforminimo metodinis pagrindas“):

- *Bendra problema* – nepakankamas verslo efektyvumas (plėtra);
- *Problemos* – mokslinis techninis neapibrėžtumas;
- *Tikslas* – verslo plėtra (pajamos);
- *Uždavinys* – išspręsti mokslinį techninį neapibrėžtumą;
- *Veiklos* – priemonių (darbų) kompleksas uždaviniams spręsti;
- *Ištekliai* – piniginės išlaidos ir darbo laiko sąnaudos;
- *Laimėjimai* – veiklų įgyvendinimo matavimai;
- *Rezultatai* – mokslinio techninio neapibrėžtumo sprendimo padarinys (MT – naujos žinios; EP – nauji ar patobulinti produktai, procesai, paslaugos);
- *Poveikis* – tikslo pasiekimo mastas, lemtas rezultatų: verslo plėtra (pajamos).

4.2 pav. MTEP projekto loginė matrica



4.2.5. GALIMYBĖ PERDUOTI IR (ARBA) ATKARTOTI

MTEP projektas turi sudaryti galimybes perduoti naujas ir (ar) papildomas žinias, užtikrinant jų panaudojimą ir galimybę kitiems tyrėjams atkartoti rezultatus vykdant savo MTEP veiklą. Tai apima ir MTEP veiklą, kurios metu gaunami neigiamai rezultatai (kai nepasitvirtina pradinė hipotezė arba nepavyksta pagaminti tokio produkto, koks buvo numatytas iš pradžių). Atsižvelgiant į tai, kad MTEP tikslas yra plėsti turimas žinias, rezultatai negali likti neišreikšti (pvz., likti tik tyrėjų mintyse), nes šie rezultatai ir su jais susijusios žinios gali būti prarasti.

Žinių kodifikacija ir sklaida yra įprastos universitetų ir mokslinių tyrimų institutų praktikos dalis, nors tokioms žinioms, kurios gaunamos vykdant užsakomuosius darbus arba veiklas, kurios yra bendradarbiavimo sutarčių dalis, gali būti taikomi apribojimai. Versle rezultatai gali būti saugomi numatant konfidencialumo įsipareigojimus arba taikant kitas intelektinės nuosavybės apsaugos priemones, tačiau tikimasi, kad procesas ir rezultatai bus dokumentuojami tam, kad jais galėtų pasinaudoti kiti tyrėjai.

Tyrimų rūšis	Požymiai		
	Procesas ir rezultatai dokumentuojami	Naujų žinių sklaida *	Naujų žinių pritaikymas / rezultatų tiražavimas
Fundamentiniai tyrimai	Taip / ne	Bus publikuojami mokslo straipsniai Taip / ne	Tikėtinas Taip / ne
Taikomieji tyrimai	Taip / ne	Gali būti ar bus publikuojami mokslo straipsniai ir (ar) patentuojama Taip / ne	Galimas, sprendžiant analogiškas (panašias) mokslines technines problemas Taip / ne
Eksperimentinė plėtra	Taip / ne	Gali būti ar bus patentuojama Taip / ne	Galimas, kuriant analogiškus (panašius) produktus Taip / ne
	<i>Informacijos šaltinis: projekto veiklų aprašymas / projekto ataskaita</i>	<i>Informacijos šaltinis: projekto veiklų aprašymas / projekto ataskaita</i>	<i>Informacijos šaltinis: MT vykdymo praktika (viešieji informacijos šaltiniai)</i>

*Požymis „Naujų žinių sklaida“ yra pagalbinis, nėra privalomas ir ne visais atvejais turi būti taikomas, bet jo buvimas akivaizdžiai patvirtina žinių perdavimo ir (arba) atkartojimo požymį.

4.2.6. FINANSAVIMO ŠALTINIAI

Vertinant veiklų ir išlaidų priskyrimą MTEP, reikia vengti dubliavimo siekiant pasinaudoti Lietuvos Respublikos pelno mokesčio įstatymo 171 straipsnyje numatyta MTEP lengvata ir deklaruojant išlaidas Lietuvos statistikos departamentui, jei tokių veiklų ir išlaidų tinkamumą MTEP pripažino kita institucija, administruojanti nacionalinių ar tarptautinių programų (pavyzdžiui, FP7, „Horizontas 2020“, ES struktūriniai fondai, EEE finansinis mechanizmas, Norvegijos EEE finansinis mechanizmas ir pan.) lėšas, skirtas MTEP projektams įgyvendinti.

Finansavimo šaltinių įtakos veiklų priskyrimo MTEP identifikavimui rekomenduojama taikyti šiuos požymius:

Tyrimų rūšis	Požymiai		
	Projektas visiškai ar iš dalies finansuojamas iš nacionalinių ar tarptautinių programų, skirtų MTEP projektams finansuoti	MTEP apima veiklas, kurios yra logiškas iš MTEP skirtų nacionalinių ar tarptautinių programų finansuotų projektų tęsinys	MTEP apima veiklas, kurių prielaida buvo MTEP skirtų nacionalinių ar tarptautinių programų finansuotų projektų rezultatai
Fundamentiniai tyrimai	Taip / ne Abiem atvejais verslo subjektai negali pasinaudoti Lietuvos Respublikos pelno mokesčio įstatymo 171 straipsnyje numatyta MTEP lengvata.	Jei „Taip“ – nevertinamas tik pagal kriterijų „Naujumo elementas“.	
Taikomieji tyrimai ir (ar) eksperimentinė plėtra	Jei „Taip“ – vertinamas tik projekto išlaidų kategorijų tapatumas Lietuvos Respublikos pelno mokesčio įstatymo 171 straipsnyje numatytos MTEP lengvatos nuostatomis.	Jei „Taip“ – nevertinamas tik pagal kriterijų „Naujumo elementas“.	Taip / ne Visais atvejais atliekamas išsamus vertinimas.
	<i>Informacijos šaltinis: projekto dokumentacija</i>	<i>Informacijos šaltinis: abiejų projektų dokumentacija</i>	<i>Informacijos šaltinis: abiejų projektų dokumentacija</i>

4.3. VEIKLŲ ATITIKIMO MTEP PARADIGMAI VERTINIMAS

Iš MTEP veiklų reikia eliminuoti veiklas, kurios nevykdomos MTEP tikslais, kuria materialinę bazę pajamoms generuoti, generuoja pajamas.

Pagal veikloms būdingus požymius galima išskirti šias MTEP nepriskirtinų veiklų grupes:

- Mokymas ir rengimas
 - Mokymas ir personalo parengimas nėra MTEP. Tačiau mokymo veikla gali būti priskiriama MTEP tuo atveju, kai ji apima savarankišką mokymąsi, konkrečiai skirtą MTEP projektui (knygų skaitymas, dalyvavimas konferencijose, seminaruose ir pan.). Jei perkate ekspertines žinias – tai jau MTEP.
- Kita susijusi mokslinė ir technologinė veikla:

- Mokslo ir techninės informacijos paslaugos: mokslinės ir techninės informacijos rinkimas, kodavimas, klasifikavimas ir skleidimas, analizė, vertimas, mokslinės ir technologinės literatūros vertimas ir redagavimas, statistiniai tyrimai ir perspektyvų rengimas, kokybės kontrolė, konsultavimo paslaugos. Tačiau kita susijusi mokslinė ir technologinė veikla gali būti priskiriama MTEP tuo atveju, kai ji vykdoma išskirtinai ar pirmiausia MTEP tikslais ir yra MTEP dalis, pavyzdžiui, pirminės ataskaitos apie MTEP metu gautus duomenis rengimas turėtų būti įtrauktas į MTEP veiklą.
- Rinkos tyrimai taip pat neturėtų būti įtraukti į MTEP. Rinkos tyrimai, kurie sudaro neatskiriama vykdomo MTEP projekto dalį ir kurių metu yra vykdomi kryptingi moksliniai, technologiniai ar panašūs tyrimai, turėtų būti priskiriami prie MTEP.
- Bandymai, testavimas ir standartizacija, įgyvendinimo tyrimai, t. y. siūlomų inžinerinių projektų tyrimas panaudojant egzistuojančias technologijas tam, kad būtų gauta papildoma informacija prieš nusprendžiant įdiegti. Atkreiptinas dėmesys, jog pačių MTEP projektų įgyvendinimo tyrimai yra MTEP dalis. Taip pat MTEP yra priskiriami išsamūs bandymai, kurių pagrindu yra atliekamas tolesnis projektavimas ir inžinerija. Jeigu pradinė gamybos fazė nelemia tolesnio projektavimo ir inžinerijos, ji neturėtų būti laikoma MTEP, kadangi pirminis tikslas jau yra ne tolesnis produktų tobulinimas, o gamybos proceso pradžia.
 Prototipo (-ų) projektavimas, konstravimas ir bandymas paprastai patenka į MTEP, tačiau iki tol, kol atliekami visi būtini prototipo (-ų) pakeitimai, bandymas užbaigtas sėkmingai, o galutinis MTEP tikslas yra pasiektas. Jeigu prototipas pradamas eksploatuoti vieneto komercinėje veikloje, tai nebelaikoma MTEP.
 Jeigu pagrindinis tikslas yra toliau techniškai tobulinti produktą ar procesą, tai šis darbas atitinka MTEP apibrėžtį. Kita vertus, jeigu produktas, procesas ar metodas yra iš esmės parengtas, o pagrindinis tikslas yra plėtoti rinkas, atlikti ikigamybinį planavimą ar pasiekti, kad gamybos ar kontrolės sistema funkcionuotų sklandžiai, toks darbas nebelaikomas MTEP.
- Specializuota sveikatos priežiūra. Pavyzdžiui: medicinos srityje įprastas skrodimas, norint nustatyti mirties priežastį, yra medicinos praktika, o ne MTEP. O mirties priežasčių tyrimai, siekiant nustatyti šalutinį tam tikro vėžio gydymo būdo poveikį, yra MTEP.
- Įprastinė programinės įrangos plėtra, visa administracinė ir teisinė veikla, susijusi su patentais ir licencijomis. Pažymėtina, kad patentinė veikla, tiesiogiai susijusi su MTEP, yra MTEP. Įprastinė programinės įrangos kūrimo veikla apima darbą su sisteminiiais specifiniais arba

programiniais specifiniais pasikeitimais, kurie buvo viešai prieinami prieš pradėdant darbą. Techninės problemos, kurios buvo išspręstos ankstesniuose projektuose, tose pačiose operacinėse sistemose ir kompiuterių architektūroje, taip pat įprasta kompiuterių priežiūra irgi nelaikoma MTEP.

Kad programinės įrangos kūrimo projektas būtų laikomas MTEP, jis turi būti užbaigiamas priklausomai nuo mokslinės ir (ar) technologinės pažangos, o projekto tikslu turi būti laikomas sistemingas mokslinės ir (arba) technologinės problemos sprendimas. Esamos programos ar sistemos atnaujinimas, papildymas ar pakeitimas gali būti laikomas MTEP, jeigu skatina mokslinę ir (arba) technologinę pažangą, pasireiškiančią žinių gausėjimu. Mokslinė ir (arba) technologinė pažanga programinėje įrangoje gali būti pasiekta net jeigu projektas nėra baigtas, kadangi nesėkmė gali suteikti kompiuterinės programinės įrangos kūrėjams žinių, pavyzdžiui, kad tam tikras būdas yra nesėkmingas.

Daugeliu atvejų MTEP pasireiškia programine įranga, kuri yra naujoviška ne techninėmis, o savo funkcinėmis galimybėmis. Naujos taikomosios programinės įrangos kūrimas, esminis operacinių sistemų patobulinimas priklauso MTEP sričiai.

3. Kita pramoninė veikla:

- Inovacinė veikla (žr. Oslo vadovą): visi kiti tolesni moksliniai, techniniai, komerciniai ir finansiniai veiklos etapai, būtini naujų arba patobulintų gaminių ar paslaugų įdiegimui bei naujų ar patobulintų procesų komerciniam panaudojimui. Ši veikla apima technologijos įsigijimą, įrengimą ir pramonės inžineriją, niekur kitur nepriskirtą pramoninį projektavimą, kito turto įsigijimą, gamybos paleidimą ir naujų bei patobulintų gaminių rinkodarą;
- Gamyba ar paslaugų teikimas ir su tuo susijusi techninė veikla. Tokia gamybos ir su ja susijusi techninė veikla apima pramoninę gamybą ir jos ikigamybinę stadiją, prekių ir paslaugų paskirstymą, įvairias giminingas technines paslaugas verslo įmonių sektoriuje ir ekonomikoje apskritai, kartu su gimininga veikla naudojant socialinių mokslų dalykus, pavyzdžiui, rinkos tyrimus. Pavyzdžiui, prekių dekoravimo, etikečių sukūrimo, dizaino ir panaši veikla, susijusi su prekių įvedimu į rinką, nelaikoma MTEP.

4. Administravimas ir kita pagalbinė veikla

- Administravimas ir kita pagalbinė veikla, kuri nėra vykdoma vien tik MTEP tikslams. Administravimo ir biuro veikla, vykdoma ne vien tik MTEP, pavyzdžiui, centrinių finansų ir personalo departamentų, sandėliavimo, valymo, remonto, techninės priežiūros ir apsaugos veikla nelaikoma MTEP.

Veiklų atitikimo MTEP paradigmai identifikuoti rekomenduojama taikyti šiuos požymius:

TEP veikla	Požymiai					
	Yra tiesiogiai įvardytos prie MTEP nepriskirtinų veiklų (grupės aprašyme)	Nėra tiesiogiai įvardytos prie MTEP nepriskirtinų veiklų (grupės aprašyme)				
		Neprisideda prie kitų MTEP veiklų plėtojimo	Nekuria tiesioginių paskatų (pačių žinių ar bazės žinių generavimui) naujų žinių atsiradimui	Prisideda prie paslaugų ar gamybos materialinės bazės kūrimo, tobulinimo ar proceso derinimo	Vykdoma rinkodaros tikslais	Generuoja pajamas
Atskira MTEP veikla ar subveikla	Taip / ne	Taip / ne	Taip / ne	Taip / ne	Taip / ne	Taip / ne
<i>Informacijos šaltinis: projekto dokumentacija</i>						

Konkreči veikla, įvertinta bent vienu „Taip“, vertinama veikla turėtų būti eliminuota iš MTEP veiklų.

4.4. MTEP VEIKLŲ PRIEŽASTINGUMO VERTINIMAS

Vykdamas MTEP veiklas, atskirų MTEP etapų trukmė ir darbų apimtis yra nevienodos ir priklauso nuo konkretaus kuriamo produkto (paslaugos, proceso, technologijos ar kt.), taip pat nuo MTEP veiklos masto, nuo MTEP veiklos vykdytojo veiklos srities ir verslo subjekto dydžio ir kitų aplinkybių. Tam tikrais atvejais (ypač socialinių ir humanitarinių mokslų ir meno srityse) kai kurie MTEP etapai (vienas ar keli) gali būti eliminuoti. Nepaisant to, MTEP veiklų priežastingumo vertinime galima naudoti tipinius MTEP etapų apibūdinimus.

MTEP etapai iš esmės įgalina konstruoti MTEP veiklų generuojamą pridėtinės vertės grandinę sprendžiant atitinkamas problemas, sietinas su moksliniu techniniu neapibrėžtumu. MTEP veiklų etapų pagrindą pridėtinės vertės grandinėje nulemia šios loginės sekos:

- Problema → uždavinys → veikla → rezultatas → (ne) išspręsta problema;
- Veikla (a) → rezultatas (a) → veikla (b) → rezultatas (a+bc).

Projektuojant ir modeliuojant MTEP veiklas, rekomenduojama taikyti MTEP etapų apibūdinimus, įvardytus Rekomenduojamame mokslinių tyrimų ir eksperimentinės plėtros etapų klasifikacijos apraše, patvirtintame Lietuvos Respublikos Vyriausybės 2012 m. birželio 6 d. nutarimu Nr. 650. Vadovaujantis aprašu, galima išskirti tipinius MTEP veiklų etapus nuo žinių įgijimo iki produkto sukūrimo:

1. MTEP tipas: fundamentiniai tyrimai
 - 1 etapas. Fundamentinių žinių įgijimas. Pirminis mokslinių tyrimų ir eksperimentinės plėtros etapas. Šiuo etapu baigiama fundamentinių mokslinių tyrimų fazė ir pradedama taikomųjų mokslinių tyrimų ir (ar) eksperimentinės plėtros fazė.
2. MTEP tipas: taikomieji moksliniai tyrimai
 - 2 etapas. Žinių taikymo koncepcijos formulavimas. Koncepcija formuluojama teoriniu lygme-

niu, grindžiama mokslinių tyrimų rezultatų analize. Nėra konkrečių koncepcijos įgyvendinimą pagrindžiančių įrodymų.

3 etapas. Koncepcijos įgyvendinimo įrodymas (patvirtinimas). Vykdomi teoriniai ir eksperimentiniai taikomieji moksliniai tyrimai ir jų rezultatais įrodomos (patvirtamos) prielaidos dėl atskirų produkto elementų.

4 etapas. Maketo (modelio), meno objekto projekto kūrimas ir testavimas. Veikla apima skirtingų (ir esminių) būsimo produkto sudedamųjų dalių integraciją, siekiant patvirtinti jų sisteminių veikimą laboratorinėmis sąlygomis. Maketas (modelis), meno objekto projektas dar labai tolimas nuo numanomo galutinio produkto. Maketo (modelio), meno objekto projekto testavimas paprastai parodo, kad reikia papildomų taikomųjų mokslinių tyrimų. Šiame etape gali atsirasti eksperimentinės plėtros elementų.

5 etapas. Maketo (modelio) patikrinimas imituojant realias sąlygas, meno objekto projekto pristatymas visuomenei. Šio lygio maketas (modelis) labai priartėjęs prie galutinio produkto. Į maketą (modelį) integruota daugiau sudedamųjų dalių. Siekiant patvirtinti faktinį veikimą, jis išbandomas laboratorinėmis arba kitomis bandymo sąlygomis imituojant realią aplinką ar stebimas tam tikroje socialinėje aplinkoje; meno objekto projektas pateikiamas ir derinamas su suinteresuotais asmenimis jo įgyvendinimui ir įgyvendinimo tikslingumui nustatyti. Šiame etape gali atsirasti eksperimentinės plėtros elementų.

3. MTEP tipas: eksperimentinė plėtra

6 etapas. Prototipo (bandomosios versijos) kūrimas. Kuriamas konkretus produkto prototipas daug pažangesnis, nei nurodyta 5 MTEP etape. Jam suteikta reikiama konfigūracija, turinys, išvaizda ar kitos savybės; jo veikimą patvirtina laboratorinės arba kitos bandymo sąlygos (tam tikroje socialinėje aplinkoje). Šiame etape gali kilti poreikis atlikti papildomus taikomuosius mokslinius tyrimus. Tokio poreikio tikimybė mažėja vėlesniuose etapuose.

7 etapas. Prototipo (bandomosios versijos) demonstravimas. Labai artimas galutiniam produktui prototipas (bandomoji versija) išbandomas ir demonstruojamas realioje veikimo aplinkoje. Šiame etape gali kilti poreikis atlikti papildomus taikomuosius mokslinius tyrimus. Tokio poreikio tikimybė mažėja vėlesniuose etapuose.

8 etapas. Bandomosios partijos gamyba (versijos galutinis išbandymas). Parengiama įranga, sukaupti ištekliai galutinio produkto bandomosios partijos gamybai. Pagaminama bandomoji produkto partija.

9 etapas. Sukurto naujo produkto įvertinimas (bandomieji sukurto naujo produkto pavyzdžiai,

įvertinti vartotojo ir (arba) užsakovo). Įvertinama produkto kokybė ir išėiga. Produktas pristatomas potencialiems vartotojams.

Pastaba: ypatingas dėmesys 7–9 MTEP etapuose turi būti kreipiamas į tai, kad nebūtų pažeista takoskyra tarp MTEP ir kitų mokslinių, technologinių, pramoninių ir komercinių veiklų (detaliau 4.3 skyriuje). Praktikoje labai dažnai pažeidžiama takoskyra, kai atliekama prototipo ar bandomosios partijos gamyba, bandymas ir demonstravimas.

Demonstravimas ir testavimas MTEP veiklų kontekste apima visas pastangas, kurių reikia siekiant įvertinti naują gaminį, paslaugą ar procesą kuo realesnėje aplinkoje, kad būtų galima įvertinti kuriamų produktų, paslaugų ar procesų charakteristikas, jei bandymo ir demonstravimo pagrindinis tikslas yra toliau techniškai tobulinti produktą ar procesą.

Testavimas – procesas, per kurį siekiama rasti kuriamo produkto ar proceso klaidas ir įrodyti, kad kuriamas produktas ar procesas tenkina reikalaujamą kokybę. Testavimo metu siekiama rasti klaidas testuojamame objekte. Testavimo objektu gali būti – modulis, sistema, prietaisas, mechanizmas, dokumentacija. Testuojant tikrinama, ar testuojamas objektas daro tai, ką jis turi daryti, ir nedaro to, ko neturi daryti.

Testavimas apima kitus du procesus – verifikavimą ir validavimą. Verifikavimas – tai veikla, kuria siekiama įsitikinti, kad tam tikra funkcija vykdoma korektiškai (atsako į klausimą, ar teisingai veikia kuriamas produktas, procesas, paslauga). Validavimas – veikla, kuria siekiama įsitikinti, kad funkcija atitinka reikalavimus (atsako į klausimą, ar kuriamas teisingas produktas, procesas, paslauga).

Kita vertus, jeigu produktas, procesas ar metodas yra iš esmės parengtas, o pagrindinis tikslas yra plėtoti rinkas, atlikti ikigamybinį planavimą ar pasiekti, kad gamybos ar kontrolės sistema funkcionuotų sklandžiai, toks darbas nebelaikomas MTEP. Be to, MTEP nelaikoma ir inovacinė veikla – kai sumontuojama ir suderinama įranga, sutelkiami ištekliai masinei produkto (gaminio, sistemos, naujos medžiagos, įrenginio) gamybai, produktas pristatomas potencialiems vartotojams, visuomenė (potencialūs vartotojai) informuojama apie naujos paslaugos (technologijos, proceso ar žmogaus, kultūros ar visuomenės problemų sprendinio) sukūrimą ar kuriamas meno objektas.

MTEP veiklų priežastingumo ir vietos naujų žinių formavimo taikymo pridėtinės vertės kūrimo grandinėje vertinimui rekomenduojama taikyti šiuos požymius:

MTEP etapai	Požymiai	
	Ar etapo veiklos prisideda prie konkretaus uždavinio (problemos) sprendimo? Problema → uždavinys → veikla → rezultatas → (ne) išspręsta problema	Ar etapo veiklos naudoja ankstesnių etapų rezultatus ir ar kuriama pridėtinė vertė rezultatams? Veikla (a) → rezultatas (a) → veikla (b) → rezultatas (a+b→c)
2	Taip / ne	Taip / ne
3	Taip / ne	Taip / ne
4	Taip / ne	Taip / ne
5	Taip / ne	Taip / ne
6	Taip / ne	Taip / ne
7	Taip / ne	Taip / ne
8	Taip / ne	Taip / ne
9	Taip / ne	Taip / ne
	<i>Informacijos šaltinis: projekto dokumentacija / ataskaita</i>	<i>Informacijos šaltinis: projekto dokumentacija / ataskaita</i>

Konkreči veikla, įvertinta bent vienu „Ne“, turi būti eliminuota iš MTEP veiklų, jei ji ar jos generuojami rezultatai nekuria pridėtinės vertės MTEP veiklų komplekse.

4.5. MTEP VEIKLŲ KAŠTŲ VERTINIMAS

MTEP veiklų išlaidų vertinimui rekomenduojama taikyti šiuos požymius:

Požymiai	Patenka į Lietuvos Respublikos pelno mokesčio įstatymo 17 ¹ straipsnyje numatytas MTEP lengvatos nuostatose įvardytas išlaidų kategorijas.	Taip / ne
	Aiškiai susietos su MTEP veiklomis.	Taip / ne
	Būtinoms MTEP veiklų plėtojimui.	Taip / ne
	Patirtos remiantis rinkos kainomis.	Taip / ne
	Yra dokumentuotos.	Taip / ne
	Yra realios, t. y. faktiškai patirtos projekto vykdytojo tiesiogiai, o ne per tarpininkus.	Taip / ne
	Patirtos tik po oficialaus ūkio subjekto vadovo nurodymo pradėti MTEP veiklas. Oficialų nurodymą (įsakymą, potvarkį, pan.) gali pakeisti kitas vadovo (jo įgalioto asmens) sprendimas arba veiksmai, ar veiksmų visuma, kurie patvirtintų, kad projektas faktiškai prasidėjo.	Taip / ne
	Nėra patirtos, kai prekės įsigytos iš asmenų, su kuriais pasirašyta jungtinės veiklos sutartis dėl MTEP veiklų vykdymo tame pačiame MTEP projekte.	Taip / ne
	Nebuvo finansuotos (apmokėtos) iš Lietuvos Respublikos valstybės biudžeto ir savivaldybių biudžetų, kitų piniginių išteklių, kuriais disponuoja valstybė ir (arba) savivaldybės, ES fondų, ES finansinės paramos priemonių, kitų Bendrijos finansinių priemonių ar kitos tarptautinės paramos lėšų.	Taip / ne
	Neapima pirkimo ir sumokėto importo pridėtinės vertės mokesčio sumų, kurios gali būti atskaitomos pagal Lietuvos Respublikos pridėtinės vertės mokesčio įstatymo (Žin., 2002, Nr. 35-1271) nuostatas.	Taip / ne
<i>Informacijos šaltinis: projekto dokumentacija, finansinės atskaitomybės dokumentai</i>		

4.6. MTEP VEIKLŲ PAVYZDŽIAI KKI (AUDIOVIZUALINIAME) SEKTORIUJE

Projektuojant ir modeliuojant MTEP veiklas KKI (audiovizualiniame) sektoriuje, rekomenduojama taikyti MTEP etapų apibūdinimus, įvardytus Rekomenduojamame mokslinių tyrimų ir eksperimentinės plėtros etapų klasifikacijos apraše, patvirtintame Lietuvos Respublikos Vyriausybės 2012 m. birželio 6 d. nutarimu Nr. 650.

Vykdamas MTEP veiklas KKI (audiovizualiniame) sektoriuje, atskirų MTEP etapų trukmė ir darbų apimtis nevienodos ir priklauso nuo konkretaus kuriamo produkto (paslaugos, proceso, technologijos ar kt.), taip pat nuo MTEP veiklos masto, nuo MTEP veiklos vykdytojo veiklos sritys ir verslo subjekto dydžio ir kitų aplinkybių. KKI (audiovizualiniame) sektoriuje ypač dažnai kai kurie MTEP etapai (vienas ar keli) gali būti eliminuoti. Nors siekiant iliustruoti MTEP veiklų vykdymą KKI (audiovizualiniame) sektoriuje, galima pateikti šiuos tipinius pavyzdžius:

1 pavyzdys. MTEP etapai kino sektoriuje

TPL	MTEP veiklos iliustracija
1. Fundamentiniai tyrimai	<ul style="list-style-type: none"> Sukurta transformacijos teorija, kuri galėtų padėti suprasti ir įsisąmoninti vaizdinius ne kaip tarpusavyje susijusių objektų visumą, bet kaip seką transformacinių veiksmų individo socialinio potencialo formavimui internacionalizacijos kontekste.
2. Žinių taikymas, koncepcijos formulavimas	<ul style="list-style-type: none"> Formuluojama dramaturgijos, muzikologijos, medijų, psichologijos fundamentinių mokslų žinių taikymo koncepcija, siekiant sukurti naują paveikumo modelį – filmą, skirtą formuoti atitinkamų visuomenės grupių emocinį potencialą, orientuotą į
3. Koncepcijos įgyvendinimo įrodymas (patvirtinimas)	<ul style="list-style-type: none"> Formuluojama teoriniu lygmeniu, grindžiama mokslinių tyrimų rezultatų analize ir hipotezėmis. Vykdomi tyrimai modeliuojant žinias apie dramaturgiją (kūrinius), audiovizualinį paveikumą, kino sisteminius ir funkcinius raiškos ir paveikumo požymius, naujų audiovizualinės raiškos formų ir algoritmų, interaktyviųjų medijų ypatybes ir taikymo formas, technologinių galimybių (žinių) panaudojimo galimybes, prognozuojant ir formuojant statistiškai tikėtiną neuropsichologinį ir emocinį paveikumą individui. Modeliavimo metu patvirtinamas naujos paveikumo modelio (filmo) sukūrimo koncepcijos (scenarijaus) meninis ir technologinis įgyvendinimas.
4. Maketo (modelio), meno objekto projekto kūrimas ir testavimas	<ul style="list-style-type: none"> Filmo scenarijaus modeliavimas ir komponavimas. Teksto (kūrinio) turinio ir raiškos formų modeliavimas ir dermės tyrimai. Vizualizacijos modeliavimas ir paveikumo tyrimai. Audiovizualinių raiškos formų ir technologijų integralumo ir papildymo tyrimai.
5. Maketo (modelio) patikrinimas imituoju realias sąlygas	<ul style="list-style-type: none"> Filmo epizodų (scenų) filmavimas ir paveikumo bandymai siekiant patvirtinti taikomų meninių ir technologinių metodų efektyvumą.
6. Meno objekto projekto prototipo (bandomosios versijos) kūrimas	<ul style="list-style-type: none"> Filmo montažinės (bandomosios) versijos kūrimas. Formuojamos tikslingai surinktų dalyvių ir technologų ekspertų grupės, atliekamas vizualinio ir paveikumo adekvatumo, ir technologinio įgyvendinimo vertinimas.
7. Prototipo (bandomosios versijos) demonstravimas	<ul style="list-style-type: none"> Atliekamas filmo paveikumo dimensijų pokyčių tyrimas.
8. Bandomosios partijos (galutinio produkto išbandymui) gamyba	<ul style="list-style-type: none"> Filmo scenų montažas (tarp jų ir papildomų scenų filmavimas) į vientisą kūrinį. Galutinio produkto (filmo beta versija) demonstravimas tam tikroje socialinėje kontroliuojamoje aplinkoje (pvz., kino salė, ribota grupė internete).
9. Sukurto naujo produkto įvertinimas	<ul style="list-style-type: none"> Įvertinamas produkto (filmo beta versija) paveikumo adekvatumas vartotojų elgsenos formavimui ir elgsenos pokyčiams (tendencijos, dėsniumai), parengiama ataskaita. Patvirtinami filmo paveikumo kiekybiniai ir kokybiniai parametrai.

2 pavyzdys. MTEP etapai meno (muzikos) sektoriuje

TPL	MTEP veiklos iliustracija
1. Fundamentiniai tyrimai	<ul style="list-style-type: none"> Fundamentinių žinių įgijimas, panaudojant publikuojamus neuromuzikologijos; muzikos psichologijos; muzikos terapijos; muzikos kūrimo ir atlikimo technologijų tematikos mokslinių tyrimų rezultatus. Gautų fundamentinių mokslinių tyrimų rezultatų pagrindu suformuluojama jų taikymo (naudojimo) idėja – sukurti naują muzikos neurologinio poveikimo modelį (metodiką), taikytiną kuriant muzikos kūrinius.
2. Žinių taikymas, koncepcijos formulavimas 3. Koncepcijos įgyvendinimo įrodymas (patvirtinimas)	<ul style="list-style-type: none"> Formuluojama neuromuzikologijos, muzikos psichologijos ir muzikos terapijos fundamentinių mokslų žinių taikymo koncepcija, siekiant sukurti naują muzikos neurologinio poveikimo modelį (metodiką), formuluojama teoriniu lygmeniu, grindžiama mokslinių tyrimų rezultatų analize ir hipotezėmis. Vykdomi teoriniai taikomieji moksliniai tyrimai modeliuojant žinias apie neuromuzikologiją, muzikos neurologinį poveikimą, muzikos psichologiją, muzikos sisteminius ir funkcinus raiškios ir poveikimo požymius ir naujų muzikinės raiškos formų ir algoritmų panaudojimo galimybes, prognozuojant statistiškai tikėtiną neuropsichologinį poveikimą individui. Modeliavimo metu teoriškai įrodomas naujos muzikos neurologinio poveikimo modelio (metodikos) sukūrimo koncepcijos įgyvendinimas.
4. Maketo (modelio), meno objekto projekto kūrimas ir testavimas 5. Maketo (modelio) patikrinimas imituojant realias sąlygas	<ul style="list-style-type: none"> Teksto ir garsų dermės muzikos kūriniuose tyrimas (muzikos kalba, akustika, garso technologijos ir sintezė, interpretacija, improvizacija, muzikos įrašų režisūra, garso ir vaizdo projektavimas ir kt.). Muzikos kūrinio komponentų (tekstas, garsas) modeliavimas, muzikos neurologinio poveikimo individams tyrimas. Aprašomi (apibendrinami) teksto ir garsų dermės muzikos kūriniuose funkcionavimas ir dėsningumai, muzikos kūrinio technologija (etapai), muzikos neurologinio poveikimo individams dėsningumai. Remiantis muzikologijos ir neurologijos principais ir kriterijais aprašomas muzikos neurologinio poveikimo teorinis algoritmas.
6. Meno objekto projekto prototipo (bandomosios versijos) kūrimas 7. Prototipo (bandomosios versijos) demonstravimas	<ul style="list-style-type: none"> Muzikinio kūrinio (prototipo) kūrimas (teksto ir muzikos kūrimas, aranžuotė, masteringas). Muzikinio kūrinio (prototipo) demonstravimas tikslinei grupei (muzikologai, psichologai ir kt.), peržiūrėjimas, koregavimas. Sukuriamas muzikinio kūrinio prototipas, skirtas muzikos neurologinio poveikimo modelio (metodikos) bandymui. Įvertinamas muzikiniame kūrinyje taikytos muzikinių garsų neurologinio poveikimo technologijos efektyvumas. Atliekamos korekcijos.
8. Bandomosios partijos (galutinio produkto išbandymui) gamyba 9. Sukurto naujo produkto įvertinimas	<ul style="list-style-type: none"> Muzikinio kūrinio pristatymas visuomenei (tikslinei auditorijai) kontroliuojamais kanalais (priemonėmis). Vertinami kokybiniai ir kiekybiniai muzikinio kūrinio poveikio parametrai, refleksija. Patvirtinamas sukurtos ir muzikiniame kūrinyje taikytos technologijos poveikimas auditorijai (subjektams), vertinami kiekybiniai ir kokybiniai parametrai. Patvirtinami poveikimo kiekybiniai ir kokybiniai parametrai.

3 pavyzdys. MTEP etapai kino produkcijos platinimo sektoriuje

TPL	MTEP veiklos iliustracija
1. Fundamentiniai tyrimai	<ul style="list-style-type: none"> Fundamentinių žinių įgijimas, panaudojant publikuojamus vartotojų elgsenos modeliavimo; globalizacijos įtakos savimonei ir mentalitetui, poveikumo, rinkodaros, Y ir Z kartų elgsenos, vartotojų lojalumo ir pan. mokslinių tyrimų rezultatus. Gautų fundamentinių mokslinių tyrimų rezultatų pagrindu suformuluojama jų taikymo (naudojimo) idėja – sukurti kino produkcijos platinimo modelį, grįstą kino produkcijos vartotojų lojalumo modeliavimu Y ir Z kartų vertybių raiškos kontekste globalizacijos sąlygomis.
2. Žinių taikymas, koncepcijos formulavimas 3. Koncepcijos įgyvendinimo įrodymas (patvirtinimas)	<ul style="list-style-type: none"> Formuluojama fundamentinių mokslų žinių taikymo koncepcija, siekiant sukurti naują kino produkcijos platinimo modelį, grįstą kino produkcijos vartotojų lojalumo modeliavimu Y ir Z kartų vertybių raiškos kontekste globalizacijos sąlygomis. Formuluojama teoriniu lygmeniu, grindžiama mokslinių tyrimų rezultatų analize ir hipotezėmis. Vykdomi teoriniai taikomieji moksliniai tyrimai modeliuojant žinias apie vartotojų elgsenos modeliavimą, globalizacijos įtaką kino vartotojų savimonei ir mentalitetui, audiovizualinių produktų ir priemonių poveikumą, rinkodarą, Y ir Z kartų elgseną, vartotojų lojalumą ir pan. Analizuojama ir vertinama Y ir Z kartos kino produkcijos vartotojų nuostatų kitimo dinamika globalizacijos sąlygomis, nagrinėjama vartotojų ir paslaugos teikėjo asmeninio bendravimo poreikio ir paslaugos teikėjo pakeitimo barjerų sistematika, prognozuojant statistiškai tikėtiną poveikį kino produkcijos vartotojo lojalumui. Modeliavimo metu teoriškai įrodomas naujos kino produkcijos platinimo modelio sukūrimo koncepcijos įgyvendinimas.
4. Maketo (modelio), meno objekto projekto kūrimas ir testavimas 5. Maketo (modelio) patikrinimas imituojuojant realias sąlygas	<ul style="list-style-type: none"> Tikslinamos X ir Z kartos kino produkcijos vartotojų lojalumo dedamosios. Identifikuojama kino produkcijos vartotojų lojalumo specifika ir lojalumą lemiantys veiksniai globalizacijos sąlygomis, išgryninamos paslaugų vartotojų lojalumo vertinimo dimensijos. Atliekama kritinė vartotojų lojalumo vertinimo metodinio potencialo analizė. Empiriškai patikrinamas X ir Z kartos kino produkcijos vartotojų lojalumo formavimo vertinimo modelio pritaikymas. Remiantis rinkodaros principais ir kriterijais aprašomas kino produkcijos platinimo modelio, grįsto kino produkcijos vartotojų lojalumo modeliavimu Y ir Z kartų vertybių raiškos kontekste globalizacijos sąlygomis, teorinis algoritmas.
6. Meno objekto projekto prototipo (bandomosios versijos) kūrimas 7. Prototipo (bandomosios versijos) demonstravimas	<ul style="list-style-type: none"> Kino produkcijos platinimo modelio, grįsto kino produkcijos vartotojų lojalumo modeliavimu Y ir Z kartų vertybių raiškos kontekste globalizacijos sąlygomis, realizavimo projekto rengimas (elementų ir ryšių aprašymas). Materializuojamos modelio audiovizualinės dedamosios. Parengtas kino produkcijos platinimo modelio projektas (elementų ir ryšių aprašymas) ir jo audiovizualines dedamosias demonstruojamas tikslinei ekspertų grupei. Atliekamas modelio efektyvumo vertinimas. Atsižvelgiant į vertinimo rezultatus atliekamos korekcijos.
8. Bandomosios partijos (galutinio produkto išbandymui) gamyba 9. Sukurto naujo produkto įvertinimas	<ul style="list-style-type: none"> Kino produkcijos platinimo modelio, grįsto kino produkcijos vartotojų lojalumo modeliavimu Y ir Z kartų vertybių raiškos kontekste globalizacijos sąlygomis, žvalgomasis bandymas (pvz., kino festivalis) realiomis sąlygomis. Identifikuojami ir vertinami kokybiniai ir kiekybiniai sukurto modelio poveikio parametrai. Patvirtinamas sukurto kino produkcijos platinimo poveikumas auditorijai (subjektams), vertinami kiekybiniai ir kokybiniai parametrai.

4 pavyzdys. MTEP etapai audiovizualinės reklamos sektoriuje

TPL	MTEP veiklos iliustracija
1. Fundamentiniai tyrimai	<ul style="list-style-type: none"> Fundamentinių žinių įgijimas, panaudojant publikuojamus vartojimo fiziologijos, spalvų ir garsų psichologijos, vartotojų elgsenos; sveikos gyvensenos, savimonės transformacijos, rinkodaros, ir pan. mokslinių tyrimų rezultatus. Gautų fundamentinių mokslinių tyrimų rezultatų pagrindu suformuluojama jų taikymo (naudojimo) idėja – sukurti audiovizualinės reklamos kūrimo metodiką (technologiją), grindžiamą spalvų ir garsų psichologinio poveikio modeliavimu, formuojant individualizuotą vartotojų potraukį sveikos gyvensenos produktams.
2. Žinių taikymas, koncepcijos formulavimas 3. Koncepcijos įgyvendinimo įrodymas (patvirtinimas)	<ul style="list-style-type: none"> Formuluojama fundamentinių mokslų žinių taikymo koncepcija, siekiant sukurti naują audiovizualinės reklamos kūrimo metodiką (technologiją), grindžiamą spalvų ir garsų psichologinio poveikio modeliavimu, formuojant individualizuotą vartotojų potraukį sveikos gyvensenos produktams. Formuluojama teoriniu lygmeniu, grindžiama mokslinių tyrimų rezultatų analize ir hipotezėmis. Vykdomi teoriniai taikomieji moksliniai tyrimai modeliuojant žinias apie vartojimo fiziologiją, spalvų ir garsų psichologiją, vartotojų elgseną; sveiką gyvenseną, savimonės transformaciją, rinkodarą ir pan. Analizuojama ir vertinama vartotojų sveikos gyvensenos nuostatų kitimo dinamika globalizacijos sąlygomis. Vykdomi tyrimai modeliuojant žinias apie audiovizualinį poveikumą, audiovizualinės reklamos sisteminius ir funkcinus raiškios ir poveikumo požymius, naujų audiovizualinės raiškos formų ir algoritmų, interaktyviųjų medijų ypatybes ir taikymo formas, technologinių galimybių (žinių) panaudojimo galimybes, prognozuojant ir formuojant statistiškai tikėtiną neuropsichologinį ir emocinį poveikumą individui. Modeliavimo metu teoriškai įrodomas naujos audiovizualinės reklamos kūrimo metodikos (technologijos), grindžiamos spalvų ir garsų psichologinio poveikio modeliavimu, formuojant vartotojų individualizuotą potraukį sveikos gyvensenos produktams, sukūrimo koncepcijos įgyvendinimas.
4. Maketo (modelio), meno objekto projekto kūrimas ir testavimas 5. Maketo (modelio) patikrinimas imituojant realias sąlygas	<ul style="list-style-type: none"> Audiovizualinės reklamos modeliavimas pagal sukurtą audiovizualinės reklamos kūrimo metodiką (technologiją), grindžiamą spalvų ir garsų psichologinio poveikio modeliavimu, formuojant individualizuotą potraukį sveikos gyvensenos produktams. Garsų ir spalvų raiškos reklamoje formų modeliavimas ir dermės tyrimai. Vizualizacijos modeliavimas ir poveikumo, formuojant individualizuotą potraukio sveikos gyvensenos produktams tyrimai. Audiovizualinių raiškos formų ir technologijų integralumo ir papildymo tyrimai. Reklamos epizodų filmavimas ir poveikumo, formuojant vartotojų individualizuotą potraukį sveikos gyvensenos produktams, bandymai siekiant patvirtinti taikomų garsinių ir vaizdinių priemonių ir technologinių metodų efektyvumą.
6. Meno objekto projekto prototipo (bandomosios versijos) kūrimas 7. Prototipo (bandomosios versijos) demonstravimas	<ul style="list-style-type: none"> Audiovizualinės reklamos bandomosios versijos kūrimas pagal sukurtą audiovizualinės reklamos kūrimo metodiką (technologiją), grindžiamą spalvų ir garsų psichologinio poveikio modeliavimu, formuojant individualizuotą vartotojų potraukį sveikos gyvensenos produktams. Formuojamos tikslingai surinktų dalyvių ir ekspertų grupės, atliekamas vizualinio ir poveikumo adekvatumo, ir technologinio įgyvendinimo, formuojant individualizuotą potraukį sveikos gyvensenos produktams, vertinimas. Atliekamos audiovizualinėje reklamoje naudojamų spalvų ir garsų korekcijos, kitų audiovizualinės raiškos komponentų korekcijos pagal vertinimo rezultatus.
8. Bandomosios partijos (galutinio produkto išbandymui) gamyba 9. Sukurto naujo produkto įvertinimas	<ul style="list-style-type: none"> Audiovizualinės reklamos (klipai) bandomasis kūrimas 5-iems skirtingiems produktams pagal sukurtą audiovizualinės reklamos kūrimo metodiką (technologiją), grindžiamą spalvų ir garsų psichologinio poveikio modeliavimu, formuojant individualizuotą vartotojų potraukį sveikos gyvensenos produktams. Sukurtų bandomųjų audiovizualinių reklamų (klipų) 5-iems skirtingiems produktams demonstravimas tam tikroje socialinėje kontroliuojamoje aplinkoje (pvz., ribota grupė internete, ribota regioninės televizijos auditorija). Įvertinamas audiovizualinės reklamos poveikio adekvatumas vartotojų elgsenos formavimui ir elgsenos pokyčiams, formuojant individualizuotą vartotojų potraukį sveikos gyvensenos produktams (tendencijos, dėsningumai), parengiama ataskaita. Patvirtinami sukurtos audiovizualinės reklamos kūrimo metodikos (technologijos), grindžiamos spalvų ir garsų psichologinio poveikio modeliavimu, formuojant individualizuotą vartotojų potraukį sveikos gyvensenos produktams kiekybiniai ir kokybiniai parametrai.

5 pavyzdys. MTEP teatro sektoriuje

TPL	MTEP veiklos iliustracija
1. Fundamentiniai tyrimai	<ul style="list-style-type: none"> Fundamentinių žinių apie kultūrinius (socialinius) visuomenės ir teatrų klientų elgsenos pokyčių tendencijas ir dėsningumus, naujas dekoracijų technologijas ir medžiagas, įsigijimas; Fundamentinių mokslinių tyrimų pagrindu suformuluojama idėja – sukurti teatro dekoracijų naują dizainą, reaguojant į vartotojų elgsenos pokyčių tendencijas, dėsningumus ir į naujų medžiagų kompozicinį panaudojimą.
2. Žinių taikymas, koncepcijos formulavimas 3. Koncepcijos įgyvendinimo įrodymas (patvirtinimas)	<ul style="list-style-type: none"> Teatro dekoracijų naujo dizaino koncepcijos formulavimas teoriniu lygmeniu, grindžiant anksčiau atliktų naujausių tyrimų rezultatais socialinių mokslų ir medžiagotyros srityje, modeliuojant koncepcijų alternatyvias dimensijas: forma, funkcija, struktūra, medžiagos, kompozicija, paveikumas ir kt. Teoriniais ir eksperimentiniais taikomaisiais moksliniais tyrimais ir jų rezultatais patvirtinamas koncepcijos įgyvendinimas, vertinant pagal šias dedamąsias: medžiagų savybės (medžiagų savybių tyrimas); medžiagų apdirbimo technologijos (technologijų tyrimas medžiagų formos, struktūros ir galimų kompozicijų formavimo kontekste); vizualinis adekvatumas (vartotojų elgsenos modeliavimas: grupinė diskusija, interviu). Patvirtinamos (paneigiamos) prielaidos dėl atskirų teatro dekoracijų dizaino aspektų ir elementų. Įrodomas koncepcijos įgyvendinimas, pasirenkama konkreti teatro dekoracijų dizaino kūrimo koncepcija, nustatomi esminiai parametrai dekoracijų dizainui kurti (funkciniai ir techniniai parametrai, vizualizacija: brėžiniai, eskizai, piešiniai).
4. Maketo (modelio), meno objekto projekto kūrimas ir testavimas	<ul style="list-style-type: none"> Kuriami (gaminami) teatro dekoracijų modeliai. Teatro dekoracijų modeliai gaminami iš sąlyginių medžiagų, mažesnio mastelio, imituojamos technologijos ir jų funkcijos. Vykdomas teatro dekoracijų modelių vizualinio adekvatumo ir technologinio įgyvendinimo testavimas (ekspertinis vertinimas). Rengiamos rekomendacijos dėl korekcijų.
5. Maketo (modelio) patikrinimas imituojant realias sąlygas	<ul style="list-style-type: none"> Paruošiamas teatro dekoracijų dizaino prototipo gamybos projektas (funkciniai ir techniniai parametrai, vizualizacija: brėžiniai, eskizai, piešiniai).
6. Meno objekto projekto prototipo (bandomosios versijos) kūrimas 7. Prototipo (bandomosios versijos) demonstravimas	<ul style="list-style-type: none"> Sukuriamas (pagaminamas) teatro dekoracijų naujo dizaino (beta versija) prototipas. Jam suteikiama reikiama konfigūracija, turinys, išvaizda ar kitos savybės. Atliekamas prototipo techninis testavimas laboratorinėmis sąlygomis (esant poreikiui atliekamos korekcijos). Patikrinamas teatro dekoracijų naujo dizaino (beta versija) prototipo adekvatumas vartotojų (teatro klientų) elgsenos ir emocinių pokyčių tendencijoms ir dėsningumams (ataskaita).
8. Bandomosios partijos (galutinio produkto išbandymui) gamyba 9. Sukurto naujo produkto įvertinimas	<ul style="list-style-type: none"> Pagaminamos teatro dekoracijų konstrukcijos ir elementai. Teatro dekoracijos sukonstruojamos kontroliuojamoje erdvėje (bandomasis teatras). Bandomojo eksploatavimo metu įvertinami naujo dizaino teatro dekoracijų technologiniai aspektai, jų įtaka teatro klientų elgsenos ir emociniams pokyčiams. Patvirtinami sukurto naujo dizaino teatro dekoracijų, reaguojant į vartotojų elgsenos pokyčių tendencijas ir dėsningumus ir į naujų medžiagų kompozicinį panaudojimą, kiekybiniai ir kokybiniai parametrai.

6 pavyzdys. Kino filmo x auditorijai kūrimo MTEP etapai

Bendroji sritis	Mokslinių tyrimų ir eksperimentinės plėtros etapo eilės numeris	Mokslinių tyrimų ir eksperimentinės plėtros etapo pavadinimas	Veiklos aprašymas	Veiklos rezultatas
Fundamentiniai moksliniai tyrimai	1	Fundamentinių žinių įgijimas	Pirminis mokslinių tyrimų ir eksperimentinės plėtros etapas. Šiame etape gali būti atliekami tyrimai apie x auditorijos ugdymo etapus, poreikius, problemas. Gali būti atliekami tyrimai, susiję su filmų ar atskirų filmo elementų (scenarijaus, aktorių, animacijos, garso, vaizdo ir pan.) poveikiu x auditorijos ugdymui (si), tobulėjimui, problemų sprendimui.	Gaunamos naujos žinios apie filmo poveikį x auditorijos ugdymui. Suformuluojamos bendros gautų žinių taikymo kryptys ir tendencijos.
Taikomieji moksliniai tyrimai	2	Žinių taikymo koncepcijos formulavimas	Sukuriama filmo x auditorijai kūrimo koncepcija. Filmų koncepcija formuluojama teoriniu lygmeniu. Detalumo lygis nėra aukštas. Šiame etape dar nėra konkretaus filmo scenarijaus.	Suformuluota filmo koncepcija.
	3	Koncepcijos įgyvendinimo įrodymas (patvirtinimas)	Atliekamas filmo koncepcijos detalizavimas ir pirminis patikrinimas. Išskiriami filmo koncepcijos atskiri elementai. Vykdomi bandomieji filmavimai ir tyrimai siekiant nustatyti elementų svarbą, poveikį ugdymui ir pan. Nustatomi filmo tiksliniai parametrai.	Nustatyti esminiai parametrai: tikslinis segmentas, filmo orientacinė trukmė, orientacinis biudžetas, pagrindiniai filmo elementai, nustatytas elementų poveikis ir koncepcijos įgyvendinimas.
	4	Maketo (modelio), meno objekto projekto kūrimas ir testavimas	Parengiamas filmo scenarijus. Atliekama filmo scenarijaus analizė ir tobulinimas. Numatomi filmų personažai, filmavimo scenos, parenkami aktoriai ir pan.	Parengtas pirminis filmo scenarijus ir (ar) filmo kūrimo planas.
	5	Maketo (modelio) patikrinimas imituojant realias sąlygas, meno objekto projekto pristatymas visuomenei	Pirminis scenarijus ir (ar) filmo kūrimo planas pristatomas ir derinamas su suinteresuotais asmenimis ir ekspertais. Atliekami aktorių videobandymai (tikrinama ar tinka aktorių išvaizda, ar sugeba vaidinti prieš kamerą, aktorius lankstumas ir gebėjimas improvizuoti). Tobulinamas filmo scenarijus ir (ar) filmo kūrimo planas.	Parengtas galutinis filmo scenarijus ir (ar) filmo kūrimo planas.
	6	Prototipo (bandomosios versijos) kūrimas	Nufilmuojamos filmo scenos, spec. efektai, animacija ir pan. Sumontuojama filmo pirminė versija. Atliekama filmo pirminė bandomoji peržiūra filmo kūrėjų aplinkoje. Nustatoma filmo pirminės versijos trūkumai.	Filmų pirminė (bandomoji) versija.
Eksperimentinė plėtra	7	Prototipo (bandomosios versijos) demonstravimas	Ištaisomi pirminės filmo versijos trūkumai ir parengiama demonstracinė filmo versija suinteresuotų grupių aplinkoje. Nagrinėjamas filmo poveikis ir efektyvumas x auditorijos ugdymo (si) procesui.	Filmų demonstracinė versija. Galutinis prototipas.
	8	Bandomosios partijos gamyba (versijos galutinis išbandymas)	Parengiama galutinė filmo versija. Filmų pristatomas tiksliniuose festivaliuose, specializuotose konferencijose ir pan. Parengta filmo versija platinti skirtingose rinkose.	Pagaminta galutinio produkto galutinė filmo versija, parengta platinti.
	9	Sukurto naujo produkto įvertinimas (bandomieji sukurto naujo produkto pavyzdžiai, įvertinti vartotojo ir (arba) užsakovo)	Įvertinama parengto filmo kokybė, poveikis x auditorijai, tikslinei grupei. Filmų pristatomas platintojams.	Įvertinta galutinė filmo versija
Inovacijos	-	Įdiegimas į rinką, meno objekto kūrimas	Parengiama filmo sklaidos ir komunikavimo strategija (planas). Nustatomi platinimo kanalai. Atliekamas filmo demonstravimas.	Filmų demonstravimas.

Šaltinis: lentelė parengta prof. dr. J. Černevičiūtės ir prof. dr. R. Strazdo Ateities visuomenės instituto projekto „Inostartas“ metu.

7 pavyzdys. Socialinės įtraukties skatinimas dalyvaujant audiovizualinio sektoriaus kūrybinėse veiklose, MTEP etapai

Bendroji sritis	MTEP eilės numeris	MTEP etapo pavadinimas	Veiklos aprašymas	Veiklos rezultatas
Fundamentiniai moksliniai tyrimai	1	Fundamentinių žinių įgijimas	-	-
Taikomieji moksliniai tyrimai	2	Žinių taikymo koncepcijos formulavimas	Atliekama esamų sutelktinio finansavimo (angl. crowdfunding) principų ir modelių analizė. Sukuriama koncepcija, kaip sutelktinio finansavimo principai galėtų būti taikomi finansuojant kino filmą. Filmo finansavimo koncepcija formuluojama teoriniu lygmeniu. Detalumo lygis nėra aukštas.	Suformuluota sutelktinio finansavimo kuriant kino filmą koncepcija.
	3	Koncepcijos įgyvendinimo įrodymas (patvirtinimas)	Atliekamas kino filmo sutelktinio finansavimo koncepcijos detalizavimas ir pirminis patikrinimas. Išskiriami kino filmo sutelktinio finansavimo koncepcijos atskiri elementai. Parenkamas filmo scenarijus, kuriam bus taikomas sutelktinis finansavimas. Nustatomi kino filmo sutelktinio finansavimo tiksliniai parametrai.	Nustatyti esminiai parametrai – filmo tikslinis segmentas, sutelktinio finansavimo tikslinis segmentas, sutelktinio finansavimo lėšų poreikis, finansavimo etapai.
	4	Maketo (modelio), meno objekto projekto kūrimas ir testavimas	Parengiamas kino filmo sutelktinio finansavimo modelis. Numatomos konkrečios sutelktinio finansavimo sąlygos, terminai, taikoma sutelktinio finansavimo platforma.	Parengtas pirminis kino filmo sutelktinio finansavimo modelis.
	5	Maketo (modelio) patikrinimas imituojant realias sąlygas, meno objekto projekto pristatymas visuomenei	Pirminis kino filmo sutelktinio finansavimo modelis išbandomas pristatant potencialiems finansuotojams. Tobulinamas filmo sutelktinio finansavimo modelis.	Parengtas galutinis bandomasis kino filmo sutelktinio finansavimo modelis.
	Eksperimentinė plėtra	6	Prototipo (bandomosios versijos) kūrimas	Potencialiems finansuotojams pristatomas kino filmo scenarijus ir sutelktinio finansavimo sąlygos. Sukaupiamos kino filmui reikalingos lėšos, sukuriamas filmas, vykdomas filmo platinimas ir komercializavimas. Nustatomi kino filmo sutelktinio finansavimo tikslų parametru įgyvendinimas, eiga ir trūkumai.
7		Prototipo (bandomosios versijos) demonstravimas	Ištaisomi pirminio kino filmo finansavimo taikant sutelktinį finansavimą trūkumai. Parengiamas galutinis kino filmo sutelktinio finansavimo modelis ir detalus jo aprašymas.	Parengtas galutinis kino filmo sutelktinio finansavimo modelis.
8		Bandomosios partijos gamyba (versijos galutinis išbandymas)	Galutinis kino filmo sutelktinio finansavimo modelis pristatomas kino kūrėjams ir prodiuseriams. Sutelktinio finansavimo modelis bandomas kuriant kitus filmus.	Galutinis kino filmo sutelktinio finansavimo modelis parengtas skilaidai kino industrijoje.
9		Sukurto naujo produkto įvertinimas (bandomieji sukurto naujo produkto pavyzdžiai, įvertinti vartotojo ir (arba) užsakovo)	Įvertinamas kino filmo sutelktinio finansavimo modelis, nustatomas jo efektyvumas, taikymo ribos.	Įvertintas kino filmo sutelktinio finansavimo modelio efektyvumas.
Inovacijos	-	Įdiegimas į rinką, meno objekto kūrimas	Parengiama kino filmo sutelktinio finansavimo modelio sklaidos ir komunikavimo strategija (planas). Nustatomi platinimo kanalai. Gali būti toks variantas, kad bus priimtas sprendimas sutelktinio finansavimo modelį taikyti tik savo filmams kurti.	Kino filmo sutelktinio finansavimo modelio taikymas.

Šaltinis: lentelę parengė prof. dr. R. Strazdas, 2018.

8 pavyzdys. Kino filmo sutelktinio finansavimo (*crowdfunding*) modelio kūrimo MTEP etapai

Bendroji sritis	MTEP eilės numeris	MTEP etapo pavadinimas	Veiklos aprašymas	Veiklos rezultatas
Fundamentiniai moksliniai tyrimai	1	Fundamentinių žinių įgijimas	Pirminis mokslinių tyrimų ir eksperimentinės plėtros etapas. Šiame etape gali būti atliekami tyrimai apie poreikį ir galimybes, kaip skirtingos socialiai atskirtos grupės (pvz., delinkventinio elgesio paaugliai) galėtų dalyvauti kuriant audiovizualinį turinį. Tai apima įvairius aspektus – scenarijaus, aktorių, vaizdo ir pan. Detalumo lygis labai žemas.	Naujos žinios apie poreikį ir galimybes socialiai atskirtoms grupėms dalyvauti kuriant audiovizualinį turinį. Sukurtas naujų žinių paketas ir jo taikymo strategija.
Taikomieji moksliniai tyrimai	2	Žinių taikymo koncepcijos formulavimas	Sukuriama socialinės įtraukties skatinimo dalyvaujant audiovizualinio sektoriaus kūrybinėse veiklose koncepcija. Koncepcija formuluojama teoriniu lygmeniu. Detalumo lygis nėra aukštas.	Suformuluota socialinės įtraukties skatinimo dalyvaujant audiovizualinio sektoriaus kūrybinėse veiklose koncepcija.
	3	Koncepcijos įgyvendinimo įrodymas / patvirtinimas	Atliekamas koncepcijos detalizavimas ir pirminis patikrinimas. Išskiriami šios koncepcijos atskiri elementai. Vykdomos bandomosios scenarijų rašymo ir filmavimo veiklos. Detalumo lygis pakankamai aukštas.	Nustatyti bandomųjų versijų kriterijai, parametrai, tikslinės grupės, potencialus biudžetas.
	4	Maketo (modelio), meno objekto projekto, kūrimas ir testavimas	Parengiamas audiovizualinio produkto detalus planas. Atliekama jo analizė, išbandymas, testavimas ir tobulinimas.	Pirminis audiovizualinio produkto kūrimo planas.
	5	Maketo (modelio) patikrinimas imituojant realias sąlygas, meno objekto projekto pristatymas visuomenei	Audiovizualinio produkto detalus planas pristatomas ir derinamas su suinteresuotais asmenimis ir ekspertais. Tikrinama, kaip šis planas atliepia pagrindinį tikslą, kiek ir kaip tai priima visuomenė.	Galutinis audiovizualinio produkto kūrimo planas.
Eksperimentinė plėtra	6	Prototipo (bandomosios versijos) kūrimas	Audiovizualinio produkto išsamios (visos) bandomosios versijos kūrimas. Pvz., išgryninamas (finalizuojamas) scenarijus, nufilmuojamos filmo scenos, parenkami spec. efektai, animacija ir pan.	Audiovizualinio produkto pirminė (bandomoji) versija. Pirminis prototipas.
	7	Prototipo (bandomosios versijos) demonstravimas	Parengto audiovizualinio produkto demonstravimas. Šiame etape ištaisomi pirminės versijos trūkumai ir atliekami patobulinimai. Patikrinama, ar audiovizualinis produktas atliepia pagrindinį tikslą – socialinės įtraukties skatinimo dalyvaujant audiovizualinio sektoriaus kūrybinėse veiklose.	Audiovizualinio produkto demonstracinė versija. Galutinis prototipas.
	8	Bandomosios partijos gamyba (versijos galutinis išbandymas)	Parengiama galutinė audiovizualinio produkto versija. Šis produktas pristatomas tikslinėms auditorijoms (taip pat savivaldybės ar valstybės renginiuose, festivaliuose, specializuotose konferencijose ir pan.).	Pagamintas galutinis produktas, kuris skirtas platinti.
	9	Sukurto naujo produkto įvertinimas (bandomieji sukurto naujo produkto pavyzdžiai, įvertinti varotojo ir (arba) užsakovo)	Įvertinama parengto audiovizualinio produkto kokybė, poveikis tikslinėms grupėms ir platintojams.	Įvertinta galutinė audiovizualinio produkto versija.
Inovacijos	-	Įdiegimas į rinką, meno objekto kūrimas	Parengiama audiovizualinio produkto sklaidos ir komunikavimo strategija. Nustatomi platinimo kanalai. Susisiekiama su suinteresuotomis šalimis, kurioms ši socialinė inovacija yra aktuali. Atliekamas audiovizualinio produkto demonstravimas visuomenei bei matuojamas jo socialinis poveikis.	Audiovizualinio produkto platinimas ir demonstravimas visuomenei, siekiant socialinio poveikio.

Šaltinis: lentelę parengė prof. dr. E. Butkevičienė, dr. E. Vaidelytė, 2018.

4.7. MTEP VEIKLŲ IR JŲ REZULTATŲ DOKUMENTAVIMO IR ĮFORMINIMO TVARKA (REKOMENDACIJOS)

4.7.1. MTEP DOKUMENTAVIMO IR ĮFORMINIMO METODINIS PAGRINDAS

Vadovaujantis Frascati (2015) nuostatomis, MTEP turėtų būti plėtojama kaip projektinė veikla. Projektinė vadyba – tai vadybos organizavimo forma, kai organizacijos veikla plėtojama inicijuojant ir įgyvendinant įvairius projektus. Projektas apima kompleksą tarpusavyje susijusių darbų, kurie atliekami siekiant specifinio tikslo, ribotą laiko tarpą, panaudojant griežtai apribotą biudžetą (išlaidų sumą, kuri gali būti apskaičiuojama įvertinus projekte dirbantį personalą ir kitus jo vykdymui skirtus išteklius).

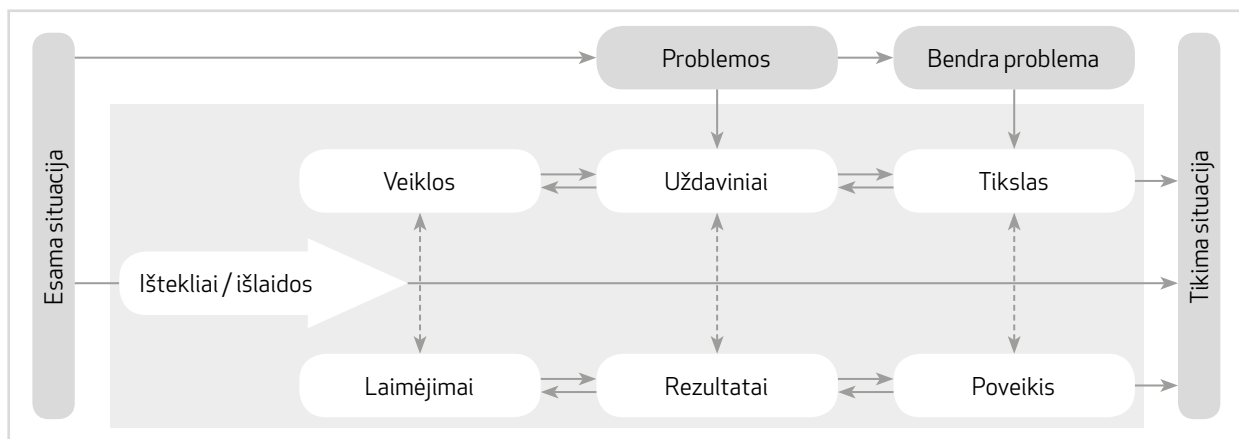
MTEP kontekste projektas apima materialijų ir žmogiškųjų išteklių (žinių, patirties, gebėjimų) visumą, skirtą tam tikram moksliniam techniniam neapibrėžtumui išspręsti, siekiant kurti naujas medžiagas, produktus ir įrenginius ir (ar) diegti naujus procesus, sistemas ir paslaugas, ir (ar) iš esmės tobulinti jau sukurtus produktus ar įdiegtus procesus, sistemas ir paslaugas, ir (ar) kurti, diegti arba iš esmės tobulinti žmogaus, kultūros ir visuomenės problemų sprendinius. Galima išskirti šias pagrindines MTEP projekto charakteristikas:

- *aiškūs tikslai* (tikslai formuluojami kreipiant dėmesį į pridėtinės vertės grandinę: naujos žinios; nauji produktai, procesai, paslaugos; verslo plėtra);
- *laiko apribojimai* (galima identifikuoti pradžios ir pabaigos momentus) (rekomenduojama ne ilgesnė kaip 3 m. trukmė);
- *išteklių apribojimai* (skiriami riboti ištekliai: projekto biudžetas (žmogiškųjų ir kitų resursų visuma) ir reikalingi laiko ištekliai nustatomi prieš pradėdant projektą);
- *pokyčiai* (orientacija į pasikeitimų įgyvendinimą: naujų arba papildomų žinių panaudojimas verslo plėtrai);
- *unikalumas* (nors atskiri projekto procesai gali kartotis, tačiau galutiniai siektini projekto rezultatai turi būti unikalūs);
- *kompleksiškumas ir atsiribojimas* (įmonės vadovo ar įgalioto asmens (-ų) sprendimu ir (arba) veiksmais ar jų visuma suformuota atskira, vientisa, kompleksiška sistema su apibrėžtomis charakteristikomis – projektas);
- *specifinė projekto organizacija* (projekto įgyvendinimo laikotarpiu būtina sukurti specifinę organizacinę struktūrą: projekto vadovas, tyrėjų vadovas, tyrėjai, pagalbini personalas ir t. t.).

Konstruojant MTEP projekto struktūrą (konceptiją) rekomenduojama taikyti loginę projektų rengimo matricą (1.1 pav.), kuri įgalina įvertinti siektinų rezultatų pridėtinę vertę, projekto struktūrinių dėdųjų kontekste:

- *Bendra problema* – nepakankamas verslo efektyvumas (plėtra);
- *Problemos* – mokslinis techninis neapibrėžtumas;
- *Tikslas* – verslo plėtra (pajamos);
- *Uždavinys* – išspręsti mokslinį techninį neapibrėžtumą;
- *Veiklos* – priemonių (darbų) kompleksas uždavinių sprendimui;
- *Ištekliai* – piniginės išlaidos ir darbo laiko sąnaudos;
- *Laimėjimai* – veiklų įgyvendinimo matavimai;
- *Rezultatai* – mokslinio techninio neapibrėžtumo sprendimo padarinys (MT – naujos žinios; EP – nauji ar patobulinti produktai, procesai, paslaugos);
- *Poveikis* – tikslo pasiekimo mastas, nulemtas rezultatų: verslo plėtra (pajamos).

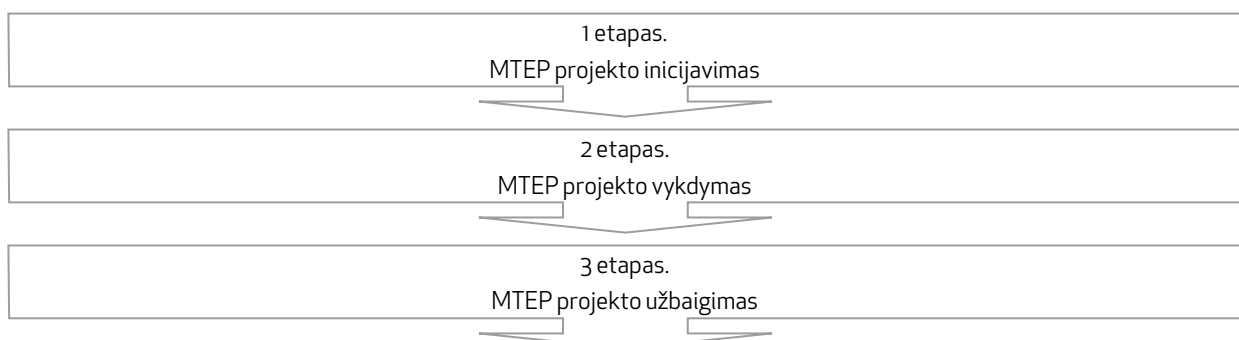
1.1 pav. MTEP projektų rengimo loginė matrica



Siekiant realizuoti projektinės vadybos nuostatas MTEP veikloje, rekomenduojama MTEP veiklų ir jų rezultatų dokumentavimo ir įforminimo procesą skaidyti į 3 etapus (1.2 pav.):

- *Inicijavimas* – projekto pradžios formalus ir (arba) faktinis pripažinimas, projekto plano, kuris leistų sėkmingai pasiekti projekto tikslus, įgyvendinimo pradžia.
- *Vykdymas* – žmogiškųjų ir kitų išteklių koordinavimas, siekiant įgyvendinti projekto planą; projekto įgyvendinimo veiksmų stebėjimas, vertinimas; koreguojamų veiksmų nustatymas.
- *Užbaigimas* – formalus ir (arba) faktinis projekto rezultatų priėmimas, užbaigimo administravimas, bendras galutinis įvertinimas.

1.2 pav. MTEP veiklų ir rezultatų dokumentavimo ir įforminimo etapai



Remiantis Frascati (2015) nuostatomis, MTEP veikla gali būti nuolatinė arba atsitiktinė, o jai taikomi pagrindiniai penki kriterijai, ypač naujumo kriterijus, turėtų būti adaptuojami pagal verslo sektorių, todėl MTEP projektų dokumentavimas ir jo formalumo lygis skirtingose organizacijose dažniausiai yra nevienodas. Pavyzdžiui, universitetuose ir mokslinių tyrimų institutuose taikoma projektų dokumentavimo praktika yra nepalyginamai griežtesnė (formalesnė) nei verslo organizacijose, o verslo įmonėse, ypač mažose ir vidutinėse įmonėse, MTEP projektų dokumentavimas yra kur kas mažiau formalizuotas. Todėl, identifikuojant ir vertinant įmonės turimą projekto inicijavimo dokumentaciją, atitinkamai turėtų būti atsižvelgiama į kontekstą, ūkio sektorių ir kitas aplinkybes (pvz., mažose ir vidutinėse įmonėse taikomi formalumo reikalavimai yra kur kas mažesni nei stambiose verslo organizacijose ir (arba) mokslo institucijose taikoma praktika). Į tai reikėtų atsižvelgti dokumentuojant MTEP veiklas visuose etapuose: inicijavimas, vykdymas ir užbaigimas

4.7.2. MTEP INICIJAVIMO ETAPAS

MTEP projekto inicijavimo etape išskirtinos dvi stadijos:

1. Pasirengimas MTEP projektui;
2. MTEP projekto inicijavimas (oficiali pradžia).

Pasirengimo MTEP projektui etape vykdomos tokios veiklos: projekto idėjos formulavimas; projekto koncepcijos parengimas; mokslinis, techninis ir ekonominis pagrindimas; projekto įvertinimas; objektinių sričių planavimas; projekto struktūrinė dekompozicija; darbų ir ryšių tarp jų nustatymas; darbų trukmės nustatymas; darbų kalendorinis planavimas; resursų planavimas; išlaidų įvertinimas ir projekto biudžeto formavimas; organizacinis planavimas; projekto komandos formavimas; projekto rizikų identifikavimas ir įvertinimas; priemonių rizikai mažinti parengimas; suvestinio projekto plano sudarymas. Šis etapas dažnai praktikoje vadinamas techninės galimybių studijos (TGS) rengimu, siekiant pagrįsti MTEP projekto mokslinį, techninį ir ekonominį gyvybingumą.

Šio etapo veiklos ir išlaidos gali būti priskirtos MTEP projektui kaip sudėtinė MTEP dalis tik tokiu atveju, jei:

- tai yra atskiras (savarankiškas) projektas (pvz., TGS, skirtas MT; TGS, skirtas EP; TGS, skirtas MTEP);
- projekto rezultatai yra (i) skirti pradėti MT veiklas, jei tai jungiamoji FT ir MT grandis, (ii) skirti pradėti EP veiklas, jei tai yra jungiamoji MT ir EP grandis;
- veiklų išlaidos dažniausiai sudaro ne daugiau kaip 10 proc. toliau planuojamų vykdyti MTEP veiklų išlaidų sumos.

Kaip buvo pažymėta, pasirengimo MTEP projektui etapas turi būti įformintas (suformuotas) kaip atskiras projektas, todėl jo metu vykdomų veiklų ir rezultatų dokumentavimui ir įforminimui turi būti taikomi tokie pat reikalavimai kaip ir MTEP projektui, todėl detaliau šis etapas toliau nebus nagrinėjamas.

Projekto inicijavimo etapui rekomenduojama ši dokumentacija:

- įmonės vadovo ar jo įgalioto asmens įsakymas dėl projekto. Įsakymą gali pakeisti kitas vadovo (jo įgalioto asmens) sprendimas, veiksmai arba visuma veiksmų, kurie patvirtina, kad projektas faktiškai prasidėjo;
- potvarkis dėl darbuotojų paskyrimo įgyvendinti projektą. Potvarkį gali pakeisti kitas vadovo (jo įgalioto asmens) sprendimas, veiksmai arba visuma veiksmų, kurie patvirtina, kad darbuotojai buvo paskirti įgyvendinti projektą;
- projekto aprašymas.

4.7.3. MTEP VYKDYMO ETAPAS

MTEP projekto vykdymo eigos dokumentavimui rekomenduojama naudoti įmonėje taikomas procedūras ir dokumentų formas. Prioritetas turėtų būti teikiamas „Kokybės vadybos“, „Geros gamybos praktikos“ ir kitų panašių procesų vadybos metodinių nuostatų taikymui dokumentuojant atliekamas veiklas (užduotis) ir rezultatus.

MTEP vykdymo etapo eigos dokumentavimas turi leisti realizuoti kontrolės mechanizmą, siekiant identifikuoti, kokia apimtimi vykdomos MTEP veiklos ir (ar) nėra nukrypimų nuo plano.

MTEP vykdymo etapui rekomenduojama ši dokumentacija:

- Pavedimų (užduočių) aprašymai. Rekomenduojama užduotis rengti 1–3 mėnesių laikotarpiui;
- Pavedimų (užduočių) atlikimo ataskaitos;
- Sprendimai dėl projekto veiklų korekcijos;
- Tarpinė MTEP projekto vykdymo ataskaita, kuri naudotina tokiu atveju, jei projekto pabaiga nesutampa su finansiniais metais, kuriais planuojama deklaruoti išlaidas, siekiant pasinaudoti Lietuvos Respublikos pelno mokesčio įstatymo (2001 m. gruodžio 20 d. Nr. IX-675) 171 straipsnio lengvatomis. Tarpinei ataskaitai rengti rekomenduojama taikyti užbaigto MTEP projekto ataskaitos formą.

4.7.4. MTEP UŽBAIGIMO ETAPAS

- Projekto baigiamajam etapui rekomenduojama ši dokumentacija:
- Baigto MTEP projekto ataskaita;
- Sprendimas panaudoti MTEP rezultatus;
- Buhalterinė pažyma apie gautas pajamas arba padarytas investicijas, susijusias su MTEP rezultatų panaudojimu komercinei veiklai;
- Ekspertinė išvada apie MTEP projekto naujumą. Ši išvada gali būti rengiama pabaigus projektą arba projekto inicijavimo stadijoje.

IŠVADOS

KKI SEKTORIAUS POTENCIALAS

1. KKI produktai ir paslaugos išsiskiria ypatingu estetiniu, semiotiniu, sensoriniu ar patyrimo turiniu. Šių produktų vertę sudaro jų „prasmė“ kaip kultūros ar socialinių suvokimų dalis, stiprinanti dvasines, estetiškes nuostatas arba bendruomenės kultūrinį tapatumą. Kultūros prekės priskiriamos vadinamajai „mišrių“ prekių kategorijai, t. y. prekėms, kurios turi tiek privačios, tiek viešosios gėrybės požymių. Dėl šių savybių juos galima laikyti ateities produktais ir paslaugomis, kurie turi didelę galią ir įtaką visuomenės sąmoningumui.
2. Analizuojant kūrybines ir kultūrinės industrijas (KKI) mokslinių tyrimų ir eksperimentinės plėtros (MTEP) kontekste tampa akivaizdu, kad ši tyrimų sritis yra gana nauja ne tik Lietuvoje, bet ir apskritai akademiniam pasaulyje. Menai, kaip ir socialiniai, humanitariniai mokslai, lėtai integruojasi į bendrą MTEPI politiką ne tik Lietuvoje, bet ir Europoje. Viena iš žymiausių JK KKI tyrimų organizacijų NESTA kartu su Menų ir humanitarinių mokslų tyrimų taryba ir daugiadiscipliniu Londono universiteto koledžu (UCL) siūlo praplėsti Frascati vadovo MTEP (R&D) apibrėžimą, kuris leistų pripažinti kaip MTEP daugiau menų, socialinių ir humanitarinių mokslų vykdomų veiklų.
3. Daugeliu atvejų KKI sektoriaus tyrėjai inovacijas nagrinėja mokslo teorijų kontekste, nesiedami nei su Oslo vadove, nei su Frascati vadove apibrėžtomis inovacijų ir MTEP sampratomis, kuriomis paremta inovacijų skatinimo politika ES ir Lietuvoje. Tai demonstruoja pačių mokslininkų neįsitraukimą į ES politikos formavimo procesus ir turinį.
4. Kūrybinėse industrijose vienos inovacijų sampratos nėra, nes kiekvienas kūrybinio rezultato (intelektinės nuosavybės) produktas, kuris nėra kopija, gali būti apibūdintas kaip inovacija (intelektinės kūrybos originalas, prototipas). Inovacijos naujumo lygį pripažįsta srities ekspertai – menininkai, vertintojai, ekspertai, vartotojai, taip pat yra meno lauko dalyvių susitarimas. Meno tyrimus MTEPI kontekste verta plėtoti kaip tarpstritinį dialogą ir ekspertines diskusijas.

AUDIOVIZUALINIO SEKTORIAUS POTENCIALAS

5. Pagrindiniame Lietuvos KKI politiką reglamentuojančiame dokumente – Kultūros ir kūrybinių industrijų politikos 2015–2020 m. plėtros kryptyse – pažymima, kad KKI yra svarbi ir perspektyvi Lietuvos ūkio ir visuomenės gyvenimo dalis. Iš KKI audiovizualinis sektorius kartu su dizainu įvardijamas kaip turintis didžiausią ekonominį potencialą Lietuvoje. Vertinant audiovizualinio sektoriaus struktūrą, ekonominio augimo potencialą, kino industrija laikoma viena svarbiausių KKI sričių pasau-

lyje, ypač imli investicijoms ir inovacijoms, kurianti brangius produktus ir turinti ypatingą ekonominę, kultūrinę reikšmę ir socialinį poveikį.

6. Dėl daugiasektorės kino prigimties, kurią sudaro, viena vertus, žanrų įvairovė (trileris, komedija, siaubo filmas, drama ir t. t.), kita vertus, turinio daugiasluoksniškumas (scenarijus, režisūra, muzika, aktorystė, kostiumai, grimas, specialieji garso, vaizdo, mechaniniai ir kt. efektai), technologiniai, vadybos, logistikos, informacinių komunikacijų sprendimai ir t. t. MTEPI potencialas kino industrijoje yra labai didelis. Kiekvieną iš minėtų sričių galima analizuoti MTEP potencialo kontekste. MTEP kino pramonėje nėra mokliškai nagrinėta sritis, nors esama plataus akademinio problematikos diskurso.
7. Užsienio mokslininkų teigimu, kino pramonė yra prototipų pramonė ir kiekvienas atskiras naujas produktas yra prototipas, t. y. kiekvienas kino filmas yra unikalus, sudarytas iš struktūrinių savybių rinkinio, kuris skiria jį nuo kitų kino filmų. Nagrinėjant pagrindinių kino inovacijų skirstymą pagal vertės kūrimo grandinės etapus ir inovacijų tipus, apibrėžtus Oslo vadove (produkto, proceso, organizacinės), siūloma papildyti inovacijų tipus „minkštosiomis“ inovacijomis (Chapain, Stachowiak, 2017). Lietuvos autoriai (Černavičiūtė, Strazdas, et. All, 2015), analizuodami KKI sektorių (tarp jų ir audiovizualinį), išskiria didelį sistemų inovacijų potencialą.
8. Įprastai medijų produktai (pvz., kino filmas) platinami, naudojantis informacinėmis komunikacijų technologijomis, ir pademonstruoja kūrybinį produktą, ir įgyja komercinę vertę tik panaudojus technologines platinimo, transliavimo priemones. Todėl turinio transliavimui turi ypač didelę reikšmę sukurti turinio komunikaciniai kanalai, kurie ir priartina turinį prie vartotojo. Analizuojant audiovizualinio sektoriaus potencialą MTEPI kontekste matyti, kad produktų platinimo sistemos ir kiti verslo ir socialiniai modeliai yra potencialūs MTEP produktai kino industrijoje.
9. MTEPI daugiasektorėje ir daugiasluoksniėje (žinių imlumo prasme) kino industrijoje neabejotinai egzistuoja, juos belieka „atrasti“, ypač pačios kino industrijos atstovams ir mokslininkams. Šiems procesams paspartinti būtina suformuoti gebėjimus identifikuoti MTEP, paskatinti susidomėjimą MTEP skatinimo priemonėmis. Nauji audiovizualiniai produktai ir sektoriaus teikiamos paslaugos gali prisidėti prie Europos ir Lietuvos identiteto stiprinimo ir formavimo.

MTEPI SKATINIMO INSTRUMENTAI

10. Inovacijos dėl savo prigimties yra didelio neapibrėžtumo ir aukštos rizikos, todėl, siekiant skatinti inovacijas nacionaliniu mastu, valstybės intervencija inovacijų srityje suprantama kaip neišvengiama inovacinio proceso sudėtinė dalis, t. y. valstybė nusprendžia įsikišti į rinkoje vykstančius inova-

cijų kūrimo, vystymo procesus. ES sukurta reglamentuota, sisteminga ir kompleksiška inovacijų ir mokslinių tyrimų skatinimo sistema, matyti, yra nepakankama ekosistema visų sričių augimui, kur potencialą turinčios industrijos daro mažiausią pažangą. Tai paskatino ieškoti intervencinės sistemos spragų.

11. Europos Sąjungoje sukurta MTEPI politika, priemonės ir instrumentai Europos verslo konkurencingumui didinti rodo nedidelį efektyvumą tiek Europos mastu, tiek Lietuvoje. 2017 metų Europos inovacijų švieslenteje Lietuva užima tik 16-tą vietą tarp visų ES valstybių. Žemą Lietuvos MTEPI politikos efektyvumą patvirtina ir Valstybės kontrolės audito išvados.
12. 2014–2020 m. ES finansinio programavimo laikotarpiui Europos Sąjungos šalys narės įsipareigojo parengti sumanios specializacijos strategijas, kuriose kiekviena numato savo šalies MTEPI raidos kryptis ir prioritetus. Lietuva nustatė šešias prioritetines mokslinių tyrimų ir eksperimentinės (socialinės, kultūrinės) plėtros ir inovacijų raidos kryptis. KKI sektorius yra identifikuotas kaip vienas iš potencialių prioriteto „Įtrauki ir kūrybinga visuomenė“ dalyvių. Sumanios specializacijos kontekste audiovizualinės medijos išskirtos kaip vienos iš didžiausių potencialų Lietuvoje turinčių KKI sričių, tai sudaro prielaidas audiovizualinio ir kino sektoriaus įmonėms gauti valstybės investicijų MTEP projektams finansuoti.
13. Lietuvoje MTEP skatinimui naudojamos mokesčių lengvatos ir ES struktūrinių fondų priemonės, kaip dalinio kofinansavimo instrumentai. Mokesčių lengvatos yra trys: 1) pelno mokesčio lengvata įmonėms, kurios vykdo MTEP veiklą, 2) pelno mokesčio lengvata, numatanti pagreitintą MTEP naudojamo ilgalaikio turto amortizaciją ir 3) pelno mokesčio lengvata pajamoms, gautoms iš MTEP veiklos sukurtų rezultatų pardavimo. Siekdamas pasinaudoti MTEP mokesčių lengvatomis, įmonės turi identifikuoti vykdomas MTEP veiklas, tinkamai jas dokumentuoti, deklaruoti mokesčių administratoriui (Valstybinei mokesčių inspekcijai) ir pasinaudoti lengvata.

MTEP MOKESČIŲ LENGVATOS

14. Lietuvoje pelno mokesčio lengvata pasinaudojusių įmonių skaičius šalyje išlieka santykinai mažas (149 iš 93 017 ūkio subjektų 2015 m.). Mokesčių lengvatų MTEP srityje skatinimas Lietuvoje neatitinka pažangiausių kitų šalių praktikų. Esamos priemonės yra riboto taikymo, nėra pritaikytos mažų ir vidutinių, naujų įmonių MTEP veikloms skatinti, nes norint jomis pasinaudoti reikia papildomų žinių ir išteklių, kurių mažos ir vidutinės įmonės stokoja.
15. Audiovizualinis sektoriaus įmonės MTEP mokesčių lengvatų instrumentais Lietuvoje nesinaudojo. Tačiau tyrimų duomenys rodo, kad kitose šalyse (pvz., Jungtinėje Karalystėje) MTEP audiovizuali-

niame sektoriuje vykdomas, deklaruojamas ir naudojamas mokesčių lengvatomis.

16. Analizuojant mokesčių skatinamąsias priemones MTEP terpei sukurti, matyti, kad skirtingų šalių mokesčių lengvatų modeliai skiriasi pagal mokesčių lengvatos rūšis; atskiras MTEP išlaidų rūšis; atskiras MTEP projektų išlaidų kategorijas; įmonių mokesčių kategorijas. Lietuvos mokesčių lengvatos MTEP mokesčių lengvatų reitinge užima 54 ir 59 vietas iš 84.
17. Pažangiausios MTEP mokesčių lengvatos Europos Sąjungos (Europos ekonominės erdvės) mastu yra:
 1. Prancūzijos MTEP mokesčio lengvata „Jeunes Entreprises Inovantes“, naujos įmonės, kurių sąnaudų 15 proc. ar daugiau sudaro MTEP, atleidžiamos nuo socialinių mokesčių (vidutiniškai 4 m. laikotarpiui), 1 metus atleidžiama nuo pelno mokesčio, antrus – 50 proc. pelno mokesčio lengvata.
 2. Norvegijos MTEP mokesčio lengvata „SkatteFUNN“, mažinanti pelno mokestį SVĮ 20 proc., didelėms įmonėms – 18 proc. iki 1 mln. EUR.
 3. Danijos MTEP mokesčio lengvata „Accelerated amortization“, sutrumpinanti MTEP įrangos nusidėvimą iki 1 metų.
 4. Nyderlandų MTEP mokesčio lengvata „WBSO“, mažinanti įmonių išlaidas MTEP veikloms sumažinant pelno, gyventojų pajamų, valstybinio socialinio draudimo mokesčius, taip pat prototipavimą, MTEP įrangos sąnaudas.
18. Vienintelis šiuo metu motyvacinis instrumentas Lietuvoje siekiant MTEP veiklų vystymo yra mokesčių lengvatos, kurios akivaizdžiai nėra efektyvios ne tik KKI, bet ir kituose verslo sektoriuose bendrai. Mokesčių lengvatų taikymas reikalauja papildomų žinių (MTEP veiklų atpažinimo), sąnaudų (MTEP veiklų dokumentavimo) ir rizikos, kuri atsiranda su tikrinančiomis institucijomis. Darytina išvada, kad šios pelno mokesčio lengvatos nemotyvuoja KKI sektoriaus ir turi būti svarstomi kiti galimi instrumentai.

ES INTERVENCINIS SKATINIMAS

19. Vadovaujantis Sumanios specializacijos strategijos prioritetais, Lietuvoje 2014–2020 m. ES finansavimo laikotarpiu patvirtinta 24 MTEP skatinimo instrumentai, įskaitant žmogiškųjų išteklių priemones, pagal kuriuos numatomas skirti 740 362 860,00 Eur finansavimas.
20. Analizuojant Lietuvos intervencines priemones matyti, kad didžiausias instrumentų kiekis Lietuvoje skirtas investicijų į MTEP didinimui (12 instrumentų iš 24) – privačiam sektoriui skatinti (subsidijos ir paskolos įmonių MTEP veikloms) ir viešajam sektoriui (parama viešojo sektoriaus MTEP). Pastebėtina, kad instrumentų kiekiu (7 iš 24) išsiskiria ir inovacijų ekosistemos galimybių stipri-

nimas ir sinergijų paieška, skirta sinergijų skatinimui, ekosistemų galimybių didinimui. Mažiausia dalis instrumentų numatyta gebėjimų ugdymui ir prieigai prie ekspertinių žinių.

„INTELEKTAS“ KAIP MTEP VERTINIMO KKI ATSPINDYS

21. Atliekant ES intervencinių instrumentų, skatinančių MTEP veiklas, analizę, buvo pasirinktas „Intelektas“ kaip vienas iš svarbiausių Sumanios specializacijos įgyvendinimo instrumentų, aktualiausias verslo įmonėms, o šio tyrimo rėmuose – KKI audiovizualiniam sektoriui. Iš „Intelektas“ analizės matyti, kad MTEP vertinimo kriterijai skirtingoms pramonės sritims yra vienodi, tačiau žinant KKI produktų specifiškumą, kad jų dalis yra meno produktai, nėra atskirų vertinimo kriterijų.
22. Mokslo įstaigose yra reglamentuoti kvalifikaciniai dėstytojų menininkų, mokslo darbuotojų reikalavimai, Švietimo ir mokslo ministerijos patvirtinta Mokslo ir studijų institucijų mokslo (meno) darbų vertinimo metodika, šie dokumentai nustato menininkų, kaip mokslo darbuotojų, ir meno kūriniių vertinimo kriterijus. Meno kūrinio, kaip sudėtinės KKI produkto dalies, vertinimo kriterijai nėra integruoti į „Intelektas“ projektų naudos ir kokybės vertinimo kriterijus, tai įrodo šio instrumento abstrahavimą iš KKI lauko ir negalimo jo taikymo.
23. Darytina išvada, kad dabartiniai „Intelektas“ kriterijai neatitinka ir neleidžia tinkamai įvertinti kuriamų KKI (tarp jų meno) produktų MTEP ir atskleisti KKI MTEP potencialo, tiriamuoju atveju – audiovizualiniame sektoriuje. Naujų kriterijų nustatymas atveriant galimybes kultūros ir kūrybos turinio produktams nėra šio tyrimo uždavinys, tačiau atkreiptinas dėmesys, kad tai yra galima kliūtis siekiant sektoriui ES finansavimo.
24. MTEP skatinimo instrumentai yra valstybės intervenciniai instrumentai, jų pritaikymas specifiniams produktams yra valstybės politikos dalis. Šiuo metu visi instrumentai yra sukurti visoms pramonės šakoms bendrai, nevertinant galimo produkcijos poveikio socialinei gerovei, kuri, viena vertus, gali pasirodyti nereikšminga bendrame ekonominiame kontekste, tačiau įvertinus gyventojų emigracijos, nusivylimo ir kitas esamas socialines problemas, naujų MTEP produktų turinys gali pasirodyti labai reikšmingas tiek bendrai šalies ekonomikai, tiek gyventojų ir dirbančiųjų skaičiaus didinimui Lietuvoje arba jų motyvacijai likti Lietuvoje. Prasmės ir identiteto diskusijos vyksta ir Europos mastu. Išmatuoti audiovizualinių produktų poveikį vartotojų nuomonei reikėtų atlikti papildomus tyrimus, tačiau šio tyrimo kontekste matyti, kad vykdoma ūkio, švietimo ir mokslo politika nesudaro lygių sąlygų kultūrinio ir estetinio turinio produktų kūrimui ir su tuo susijusiai MTEP veiklai, taip pat neišskiriant dvasinio turinio produktų poveikio žmogaus sveikatai, emocinei būklei ir kitiems gerovės parametrams.

TARPTAUTINĖS PROGRAMOS IR GALIMYBĖS

25. Didžiausia Europos Sąjungos tyrimų ir inovacijų programa 2014–2020 m. yra „Horizontas 2020“. Prioritetas „Pažangus mokslas“ (angl. Excellent Science) skirtas skatinti aukšto lygio mokslinius tyrimus, „Pramonės lyderystė“ (angl. Industrial Leadership) – skatinti inovatyvias mažas ir vidutinės įmones ir jų vykdomus tyrimus pramonės technologijų srityse, o „Visuomenės iššūkiai“ (angl. Societal Challenges) – skatinti visuomenei aktualių klausimų, susijusių su klimato kaita, transportu, energetika, maisto sauga, saugumu ir kita, sprendimus. Didžiausia ES programa moksliniams tyrimams ir inovacijoms „Horizontas 2020“ yra tarptautinė MTEPI finansavimo galimybė KKI audiovizualinio sektoriaus įmonėms, teikiant paraiškas tiek pavieniui, tiek su tarptautiniais partneriais. Iš pirmųjų programos rezultatų matyti, kad Lietuvos pareiškėjų dalyvavimas „Horizonto 2020“ programoje apima ir Sumanios specializacijos proveržio inovacijų sritį, kuriai priklauso audiovizualinės medijos, tačiau konkurencija dėl finansavimo yra didelė ir MTEPI projektų idėjos tarptautiniu mastu turi būti aktualios bei reikšmingos, atitinkančios programos prioritetus.

LIETUVOS AUDIOVIZUALINIO SEKTORIAUS MTEP RAIŠKA

26. Audiovizualinis sektorius tyrimui pasirinktas dėl jo daugiasektorės prigimties (apima daug KKI sektorių) ir imlumo inovacijoms. Empirinio tyrimo metu buvo siekiama atskleisti audiovizualinio sektoriaus atstovų (ekspertų) požiūrį į šio sektoriaus kompetencijas vystant inovacijas, atskleisti esamas praktikas, išryškinti šių praktikų MTEP požymius ir galimybes kuriant į inovacijas orientuotą audiovizualinių paslaugų ir produktų kultūrą.
27. Interviu ir grupinės diskusijos buvo pagrįsti dviem projekto tikslą atliepančiomis dimensijomis (uždaviniais): 1) MTEP veiklos audiovizualiniame sektoriuje samprata ir bruožai pagal Frascati vadovą (2015); 2) MTEPI veikla audiovizualinio produkto ar paslaugos kūrimo procese. Kaip teigiama Frascati vadove (2015), tam, kad tam tikra veikla būtų pripažinta MTEP, yra naudojami penki kriterijai: veiklos naujumas, kūrybiškumas, neapibrėžtumas (rezultatų atžvilgiu), sistemingumas, perdavimas (arba atkartojimas, tiražavimas).
28. Lietuvos audiovizualiniame sektoriuje tyrimo metu išskirti 3 tipai priemonių, kuriomis siekiama audiovizualinio produkto ar paslaugos naujumo: (1) naujos technologinės priemonės; (2) naujos turinio kūrimo priemonės; (3) naujos produkto (paslaugos) sklaidos ir poveikio priemonės. Kaip ne mažiau svarbus akcentuotas sklaidos ir naujų poveikio priemonių kūrimas, kai sukonstruojami modeliai, kurie paskatina vartoti audiovizualinio sektoriaus kuriamą produktą. Sudėtingiausias yra naujų turinio priemonių kūrimas (čia svarbūs tampa aktoriai, režisieriai, turinio sprendimai,

- kuriamos emocijos).
29. Respondentai akcentavo, kad naujų žinių dažniausiai reikia iš įvairiausių mokslų sričių: technologijos ir fizinių (pvz., fizikos ir pan.), socialinių (pvz., sociologijos, psichologijos ir pan.), humanitarinių (pvz., istorijos ir pan.), biomedicinos ir kt. Dažniausiai šis poreikis siejamas su audiovizualinio produkto specifika (pvz., filmo turiniu). Žinios įgyjamos įvairiais būdais: kviečiantis ir konsultuojantis su specialistais, vykdant apklausas, atliekant tyrimus ir bandymus. Tačiau didžioji dalis respondentų pabrėždavo eksperimentinės plėtros svarbą. Eksperimentinės plėtros svarba buvo akcentuojama visų respondentų, buvo kartojama, kad vyksta bandymai ir pakartotinių tobulinimai. Tad atkreiptinas ypatingas dėmesys ne tiek į mokslinių tyrimų (MTEP etapai 1–4), kiek į eksperimentinės plėtros svarbą (MTEP etapai 6–9).
 30. Interviu ir diskusijų dalyviai teigė, kad neapibrėžtumas būdingas veiklai audiovizualiniame sektoriuje ir atsiskleidžia viso audiovizualinio produkto kūrimo proceso metu: pradėdant nuo idėjos scenarijui, nuo aktorių atrankos ir baigiant galutinio produkto tobulinimu atsižvelgiant į testuojamos auditorijos refleksijas. Respondentų teigimu, neapibrėžtumo valdymui naudojamas testavimas. Visi tyrimo dalyviai sutinka, kad veiklos sistemingumas priklauso nuo aiškaus plano, biudžeto išdėstymo, vietos ir žmogiškųjų išteklių parinkimo, darbų planų. Kalbėdami apie MTEP vykdomų veiklų gautų žinių tiražavimą, diskusijų dalyviai teigė, kad būtent sėkmingas gautų žinių integravimas į galutinius produktus garantuoja komercinę sėkmę ir mažina neapibrėžtumą, riziką. Diskusijose taip pat buvo akcentuotos autorių teisės ir patentavimas.
 31. Analizuojant MTEPI veiklą audiovizualinio produkto ar paslaugos kūrimo procese išryškėjo audiovizualinio sektoriaus atstovų leksikos skirtumai apibūdinant vykdomas veiklas, nesutarimai dėl vartojamų sąvokų sektoriuje arba jų tikslų reikšmių.
 32. Interviu ir grupinių diskusijų metu buvo išsamiai aptarti audiovizualinio sektoriaus produkto ar paslaugos kūrimo proceso etapai. Diskusijoje išryškėjo daugiau taikomųjų nei fundamentinių žinių poreikis. Respondentai pabrėžė žinių taikymo svarbą kuriant audiovizualinį produktą (paslaugą).
 33. Pavyko užfiksuoti kelis bendrus požiūrius. Konceptijos įgyvendinimo įrodymas (patvirtinimas) susijęs su testavimais, bandymais. Šiame procese dalyvauja visa audiovizualinio produkto kūrybinė grupė.

Kas yra modelis ar maketas, nuomonės išsiskyre. Tačiau pavyko surasti prototipo apibrėžimą, nors diskusijoje nuskambėjo keletas galimų versijų.

Audiovizualinio produkto prototipu yra įvardijama parengta, bet dar iki galo nesutvarkyta produkto versija, kurią dar galima tobulinti atsižvelgiant tiek į ekspertų, tiek ir į potencialios audi-

torijos rekomendacijas.

Pasak diskutantų, prototipo demonstravimas yra suvokiamas kaip „pusiau viešas“ demonstravimas, kai jau yra sumontuotas produktas, turintis visus produkto elementus (garsą, šviesą, kt.).

Diskusijos dalyviai identifikavo kelis naujo produkto įvertinimo adresatus: filmo dramaturgo, montuotojo, distributoriaus vertinimą, auditorijos apklausą.

34. Tyrimo dalyvių nuomonės išsiskyrė nustatant MTEP etapų ribas. Todėl darytina išvada, kad patys sektoriaus atstovai turi susitarti dėl MTEP terminologijos ir etapų ribų nustatymo, kaip ir dėl produktų išvystymo etapų.
35. Vertinant audiovizualinio sektoriaus produktų (paslaugų) atitiktį MTEP sampratai pagal Frascati vadovą (2015), galima teigti, kad audiovizualinio sektoriaus produktai atitinka nustatytus MTEP požymius.
36. Audiovizualiniame sektoriuje yra poreikis tiek technologinėms, tiek netechnologinėms inovacijoms. Vertinant produktą sukūrimo požiūriu, dominuoja netechnologinės, kūrybinės arba kitaip vadinamos „minkštosios“ inovacijos ir su tuo susijusios socialinių, humanitarinių ir menų MTEP veiklos.
37. Kūrybos pramonėje sukurtų žinių perdavimas nėra siekiamybė, neturi plataus tiražavimo poreikio ir plačių perdavimo galimybių, žinių perdavimas yra per brangus (kadangi kiekvieną kartą siekiama originalumo). Tačiau šio sektoriaus didžioji dalis žinių yra autoriaus, bendraautorių kūryba arba specializuotos žinios, kurių nesiekama perduoti arba tiražuoti.
38. Pagal Frascati vadovą moksliniai tyrimai turi būti formalizuoti. KKI sektoriaus įmonėms vykdant MTEP veiklą, gaunamos unikalios žinios, kurios turi ribotas tiražavimo galimybes, todėl MTEP proceso dokumentavimas dažnai tampa per brangus. Dėl šios priežasties audiovizualiniame sektoriuje dominuoja neišreikštos žinios (angl. Tacit knowledge) ir pažangioji patirtis („know how“). Kuriant audiovizualinį produktą ar paslaugą pereinami visi MTEPI produkto kūrimo etapai.

MTEP VEIKLŲ ATPAŽINIMO IR DOKUMENTAVIMO METODOLOGIJA

39. KKI verslo įmonės vykdo MTEP, tačiau, kaip bebūtų paradoksalu, dažnu atveju nežino, t. y. savo vykdomose veiklose to neatpažįsta ir neidentifikuoja, savo veiklas apibrėždamos kitais (kaip kūryba ar pan.) nei moksliniais terminais.
40. MTEP veikloms, nepriklausomai nuo to, kas jas vykdo, yra būdingas tam tikrų bendrų bruožų rinkinys. MTEP veikla visada siekiama naujų sprendinių, pagrįstų originaliomis koncepcijomis (ir jų interpretacijomis) arba hipotezėmis. Galutiniai MTEP veiklos rezultatai (ar bent jiems pasiekti reikalingi laiko ir kiti ištekliai) pasižymi neapibrėžtumu. MTEP veikla yra planuojama, turi biudžetą (net

jei ją atlieka individualūs asmenys) ir ja siekiama generuoti rezultatus, kurie gali būti perduodami arba parduodami rinkoje. Projekto sąmata gali būti formalizuota (parengta ir patvirtinta prieš įgyvendinant projektą) ir (arba) įvertinta (identifikuota) pagal projekto vykdymui faktiškai alokuotus resursus bei projekto metu faktiškai patirtas sąnaudas. Kad veikla būtų pripažinta MTEP veikla, ji visada (nepriklausomai nuo to, ar ji yra nuolatinė, ar atsitiktinė) turi atitikti penkis pagrindinius kriterijus, ji turi būti: nauja (originali), kūrybiška, neapibrėžta; sisteminga, perduodama ir (arba) atkartojama.

41. Pateikta metodologija yra universali KKI sektoriui. Kiekvienas KKI sektorius galėtų adaptuoti šią metodologiją papildydamas ją atitinkamų subsektorių pavyzdžiais. Šis procesas paskatintų srities ekspertų, mokslininkų, menininkų ir verslininkų diskusijas susitarti dėl MTEP veiklų atpažinimo atskiruose sektoriuose ir kitų MTEP veiklų skatinančių ir ribojančių priemonių.

REKOMENDACIJOS

1. Kūrybinėse industrijose vienos inovacijų sampratos nėra, nes kiekvienas kūrybinio rezultato (intelektinės nuosavybės) produktas, kuris nėra kopija, gali būti apibūdintas kaip inovacija (intelektinės kūrybos originalas, prototipas). Inovacijos naujumo lygis KKI sektoriuje didžiaja dalimi nustatomas srities ekspertų – menininkų, vertintojų, ekspertų, todėl reikia siekti tarpsritinio dialogo ir ekspertinių diskusijų meno MTEPI kontekste. Susitarti dėl bendrų sąvokų, supratimo, ribų nustatymo, pasiekti bendrą MTEP veiklų suvokimą, aptarti potencialą, sąsajas su kitomis mokslo sritimis, persvarstyti atskirų sričių ekspertams MTEP skatinimo instrumentų vertinimo kriterijus.
2. Skirtingų šaltinių analizė parodė, kad Lietuvoje sukurti MTEP skatinimo instrumentai nėra efektyvūs tiek verslui apskritai, tiek KKI. Siekiant poveikio MTEP vystymui Lietuvoje apskritai rekomenduotina papildyti skatinamąsias priemones, kurios padėtų atskleisti specifinių sektorių potencialą.
 - 2.1 Mokesčių lengvatų taikymas reikalauja papildomų žinių (MTEP veiklų atpažinimo), sąnaudų (MTEP veiklų dokumentavimo) ir rizikos, kuri atsiranda su tikrinančiomis institucijomis, orientuotas tik į pelningas įmones. Sprendžiant susidariusią spragą rekomenduotina sukurti priemonę, kuri padėtų atpažinti MTEP veiklas verslo sektoriuose ir suteiktų intervencinę pagalbą identifikuoti ir dokumentuoti MTEP ir pasinaudoti mokesčių lengvatomis. Tai turėtų būti vienkartinio poveikio instrumentas, panašus kaip „Inovaciniai čekiai“.
 - 2.2 Dabartiniai „Intelektu“ kriterijai neatitinka ir neleidžia tinkamai įvertinti kuriamų (meno) produktų MTEP, atskleisti MTEP potencialo KKI, tiriamuoju atveju – audiovizualiniame sektoriuje. Turi būti nustatyti nauji kriterijai, atveriantys galimybes kultūros turinio produktams. Rekomenduotina srities ekspertams kartu su mokslininkais, MTEPI ekspertais, ypač su politikos formuotojais išdiskutuoti ir nustatyti meno kūriniais vertinti tinkamus kriterijus, kurie nediskriminuotų jų vertinimo MTEP kontekste.
 - 2.3 Analizuojant KKI MTEPI kontekste matyti eksperimentinės plėtros svarba kuriant ir vystant produktus. Mokslo tyrimai ir analizės nespėja pasivyti nuolatinių technologinių pokyčių industrijoje. Rekomenduotina sukurti priemones, skatinančias eksperimentinę plėtrą įmonėse, kūrybos ir patirties pagrindu atsiejant jas nuo mokslinės veiklos (pvz., „EP produktai“), kuri yra universitetų, o ne verslo įmonių veiklos prerogatyva ir tikslas.
3. Viena vertus, akivaizdus verslo sektoriaus edukacijos trūkumas identifikuojant MTEP veiklų požymius, kita vertus, akivaizdus meno turinio, kaip MTEPI produkto, sukūrimo edukacijos trūkumas MTEPI specialistų lauke, todėl rekomenduotina, kad MTEP atpažinimo edukacinės programos būtų įtrauktos į studijų programas, tai suponuotų ateities verslo kitokį požiūrį į MTEPI identifikavimą.

LITERATŪROS SĄRAŠAS

1. Ateities visuomenės institutas. (2016). *Lietuvos regionų savivaldybių kultūros įstaigų veiklos inovatyvumo vertinimo ir jo skatinimo galimybių analizė*. Vilnius: Firidas.
2. Bakhshi, H., & Lomas, E. (2017). *Defining R&D for the Creative Industries. Policy Briefing*. London: NESTA.
3. Blaug, M. (2001). Where are we now on Cultural Economics. *Journal of Economic Surveys*, 15.
4. Carroll, N. (1998). *A Philosophy of Mass Art*. Oxford: Oxford University Press.
5. Caves, R. (2000). *Creative Industries: Contract between Arts and Commerce*. Cambridge, Harvard: UP.
6. Cowen, T., & Tabarrok, A. (2000). An Economic Theory of Avant-Garde and Popular Art, or High and Low Culture. *Southern Economic Journal*, 67, 232–253.
7. Chapain, C., & Stachowiak, K. (2017). Innovation dynamics in the film industry: The case of the Soho cluster in London. In Chapain, C., & Strykiewicz, T. (Eds.), *Creative industries in Europe: Drivers of new sectoral and spatial dynamics* (pp. 65–94). Cham: Springer.
8. Černevičiūtė, J. (2011). Kūrybinių industrijų raidos perspektyva: nuo žemėlapių link potyrių. *Acta Academiae Artium Vilnensis (Dailė)*, 63, 23–34.
9. Černevičiūtė, J., Strazdas, R. ir Šukaitytė, R. (2014). System innovation approach in Lithuanian film industry. In *18th International conference on Cultural Economics (ACEI 2014)* (pp. 1–14). Montreal: Association for Cultural Economics International.
10. Černevičiūtė, J., Strazdas, R., Jančoras, Ž., Kregždaitė, R. ir Morkevičius, V. (2015). *Kūrybinių industrijų plėtojimo kompleksiniai veiksniai: kolektyvinio kūrybingumo ugdymas*. Vilnius: VGTU.
11. ES investicijos. (2017). *Mokslinių tyrimų ir eksperimentinės plėtros finansavimo 2014–2020 metų Europos Sąjungos struktūrinių fondų lėšomis išankstinis vertinimas*. Vilnius.
<http://www.esinvesticijos.lt/docview/?id=11007&h=62aa2&t=MTEP%20exante%2020170929>
12. European Audiovisual Observatory. (2014). *Box office up in the European Union in 2014 as European films break market share record*, Press release.
13. Europos Komisija. (2010). *Komisijos komunikatas Europos Parlamentui, Tarybai, Europos Ekonomikos ir socialinių reikalų komitetui ir Regionų komitetui. Strategijos „Europa 2020“ pavyzdinė iniciatyva „Inovacijų sąjunga“*, SEC(2010) 1161, Briuselis, 2010 10 06 COM(2010) 546. http://ukmin.lrv.lt/uploads/ukmin/documents/files/inovaciju_sajunga.pdf
14. Europos Komisija (2010). *Komisijos komunikatas. KOMISIJOS KOMUNIKATAS. 2020 M. Europa. Pažangaus, tvaraus ir integracinio augimo strategija*, Briuselis. [https://sumin.lrv.lt/uploads/sumin/documents/files/ES_parama/2020m_europa_\(4\).pdf](https://sumin.lrv.lt/uploads/sumin/documents/files/ES_parama/2020m_europa_(4).pdf)
15. Europos Komisija. (2010). *Žalioji knyga. Kultūros ir kūrybos sektorių potencialo išlaisvinimas*. Briuselis.
16. Europos Komisija. (2014). *Komisijos komunikatas Europos Parlamentui, Tarybai, Europos Ekonomikos ir socialinių reikalų komitetui ir Regionų komitetui. Europos kinas skaitmeniniame amžiuje. Kultūrų įvairovės ir konkurencingumo sąsaja*.
17. Europos Komisija. (2014). *Komisijos komunikatas Europos Parlamentui, Tarybai, Europos Ekonomikos ir socialinių reikalų komitetui ir Regionų komitetui. Pažangaus, tvaraus ir integracinio augimo strategijos „Europa 2020“ rezultatų apžvalga*. Briuselis, 2014 03 05 COM(2014) 130. http://ec.europa.eu/europe2020/pdf/europe2020stocktaking_lt.pdf
18. European Parliament. (2014). *An overview of Europe's film industry*, Briefing. December 2014.
19. [http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2014/545705/EPRS_BRI\(2014\)545705_REV1_EN.pdf](http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2014/545705/EPRS_BRI(2014)545705_REV1_EN.pdf)
20. *Europos Sąjungos sutarties ir Sutarties dėl Europos Sąjungos veikimo suvestinės redakcija* (2012). 2012/C 326/01.
21. Deloitte (2016). Lithuania. Corporate R&D Report 2016. Prieiga per internetą: https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/Lt/Documents/tax/LT_Lithuania_R&D_2016.pdf
22. Frascati vadovas (2015). *Mokslinių tyrimų ir eksperimentinės plėtros duomenų rinkimo bei teikimo rekomendacijos. Mokslinės, technologinės ir inovacinės veiklos vertinimas (lietuviškas leidimas)*. Vilnius: Lietuvos inovacijų centras, 2017.
23. Fowkes, R. K., Sousa, J. & Duncan, N. (2015). *Evaluation of Research and Development Tax Credit, HMRC Working Paper*.
24. Galenson, D.W. (2006). *Old masters and young geniuses: Patterns of creativity in modern art*. Princeton, N. J.: Princeton UP
25. Handke Ch. (2004) *Measuring Innovation in Media Industries: Insights from a Survey of German Record Companies*. Berlin: Humboldt-University, Rotterdam: Erasmus University.
26. Hagi, A., & Yoffie, D.B. (2013). The new pattern intermediaries: Platforms, defensive aggregators and super-aggregators. *Journal of Economic Perspective*, 27(1), 45–66.
27. Hearn, G., Roodhouse, S., & Blackey, J. M. (2007.) From value chain to value creating ecology: Implications for creative industries development policy. *International Journal of Cultural Policy*, 13 (4), 419–436.
28. Higin, S. (2011). Digital curation: The emergence of a new discipline. *The International Journal of Digital Curation*, 6 (2), 78–88.
29. Hirsch, P. (1972). Processing fads and fashions: An organization-set analysis of cultural industry system. *American Journal of Sociology*, 77, 639–659.
30. Hözl, W. (2005). Entrepreneurship, Entry and Exit in Creative Industries: an Exploratory Survey. In Working Papers Series, *Creative Industries in Vienna: Development, Dynamics and Potentials*. (Working Paper N°1). Vienna University of Economics and Business Administration.
31. Jakubavičius, A. ir Vily, M. (2009). Viešosios inovacijų politikos vystymo prioritetai. *Viešasis administravimas*. Vilnius: Lietuvos viešojo administravimo lavinimo institucijų asociacija, 3–4 (23–24), 76–84.
32. Jaw, Y-L., Chen, Ch-L., Chen, S. (2012). Managing innovation in the creative industries – a cultural production innovation perspective. *Innovation: Management, Policy&Practice*. 14 (2), 256–275.

33. Jaw, Y-L., Chen, Ch-L., & Chen, S. (2012). Managing innovation in the creative industries – A cultural production innovation perspective. *Innovation: Management, Policy & Practice*, 14 (2), 256–275.
34. Kažukauskaitė, N. ir Kairienė, A. (Eds.). (2013). *Audiovizualinių medijų žodynas*.
35. KEA. (2017). Mapping the Creative Value Chains. A Study on the Economy of Culture in the Digital Age. Prieiga per internetą: <http://www.keanet.eu/wp-content/uploads/Final-report-Creative-Value-Chains.pdf>
36. Lampel, J., Lant T., & Shamsie J. (2000). Balancing Act: learning from Organizing Practices in Cultural Industries. *Organization Science*, 11 (3), 263–269.
37. Lampel, J., & Germain, O. (2016) Creative industries as hubs of new organizational and business practices. *Journal of Business Research*, 69, 2327–2333.
38. La Torre, M. (2014). The Road Ahead: A Financial Platform for the Audiovisual Industry. In *The Economics of the Audiovisual Industry: Financing TV, Film and Web*. London: Palgrave Macmillan.
39. Lawrence, T.B., & Philips, N. (2002). Understanding cultural industries. *Journal of Management Inquiry* 11(4), 430–441.
40. Lewandowski, M., (2015). Types of innovations in cultural organizations. *International Journal of Contemporary Management*, 14 (1), 69–76.
41. LPK. (2012). – Lietuvos profesijų klasifikatorius.
42. Lietuvos Respublikos kultūros ministerija. (2015). *Kultūros ir kūrybinių industrijų politikos 2015–2020 metų plėtros kryptys* (2015 m. liepos 31 d. Nr. IV-524).
43. Lietuvos Respublikos švietimo ir mokslo ministerija. (2015). *Mokslo ir studijų institucijų mokslo (meno) darbų vertinimo metodika*. (2015 m. vasario 5 d. įsakymo Nr. V-79 redakcija).
44. Lietuvos Respublikos švietimo ir mokslo ministerija (2016). *Lietuvos Respublikos mokslo ir studijų įstatymo Nr. XI-242 pakeitimo įstatymas*. 2016 m. birželio 29 d. Nr. XII-2534 (suvestinė redakcija nuo 2018-01-24).
45. Lietuvos Respublikos švietimo ir mokslo ministerija, Lietuvos Respublikos Ūkio ministerija. (2015). *Prioritetinės mokslinių tyrimų ir eksperimentinės (socialinės, kultūrinės) plėtros ir inovacijų raidos (sumanios specializacijos) krypties „Itrauki ir kūrybinga visuomenė“ prioritetų veiksmų planai*. (2015 m. kovo 31 d. Nr. V-290/4-175).
46. Lietuvos Respublikos Seimas. (2001). *Lietuvos Respublikos pelno mokesčio įstatymas*. (2001 m. gruodžio 20 d. Nr. IX-675).
47. Lietuvos Respublikos Seimas. (2002). *Lietuvos Respublikos kino įstatymas*. 2002 m. kovo 5 d. Nr. IX-752) suvestinė redakcija nuo 2018-01-01.
48. Lietuvos Respublikos valstybės kontrolė (2017). *Valstybės investicijos į MTEP siekiant inovacijų augimo. Valstybinio audito ataskaita*. 2017 m. balandžio 10 d. Nr. VA-P-50-1-7.
49. Lietuvos Respublikos Vyriausybė (2012). Lietuvos Respublikos Vyriausybės 2012 m. birželio 6 d. nutarimas Nr. 650 „Dėl Rekomenduojamos mokslinių tyrimų ir eksperimentinės plėtros etapų klasifikacijos aprašo patvirtinimo“.
50. Lietuvos Respublikos Vyriausybė. (2013). *Lietuvos inovacijų plėtros 2014–2020 metų programa*. (2013 m. gruodžio 18 d. Nr. 1281).
51. Lietuvos Respublikos Vyriausybė. (2013). *2014–2020 m. nacionalinė pažangos programa*. (2013 m. gruodžio 18 d. Nr. 1281).
52. Lietuvos Respublikos Vyriausybė (2013). *Prioritetinės mokslinių tyrimų ir eksperimentinės (socialinės, kultūrinės) plėtros ir inovacijų raidos (sumanios specializacijos) kryptys*. (2013 m. spalio 14 d. Nr. 951).
53. Lietuvos Respublikos Vyriausybė (2018). *2014–2020 metų Europos Sąjungos fondų investicijų veiksmų programos 1 prioriteto „Mokslinių tyrimų, eksperimentinės plėtros ir inovacijų skatinimas“ priemonės Nr. 01.2.1-LVPA-K-855 „Intelektas LT-2“ projektų finansavimo sąlygų aprašas Nr. 1*.
54. Lietuvos Respublikos švietimo ir mokslo ministerija. (2015). *Prioritetinės mokslinių tyrimų ir eksperimentinės (socialinės, kultūrinės) ir inovacijų raidos (sumanios specializacijos) krypties „Itrauki ir kūrybinga visuomenė“ prioritetų veiksmų planas*. (2015 m. kovo 31 d. Nr. V-290/4-175).
55. Lietuvos Respublikos švietimo ir mokslo ministerija. (2015). *Mokslo ir studijų institucijų mokslo (meno) darbų vertinimo metodika*. (2015 m. vasario 5 d. Nr. V-79 redakcija).
56. Lietuvos muzikos ir teatro akademijos senatas (2016). Nutarimas dėl minimalių kvalifikacinių Lietuvos muzikos ir teatro akademijos dėstytojų ir mokslo darbuotojų pareigybių reikalavimų aprašo naujos redakcijos tvirtinimo 2016-10-26 Nr. 9-SE-2, Vilnius. Prieiga per internetą: <https://lmta.lt/wp-content/uploads/2017/09/2016-10-26senatonutarimasnr9-se-2.pdf>
57. Lietuvos statistikos departamentas
58. Makselis, R. (2014). Kūrybinės industrijos ir tarpsektorinė inovacijų sąveika, Kultūros vadyba ir kultūros politika: kūrybingos veiklos modeliai. In Kuizininė, I. (Ed.) *Acta Academiae Arum Vilnensis*, 72. Vilnius: VDA leidykla.
59. Melnikas B., Jakubavičius, A., Leichteris, E. ir Vilyš, M. (2011). *Žinių ekonomikos kūrimas: Inovacijų paramos sistema, Lietuvos inovacijų centras*. Prieiga per internetą: http://ukmin.lrv.lt/uploads/ukmin/documents/files/inovaciju_sajunga.pdf
60. *Minimalūs kvalifikaciniai Vilniaus dailės akademijos dėstytojų-menininkų pareigybių reikalavimai*. Prieiga per internetą: <http://www.vda.lt/lt/dokumentai/kvalifikaciniai-reikalavimai-ir-aprasai>
61. Miles I., & Green L. (2008). *Hidden innovation in the creative industries*. NESTA. London.
62. MOSTA. (2017A) – Mokslo ir studijų stebėsenos ir analizės centras. *Sumanios specializacijos pažanga. Pirmoji ataskaita*. Prieiga per internetą: <http://mosta.lt/images/leidiniai/sumani-specializacija-pirmoji-ataskaita.pdf>
63. <http://mosta.lt/images/leidiniai/sumani-specializacija-pirmoji-ataskaita.pdf>
64. Mokslo ir studijų stebėsenos ir analizės centras (MOSTA) (2017B). *Tarpinio Sumanios specializacijos vertinimo ataskaita*.
65. Nacionalinė kūrybinių ir kultūrinių industrijų asociacija (2013). *Galimybių studija „Kūrybinių ir kultūrinių industrijų NKP projektų galybės paskatinti ekonomiką*.
66. Nacionalinė kūrybinių ir kultūrinių industrijų asociacija. (2014). *Lietuvos kūrybinių industrijų sektoriaus konkurencingumo tyrimas*.

67. Oslo vadovas (2015). Duomenų apie inovacijas rinkimo ir jų aiškinimo gairės, 3 laida, bendras EBPO ir Eurostato leidinys (lietuviškas leidimas). Vilnius: Lietuvos Respublikos ūkio ministerija.
68. OECD. (2017). *OECD Review of National R&D Tax Incentives and Estimates of R&D Tax Subsidy Rates*, 12 Sept. Prieiga per internetą: <http://www.oecd.org/sti/RDTaxIncentives-DesignSubsidyRates.pdf>.
69. OECD. (2010). *R&D Tax Incentives: Rationale, Design, Evaluation*. Paris.
70. OECD. (2013). *Science Technology Innovation Scoreboard*. Paris.
71. Peacefulfish. (2013). *Tyrimo apie Lietuvos kino industrijos plėtros galimybes pranešimas*.
72. Potts, J., & Cunningham, S. (2008). Four models of the creative industries. *International Journal of Cultural Policy*, 14 (3), 233–247.
73. Power, D. (2002). Cultural industries in Sweden: An assessment of their place in the Sweden economy. *Economic Geography* 78, 103–128.
74. Pratt, A. C. & Gornostaeva, G. (2009). The governance of innovation in the Film and Television industry: a case study of London, UK. Creativity, innovation and the cultural economy. In Taylor, F., Pratt, A. C., & Jeffcutt, P. (Eds.). *Creativity, Innovation and the Cultural economy*. London, NY: Routledge, 119–136.
75. Scott, A. J. (2000). *The cultural economy of cities*. London: Sage.
76. SESV – Sutartis dėl Europos Sąjungos veikimo.
77. Sedgwick, J. (2000). *Popular Film going in 1930s Britain: a Choice of Pleasures*. Exeter: Exeter University press.
78. Sedgwick, J. & Pokorny, M. (2005). The characteristics of film as a commodity. *Economic History of film*. London, NY: Routledge, 6–23.
79. Shubik, M. (2003). Dealers in Art. In Towse, R. (Ed.) *A Handbook of Cultural Economics*, Cheltenham: Edward Elgar, 194–200.
80. Simon, P. S., Benghozi, P. J., & Salvador, E. (2015). *The New Middlemen of the Digital Age: the Case of Cinema*, *Info*, 17 (6), 97–115.
81. Stoneman, P. (2007). *An introduction to the definition and measurement of soft innovation*. NESTA working paper. London: NESTA.
82. Taylor, F., Pratt, A. C., & Jeffcutt, P. (Eds.). (2009). *Creativity, Innovation and the Cultural economy*. London, NY: Routledge.
83. Throsby, D. (2010). *The Economics of Cultural policy*. Cambridge UP.
84. UK Technology Strategy Board. (2009).
85. UNCTAD. (2008). *Creative Economy Report 2008. The Challenge of Assessing the Creative Economy: towards Informed Policy-making*.
86. Valstybinė mokesčių inspekcija. (2017). *Pelno mokesčio lengvatos* (Parengta pagal teisės aktų nuostatas, galiojusias 2017 m. sausio mėn. 1 d.) Prieiga per internetą: <https://www.vmi.lt/cms/documents/10174/8274962/Leidinys+Pelno+mokescio+lengvatos.pdf/36055890-0a2e-412c-b90f-cc03c102bae7>
87. Vilniaus Gedimino technikos universiteto Atvirojo kodo institutas. (2010). *Galimybių studija „Vilniaus miesto kūrybinių industrijų žemėlapis“*.
88. ŽEF (2017) – Žinių ekonomikos forumas. *Investavimo į MTEPI, MTEPI išlaidų apskaitos ir MTEPI projektavimo praktika ir tendencijos*.

PRIEDAI

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

Kūrybinių industrijų UNCTAD klasifikacija		KI veiklos pagal EVRK veiklų klasifikatorius	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	
	Ekskursijų organizatorių veikla		79.12	
	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
			Naujienu agentūrų veikla	63.91
			Radijo 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	Kraštovaizdžio tvarkymas	81.30
			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			

Šaltinis: Černevičiūtė, Strazdas, Jančoras, Kregždaitė, Morkevičius, 2015

1 lentelė. Strategijos „Europa 2020“ iniciatyvoje „Inovacijų sąjunga“ numatyti mokslinių tyrimų ir inovacijų skatinimo veiksmai

Tikslas	Uždaviniai	Atsakingas šalis	Veiksmai	
ŽINIŲ BAZĖS STIPRINIMAS IR SUSISKAIDYMO MAŽINIMAS	Kompetencijos skatinimas švietimo ir įgūdžių ugdymo srityje	Valstybės narės	Parengti strategijas, kuriomis vadovaujantis būtų parengta pakankamai mokslo darbuotojų ir skatinamos patrauklios darbo sąlygos valstybinėse mokslinių tyrimų institucijose.	
		Europos Komisija	Rems nepriklausomo daugiaaspekčio tarptautinio reitingavimo sistemą, kad palygintų universitetų veiklą. Siūlymai dėl aukštojo mokslo reformų ir modernizavimo. Verslo ir mokslo bendradarbiavimo skatinimas.	
		Europos Komisija	Integruota el. įgūdžių, susijusių su inovacijomis ir konkurencingumu, ugdymo ir skatinimo sistema.	
	Europos mokslinių tyrimų erdvės sukūrimas	Europos Komisija	Europos mokslinių tyrimų erdvės sistema ir pagalbinės priemonės, kuriomis būtų šalinamos judumo ir tarpvalstybinio bendradarbiavimo kliūtys: doktorantūros studijų kokybė, patrauklios įdarbinimo sąlygos; mokslo darbuotojų judumas tarp šalių ir sektorių; tarpvalstybinis mokslinius tyrimus atliekančių organizacijų, finansavimo agentūrų ir fondų bendradarbiavimas; mokslinių tyrimų rezultatų sklaida, perdavimas bei naudojimas ir galimybė susipažinti su publikacijomis ir valstybės finansuojamų mokslinių tyrimų duomenimis; Europos vartotojų bendrijai atviros valstybių narių valdomos mokslinių tyrimų infrastruktūros; ES ir nac. MTEPI strategijų ir veiklos darba.	
			Racionalizuoti finansavimo priemones; padidintas Europos mokslinių tyrimų tarybos vaidmuo skatinant kompetenciją ir į pramonę orientuoti Bendrosios mokslinių tyrimų programos prioritetai.	
			Pateiks integruotą el. įgūdžių, susijusių su inovacijomis ir konkurencingumu, ugdymo ir skatinimo sistemą, parengs ES mokslinių tyrimų ir inovacijų programas taip, kad užtikrintų paprastesnę MVĮ prieigą ir aktyvesnį jų dalyvavimą.	
	ES finansavimo priemonių tikslas – su Inovacijų sąjunga susiję prioritetai	Europos Komisija	Europos Komisija	Sustiprins mokslo bazę politikai formuoti.
			Europos Komisija	EIT turėtų nustatyti strateginę inovacijų darbotvarkę savo veiklai.
			Europos Komisija	
	GERŲ IDĖJŲ TEIKIMAS RINKAI	Didesnės novatoriškų įmonių galimybės gauti finansavimą	Valstybės narės ir Europos Komisija	Nustatyti finansines priemones, kuriomis būtų pritraukiama daug daugiau privačių lėšų ir šalinamos rinkos spragos, susijusios su investicijomis į mokslinius tyrimus ir inovacijas. Užtikrintas didelis finansinio svėro poveikis, veiksmingas valdymas ir palankesnės sąlygos įmonėms gauti finansavimą: i) investicijomis į žinių perdavimą ir veiklą pradedančias įmones; ii) rizikos kapitalu sparčiai augančioms įmonėms, kad jos galėtų patekti į ES ir pasaulio rinkas; iii) investicijų į MTTP ir inovacijų projektus finansavimu, kai dalijamasi rizika; iv) paskolomis novatoriškoms sparčiai augančioms MVĮ ir vidutinėms įmonėms.
Valstybės narės ir Europos Komisija			Įsteigti rizikos kapitalo fondai; panaikinti visas tarpvalstybinei veiklai nepalankias mokesčių sistemas.	
Europos Komisija			Stiprins tarpvalstybinį novatoriškų įmonių ir tinkamų investuotojų bendradarbiavimą; skirs dėmesio inter alia tam tikroms finansinėms problemoms, su kuriomis susiduria mažos novatoriškos įmonės.	
Europos Komisija			Peržiūrės valstybės pagalbos moksliniams tyrimams bei technologinei plėtrai ir inovacijoms sistemą ir nustatys, kokias inovacijas tikslingiausia remti.	



Tikslas	Uždaviniai	Atsakingas šalis	Veiksmai
GERŲ IDĖJŲ TEIKIMAS RINKAI	Vienos bendros inovacijų rinkos sukūrimas	Europos Parlamentas ir Europos Taryba	Priimtų pasiūlymus dėl ES patento, jo kalbų vartojimo tvarkos ir bendros ginčų sprendimo sistemos.
		Valstybės narės	Atlikti svarbiausių sričių, pirmiausia tų, kurios susijusios su ekologinėmis inovacijomis ir Europos inovacijų partneryste, reglamentavimo sistemų patikrą.
		Europos Komisija	Pateiks komunikatą ir teisės akto dėl standartizacijos, kuris inter alia būtų taikomas IRT sektoriui, pasiūlymą siekdama paspartinti ir modernizuoti standartų nustatymą.
		Valstybės narės	Nustatyti novatoriškų produktų ir paslaugų (įskaitant susijusių su inovacijų partneryste; žr. 5 dalį) ikiprekybiniais viešiesiems pirkimams ir viešiesiems pirkimams specialiai skirtus biudžetus. Tokiu būdu visoje ES turėtų atsirasti viešųjų pirkimų rinkos, kurias per metus sudarytų mažiausiai 10 mlrd. EUR už inovacijas.
		Europos Komisija	Pateiks ekologinių inovacijų veiksmų planą.
	Atvirumo skatinimas ir Europos kūrybos potencialo išnaudojimas	Europos Komisija	Padidins pramoninio dizaino svarbą inovacijų politikoje; sukurs „Europos pramoninio dizaino kokybės“ ženklą; įsteigs Europos kūrybos sektoriaus aljansą, siekdama nustatyti naujas šių sektorių paramos formas ir skatinti kitus sektorius plačiau naudoti kūrybiškumą.
		Europos Komisija	Skatins plėtoti pažangias informacijos apie mokslinius tyrimus paslaugas, susijusias su visapusiška paieška ir galimybe laisvai susipažinti su mokslinių tyrimų projektų rezultatais.
		Europos Komisija	Sudarys palankesnes sąlygas bendriems moksliniams tyrimams ir žinioms; bus stiprinamas žinių perdavimo tarnybų vaidmuo viešosiose mokslinių tyrimų organizacijose; sudarys palankesnes veiksmingų bendrų mokslinių tyrimų ir žinių perdavimo sąlygas; sieks, kad būtų nustatytos įvairios galimybės apsaugoti intelektinę nuosavybę.
		Valstybės narės ir Europos Komisija	Pateiks pasiūlymų sukurti su patentais ir licencijomis susijusią Europos žinių rinką; gerins apleistas intelektinės nuosavybės teises.
		Europos Komisija	Nagrinės konkurencijos politikos svarbą užtikrindama, kad intelektinės nuosavybės teisės nebūtų naudojamos konkurenciją iškraipiančiais tikslais; atliks bendrų intelektinės nuosavybės teisių susitarimų poveikio analizę.
SOCIALINĖS IR TERITORINĖS SANGLAUDOS DIDINIMAS	Inovacijų naudą skleidimas visoje Sąjungoje	Valstybės narės	Daug veiksmingiau naudoti dabartinių struktūrinių fondų lėšas mokslinių tyrimų ir inovacijų projektams remti; sukurti vadinamąją pažangiosios specializacijos platformą, įskaitant tolesnę paramą pasaulinio lygio klasterių kūrimui.
		Valstybės narės	Rengti struktūrinių fondų programas, kuriose daugiausia dėmesio būtų skiriama inovacijoms ir pažangiajai specializacijai; reglamentuojama Europos regioninės plėtros fondo veikla, turėtų būti nustatyta pakankamai finansinių išteklių Europos Sąjungos regionų inovacijų iniciatyvoms remti.
	Didesnė socialinė nauda	Europos Komisija	Pradės bandomąjį Europos socialinių inovacijų projektą (...) ir bus sukurta virtuali socialiai atsakingų verslininkų ir viešojo bei trečiojo sektorių platforma. Teiks paramą novatoriškiems socialiniams eksperimentams vykdyti, įgyvendindama iniciatyvą „Europos kovos su skurdu planas“. Socialinės inovacijos turėtų tapti pagrindiniu būsimų Europos socialinio fondo programų akcentu.
		Europos Komisija	Rems svarbią su viešuoju sektoriumi ir socialinėmis inovacijomis susijusią mokslinių tyrimų programą; išbandys Europos viešojo sektoriaus inovacijų suvestinę, pagal kurią vėliau bus nustatyti viešojo sektoriaus inovacijų lyginamieji standartai.
		Europos Komisija	Konsultuosius su socialiniais partneriais, siekdama nustatyti, kaip žinių ekonomika galėtų aprėpti visus profesijų lygmenis ir visus sektorius.



Tikslas	Uždaviniai	Atsakingas šalis	Veiksmai
POLITIKOS POVEIKIO DIDINIMAS KITOSE ŠALYSE		Europos Sąjunga, valstybės narės	Parengti integruotas politines priemones, kuriomis būtų užtikrinama, kad geriausi dėstytojai, mokslo darbuotojai ir inovacijų kūrėjai gyventų ir dirbtų Europoje, pritraukiama į Europą tam pakankamai labai kvalifikuotų trečiųjų šalių piliečių.
		Europos Sąjunga, valstybės narės	Pasiūlys bendrus ES ir valstybių narių prioritetus mokslo ir technologijų srityje, kuriais būtų grindžiama bendra pozicija ar bendros iniciatyvos trečiųjų šalių atžvilgiu.
		Europos Sąjunga, valstybės narės	Bendradarbiauti diegiant pasaulines mokslinių tyrimų infrastruktūras; su prekybos partneriais turėtų būti susitarta dėl mokslinių tyrimų infrastruktūrų, įskaitant IRT, kūrimo.

Šaltinis: lentelė sudaryta autorių.

4 lentelė. Subjektų nuomonė dėl nesinaudojimo MTEP pelno mokesčio lengvata

ŠMM	ŪM	Verslo atstovai	Tyrimas*
<p>Įmonės nuogąstauja dėl mokesčių rizikos (kontroliuojančių institucijų patikrų, mokesčių administratoriaus nuobaudų) ir nebūdamos visiškai tikros, ar vykdomos veiklos tikrai yra MTEP, susilaiko nuo lengvatos taikymo.</p> <p>MTEP lengvata dažniausiai verta naudotis tik toms įmonėms, kurios turi didesnę pelną. Esant mažam pelnui, šios mokesčio lengvatos taikymo (deklaravimo, administravimo procedūrų) kaštai neatsiperka.</p>	<p>Įmonės neturi pelno, nes daugelis vykdančių inovacinę veiklą įmonių yra startuolės.</p> <p>Ilgalaikis materialinis turtas nėra MTEP pelno mokesčio lengvatos objektas, tačiau, Statistikos departamento duomenimis, vertinant MTEP veiklą 2014 m. verslo išlaidos turtui, tiesiogiai naudojamam MTEP veiklose, sudarė 39,4 proc. visų išlaidų.</p>	<p>Naudojimasis MTEP lengvata yra gana sudėtingai administruojama administracinė našta ir tik vidutinės bei didelės įmonės gali sau leisti skirti išteklių.</p> <p>Naudojimasis MTEP lengvata siejasi su rizika, įmonės rizikuojamos pasinaudoja lengvata, o vėliau VMI ateina tikrinti ir, jei randa neatitikimų, priskaičiuoja papildomai mokėtinas sumas ir delspinigius.</p> <p>MITA pagal dabar veikiančią tvarką vertina, ar įmonės vykdytos MTEP veiklos atitinka MTEP tik i) kai jau yra baigtos visos MTEP veiklos ir jei ii) yra ginčas su VMI dėl lengvatos pritaikymo nepripažinimo.</p>	<p>29 proc. respondentų atsakė, kad trūksta aiškumo dėl VMI mokesčių lengvatų taikymo.</p> <p>22 proc. respondentų teigia, kad neaiškiai surašytos gairės, pagal kurias būtų galima identifikuoti, kas klasifikuojama kaip inovacinė ar MTEP veikla.</p> <p>22 proc. respondentų teigia, kad susiduria su problemomis identifikuodami veiklas, už kurias būtų galima gauti mokesčių lengvatą ar kitokią paramą.</p>

Šaltinis: Valstybinio audito ataskaita, 2017.

*Lithuania, Corporate R&D Report 2016, Deloitte.

