

KŪRYBINIŲ INDUSTRIJŲ ĮTAKA EKONOMIKOS PLĖTRAI

Eugenija Martinaitytė, Rusnė Kregždaitė

Mykolo Romerio universiteto Ekonomikos ir finansų valdymo fakulteto
Bankininkystės ir investicijų katedra
Ateities g. 20, 80303 Vilnius, Lietuva
Elektroninis paštas: eu2martin@yahoo.com; rusne.kregzdaite@gmail.com

Pateikta 2012 m. birželio 30 d., parengta spausdinti 2013 m. spalio 21 d.

doi:10.13165/SMS-13-5-4-09

Anotacija. Šiame straipsnyje analizuojama kūrybinių industrijų sąsaja su ekonomikos augimu. Pateikiama kūrybinių industrijų sampratos analizė inovacijų ir ekonominės sistemos kontekste. Abipusis ryšys tarp kultūros sektoriaus ir ekonomikos, pasireiškiantis per visumą formų, reguliavimo įvairovę, tarp sistemines dimensijas, grindžia kūrybinių industrijų (KI) išskirtinumą ir finansavimo būtinumą. Kūrybinių industrijų sektoriai skiriasi nuo kitų ekonomikos sektorių savo ypatingu poveikiu inovacijoms, technologijoms, komunikacijoms, socialinei ir politinei sritims. Vertinant kūrybinių industrijų sektoriaus įtaką ekonomikai galima nagrinėti sektorių kaip proporcingą visos ekonomikos dalį, priklausomą nuo įvairių kintamųjų (užimtumas, pridėtinė vertė, paslaugų eksportas), taip pat galima vertinti kūrybinių industrijų statistinius indeksus, lyginti juos su kitais sektoriais vienoje šalyje ar tarp šalių.

Reikšminiai žodžiai: kūrybinės industrijos, kūrybingumo indeksas, ekonomikos augimas.

Ivadas

Ne pramoninių produktų ir paslaugų gamybos svarba išaugo po Antrojo pasaulinio karo, kai buvo pastebėta, kad šalies pajamos priklausomos nuo tokių industrijų, kaip žiniasklaida, pramogų ir meno sektoriai, veiklos efektyvumo. Pastarųjų metų globalizacijos tendencijos ir integracijos procesai, krizės pasekmės bei naujieji struktūriniai poslinkiai pasaulinėje ekonomikoje radikaliai keičia teorines sampratas, auga tarpdisciplininių tyrimų, įvertinančių naujus iššūkius, turinčius įtakos ekonominiam tvarumui, poreikis. Kūrybinės industrijos (KI) ir kultūros sektoriaus produktai tiesiogiai ir netiesiogiai veikia ekosocialinę sistemą, o tyrimai, nukreipti į tam tikrus viešojo sektoriaus segmentus, formuojami miestų plėtros modeliai, regioninės konvergencijos ir plėtros žemėlapiai, analizuojamos socialinės gerovės sąlygos, prielaidos ir perspektyvos, vis labiau aiškinamas socialinės atsakomybės kontekstas. Tarpdisciplininuose tyrimuose aiškinamasi, kokia šių industrijų vieta naujoje, t. y. sparčiai besikeičiančioje, konkurencingoje, pažangiausiomis technologijomis ir žiniomis grįstoje ekonomikoje ir kaip jos gali būti panaudotos bendruomenių, miestų ir regionų ekonominiam ir socialiniam vystymuisi. Ekonominę, socialinę bei kultūrinę terpę veikia kūrybingumas, inovacijos bei naujovių diegimas. Visuomenė įgauna kūrybingos visuomenės apibūdinimą, nes kūrybingumas tampa vis svarbesne jėga formuojant konkurencinį pranašumą, prisitaikant prie augančių poreikių žiniomis, idėjomis, inovacijomis. Vertinant kūrybinių industrijų įtaką ekonomikos plėtrai analizuojamas ne tik indėlis į bendrojo produkto prieaugį ar sukurtas darbo vietas, bet ir įtaka elgsenos, socialiniams bei instituciniams pokyčiams.

Tyrimo objektas: kūrybinių industrijų sektorius. Darbe keliami problema, ar kūrybinių industrijų poveikį ekonomikai atspindi tik kokybiniai veiksniai.

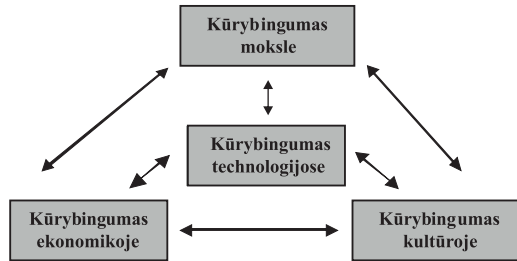
Tyrimo tikslas: įvertinti kūrybinių industrijų sektoriaus įtaką ekonomikos plėtrai bei nustatyti pagrindinius poveikio plitimo kanalus. Šiam tikslui apibūdinama kūrybinės industrijos samprata, apžvelgiamos kūrybinių industrijų sektoriaus pagrindinės veiklos, įvertinama atskirų kūrybinių industrijų sąsaja su ekonomikos veiksniais. Kūrybinių industrijų sritys tiriamos atskirų veiklų naudos ekonomikos tvarumui aspektais.

Tyrimo metodai: šaltinių apie kūrybines industrijas bei atliktų tyrimų analizė, statistinės analizės metodai, rezultatų interpretavimas ir apibendrinimas.

1. Kūrybinių industrijų samprata

Kūrybingumo sąvoka ilgą laiką buvo skiriama tik menininkų kuriamam produktui apibūdinti. Šiandien tai yra siejama su žinių visuomene, su nauju požiūriu į inovacijas. Kūrybingumas tampa sudėtine ekonominių procesų dalimi. Ekonominio vystymosi teorijoje ekonomikos kūrybingumas vadinamas novatoriškumu. Taigi ekonominis kūrybingumas arba novatoriškumas yra svarbiausia ekonomikos varomoji jėga, kuri leidžia kurti naujus produktus, paslaugas, technologijas, metodus ir taip sėkmingai konkuruoti besikeičiančioje rinkoje. Vystantis technologijoms kūrybingumas tampa paklausiausiu gebėjimu, vertinamu žmogiškųjų išteklių rinkoje. Susieti kūrybingumo poreikį su mokslo, technologijų, ekonomikos ir kultūros sistemų inovatyviu funkcionavimu ir vystymusi galima remiantis E. Titano ir bendraautorių¹ schema.

1 Titan, E.; Todose, M.; Voinegau, V. *The Impact of cultural- creative industries on the economic growth- a quantitative approach*. 2008, 2: 930-935.



1 pav. Kūrybingumo moksle, technologijose, kultūroje ir ekonomikoje sąsajos

Autoriai (R. Florida, R. Towse, J. Howkins, V. Pruskus, KEA tyrimai)^{2,3} siekia apibūdinti kūrybines industrijas kokybiniais ir kiekybiniais būdais, pristatomos įvairios kūrybinės klasės teorijos, sudaromi kūrybinių industrijų žemėlapiai.

Kūrybingumo požymius sunku visiškai atskleisti, o įvertinti kokybiniais ir kiekybiniais būdais yra neįmanoma, bet autoriai bando klasifikuoti pagal tam tikrus kūrybingumo pasireiškimo aspektus. R. Florida pristato kūrybinės klasės atsiradimo teoriją ir pateikia kūrybingumo rodiklį, kuris remiasi užimtumu kūrybiniame sektoriuje, lyginant su kitais sektoriais, išsilavinusių gyventojų dalimi šiame sektoriuje, mokslinių tyrimų ir jų plėtos indeksu, paraiškų gauti patentus skaičiumi, požiūriu į mažumas, tradicinių ir modernių vertybių puoselėjimą bei asmeninių teisių bei saviraiškos vertinimu. Įvertinus šiuos kriterijus sudaromi įvairūs sudėtiniai indeksai, kuriais bandoma pamatuoti bendrą šalies kūrybiškumo mastą. Lietuvoje taip pat remiantis statistiniais pjūviais pradedami sudarinėti žemėlapiai (paskelbti Vilniaus, Klaipėdos ir Utenos kūrybinių industrijų žemėlapiai), atskleidžiantys sektoriaus išsivystymą tam tikrame regione bei jo sąsajas su verslo klasteriais. Būtina pasakyti, kad naudojami indeksai nevisiškai atspindi atskirų kūrybinių industrijų poveikį verslumui bei inovacijoms, nes dažniausiai jie orientuojami tik į technologinį kūrybingumą. Be to, nėra pakankamai tiriamas poveikio ekonomikai vertybinis aspektas.

Kūrybinių industrijų sąvoka pasaulyje pradėta vartoti 8-ajame dešimtmetyje, kai pradėta rimčiau vertinti kultūrinės veiklos įtaką socialinei ir ekonominei šalių plėtrai. Šį terminą pirmiausiai ėmė vartoti Didžioji Britanija, Singapūras, Australija, Naujoji Zelandija, Taivanas ir Honkongas, tai yra šalys, norėjusios sujungti meną ir komercinę rinką ir

- 2 Howkins, J. *The Creative Economy: How People Make Money From Ideas*. Penguin industries. 2011.
- Pruskus, V. *Kūrybinių industrijų produktai kaip kultūrinės vertybės: savitumas ir kūrimo ypatumai*. Vilnius: Logos, 2010, 65: 134–143.
- Towse, R. *Creativity, Copyright and the Creative Industries Paradigm*. KYKLOS International Review of Social Sciences, 2010.
- 3 Florida, R. *The rise of the creative class: and how it's transforming work, leisure, community and everyday life*. New York, 2004.

pirmosios pasinaudoti iš to kylančiomis galimybėmis. Kūrybinių industrijų samprata formuojama remiantis keliais pagrindiniais kriterijais⁴: kūrybiškumu, intelektine nuosavybe, simbolinėmis reikšmėmis, panaudojimo verte bei gamybos metodais. Remiantis autoriais⁴, kūrybinių industrijų sektorių sudaro veiklos, reikalaujančios žmonių kūrybingumo ir talentų (1 lentelė). Akivaizdu, kad kūrybinių industrijų grupavimo būdų yra daug, nėra vieno veiksmų traktavimo. Kūrybinių industrijų poveikio ekonomikai tyrimo aktualumas gali būti pagrįstas moksliniu, ekonominiu, socialiniu ir kitais požiūriais. Vertinti kūrybinių industrijų naudą visuomenei ir ekonomikai sudaromi kompleksiniai kiekybiniai ir kokybiniai modeliai. Šiuose modeliuose ypatingas dėmesys skiriamas intelektinei nuosavybei. Intelektualinė nuosavybė atspindi kūrybingumo sąsają su rinkos funkcionavimu, nes tuomet kuriama pridėtinė vertė, generuojami pajamų šrantai bei kuriamos darbo vietos.

Kiti autoriai⁵ į kūrybinių industrijų apibrėžimą įtraukia ir ekonominę reikšmę: kūrybinių industrijų veiklos gimsta iš kūrybiškumo, ir šio sektoriaus produktas, kuriantis intelektualinę nuosavybę, prisideda prie ekonomikos sistemos gerinimo. Ekonominėje sistemoje auganti kūrybinio sektoriaus dalis, generuojanti pajamas bei kurianti darbo vietas, išlygina bendrą ekonominę pusiausvyrą kompensuodama mažėjantį indėlį iš pramonės šakų. Šis apibrėžimas dar gali būti praplečiamas socialinių tinklų sąvoka⁶, kai ekonomikos augimas yra suprantamas kaip rinkų augimas bei integravimas, žmogiškojo kapitalo kūrybiniai gebėjimai.

Autoriai, analizuojantys kūrybines industrijas, pabrėžia jų sąsajas su ekonomine bei finansine sistemomis. Taip pat yra nurodomos grėsmės, kylančios šalims, nespėjančioms ar nebandysiančioms šiomis galimybėmis pasinaudoti. Kūrybinėms industrijoms yra priskiriamas strateginio sektoriaus vaidmuo, dėl to skatinamos investicijos į šį sektorių, bei industrinės, monetarinės, fiskalinės bei sektorinės politikos formavimas, atsižvelgiant į šio sektoriaus poreikius bei reikšmę ekonominei sistemai.

Kūrybinių industrijų (KI) sektorius išsiskiria iš kitų ekonominių sričių savo simboliene verte³. Šio sektoriaus sukurtų produktų bei paslaugų vertė dažnai būna aukštesnė nei jų vertė, apskaičiuota kaip gamybos sektorių produktams ar paslaugoms. Tai dažnai taikoma mados, dizaino, medijų, architektūros produktams, nors pridėtinė vertė kuriama ir kituose sektoriuose. Analizuojant realios rinkos procesus, autoriai siūlo kūrybines industrijas apibrėžti kaip ekonomines veiklas, kurių gamyba bei vartojimas tiesiogiai priklauso nuo socialinių procesų rinkoje. Vis didesnę poveikį KI produktams vertinti turi socialiniai tinklai, virtualios komunikacijos.

Kūrybinių industrijų suvokimas priklauso nuo kultūrinių, demografinių-socialinių, vertybinių bei ekonominių-geografinių dimensijų. Jungtinėse Amerikos Valstijose labiau pabrėžiamas komercinis kultūros vaidmuo, kūrybingumas yra orientuotas į rinką bei vartotoją, o Europoje kūrybinės industrijos yra siejamos su visuomeniškumu bei nacionaline ir tradicine kultūra. Lietuvoje kūrybinės industrijos apibrėžiamos kaip individo kūrybiniais sugebėjimais ir talentu pagrįstos veiklos, kurių tikslas bei rezultatas yra intelektualinė nuosavybė ir kurios gali kurti materialią gerovę bei darbo vietas. Kūrybinėms indus-

4 Galloway, S.; Dunlop, S. Critique of Definitions of the Cultural and Creative Industries in Public Policy. *International Journal of Cultural Policy*. 2007, 13(1): 17–31.

joms Lietuvoje priskirtina: amatai, architektūra, dizainas, kinas ir videomenas, leidyba, vaizduojamasis ir taikomasis menas, muzika, programinė įranga ir kompiuterinės paslaugos, radijo ir televizijos programų kūrimas ir transliacija, reklama, scenos menai ir kitos sritys, kuriose jungiasi kultūros bei ūkinės veiklos aspektai.

Dešimtajame dešimtmetyje pradėta vartoti kūrybinių industrijų sąvoka jungia kūrybines industrijas su laisvaisiais menais. Kūrybinės industrijos dabar remiasi komerciniu arba komercializuotu kūrybingumu ir pritaikymu pelno tikslų siekimui.

Kūrybinių industrijų ir kultūrinių industrijų sričių išskyrimas remiasi produkto turiniu bei pateikimo būdais. Kūrybinės industrijos yra platesnė sąvoka (lyginant su kultūrinėmis), apimanti tradicinę kultūrą ir sritis, kurių galutinis produktas (paslaugos) nėra laikomas kultūros produktu, tačiau jam sukurti yra būtinas kūrybiškumas (reklama, architektūra, dizainas, mada ir drabužių modeliavimas, kinas ir videoprodukcija, kompiuteriniai žaidimai, programinės įrangos kūrimas, muzika, leidyba, pramogų industrija, televizija ir radijas ir kt.). J. Pottsas⁵ nurodo, kad skirtingos ekonomikos teorijos labiau nagrinėja arba kultūrinės industrijas, arba kūrybines industrijas. Kultūrinės industrijos nagrinėjamos pasitelkiant neoklasikinę ekonomikos teoriją, pagal kurią technologijos, išteklių yra paskirstyti efektyviai. Tuo tarpu kūrybinių industrijų ekonomika remiasi teorijomis, siejamomis ne su išteklių paskirstymu, o valdymo efektyvumu. Čia didėja efektyvios menininkų, darbdavių bei viešojo sektoriaus komunikacijos reikšmė, kai visos pusės gali daryti įtaką socialiniams ekonominiams pokyčiams ir kūrybinės industrijos bei ekonominė sistema gali evoliucionuoti kartu.

Vyriausybines ir ne pelno siekiančios organizacijos sudaro kultūrinių industrijų sektoriaus institucinės struktūros didžiausią dalį. Šios organizacijos labiau priklausomos nuo viešojo finansavimo ir orientuojamos į jau esamas rinkas, tuo tarpu kūrybinis sektorius orientuojasi į naujas rinkas bei rinkos pokyčius, inicijuoja tuos pokyčius, analizuoja rinkų problemas, išnaudoja jų netobulumą, inicijuoja trūkstamų institucijų kūrimą. Kultūrinės industrijos yra tradicinės tiek turiniu (tradicinė kultūra), tiek ekonominio funkcionavimo mechanizmu. Kultūrinės industrijos remiasi statiniu socialinės ir ekonominės raidos modeliu, o kūrybinės industrijos (KI) – dinaminiumi, susijančiu visų sektorių bendrą evoliuciją, suponuotą efektyvios komunikacijos tarp atskirų sistemų vienetų.

Kūrybinių industrijų (KI) sektorius nuo kitų ūkio sektorių skiriasi įmonių dydžiu, jų struktūrų įvairove, darbo rinkos bei verslo proceso charakteristikomis, taip pat rinkos sąlygomis ir kintančiais verslo modeliais. Didžiausią dalį įmonių sudaro labai mažos organizacijos, turinčios tik keletą darbuotojų, iki labai didelių, tarptautinių. Be to, dažnai kuriamos organizacinės struktūros atskiriems projektams vykdyti, todėl organizacinių vienetų kaita lyginant su kitais ūkio sektoriais labai didelė. Kūrybinių industrijų sektoriaus darbo rinkos aktyvumui taip pat būdingas tam tikras nestabilumas, nes darbuotojai labiau linkę (arba priversti) dirbti laisvesnėmis sąlygomis: ne visą darbo dieną, pagal laikinus kontraktus ar laisvu grafiku.

Dažniausiai kūrybiniai produktai nėra siejami su masiniu vartojimu, tik nedidelė dalis kūrybinių industrijų sektoriaus įmonių gali pasinaudoti masto ekonomijos galimybėmis, jiems gali būti taikomi kitokie tarptautinės prekybos ar konkurencijos reikalavimai.

5 Potts, J. *Creative Industries And Economic Evolution*. Elgar Publishing Ltd, 2011.

Esminis skirtumas tarp kūrybinio ir kitų sektorių pasireiškia produkto turinyje, kurį sudėtinga įvertinti pagal ekonominius standartus, dėl to šio sektoriaus įmonės susiduria su daug didesne rinkos rizika.

Taigi kūrybinių industrijų sąvoka yra daugialypė, atskleidžianti turinio, formos, institucinius, teisinius bei kitus aspektus. Atliktame tyrime kūrybinės industrijos analizuojamos ekonominiame kontekste (BVP, užimtumo, pridėtinės vertės kūrimas), nustatant jų sąsają su makroekonominė aplinka.

2. Kūrybinių industrijų sektoriaus poveikis ekonomikai

Kūrybinių industrijų (KI) sektorius vertinamas vertybiniu, geografiniu, struktūriniu ir ekonominiu aspektais. Nagrinėjant ekonominės plėtros veiksmus, atsižvelgiama į šių veiksmų visumą, kaip vieni veiksniai gali atsverti kitų veiksmų teikiamą naudą. Šalia bendrų ekonominio augimo sąlygų, kaip kainų stabilumas, efektyvų išteklių paskirstymą ir gyvenimo lygio kilimą užtikrinančios sąlygos, analizuojami ūkio struktūriniai pokyčiai, užtikrinantys ekonomikos konkurencingumą ir integruotumą.

Kūrybinių industrijų ir ekonomikos augimo dvejetainę ryšį nagrinėja daugelis autorių^{6,7,8}. Europos Komisijos 2006 metais atliktas tyrimas „Kultūros ekonomika Europoje“⁹ parodė kultūros skatinamąjį poveikį ekonominei bei socialinei plėtrai, inovacijoms bei sanglaudai, Europos integracijai, be to, kultūra, skleidžia demografinės bei socialines vertybes.

Europos Parlamento Kultūros ir švietimo komitetas 2012 metais atliktame Struktūrinių fondų panaudojimo kultūros projektams tyrime pagrindžia masinės kultūros kaip Europos miestų ir regionų ekonomikos augimo ir regionų patrauklumo vaidmenį. Taip pat siūloma stiprinti kultūrinių bei kūrybinių industrijų sektorių, leisiantį ugdyti kūrybingumą, skleisti inovacijas bei prisidėti prie tvaraus bei aplinką saugančio ekonomikos augimo.

Lietuvos kūrybinių ir kultūrinių industrijų galimybių studijoje bei plėtros strategijoje¹⁰ nurodoma, kad šalyje yra geriausiai išplėtotas šios srities specialistų ugdymas, tačiau lėtai reaguojama į rinkos pokyčius, lyginant su Europos valstybėmis meno, mokslo ir verslo integracijos laipsnis yra gana žemas. Ši studija suformavo pagrindą tolesniems KI tyrimams Lietuvoje, nes nuosekliai apibrėžė KI veiklas, žmogiškuosius išteklius, produktyvumo rezultatus.

6 Potts, J.; Cunningham, S.; Hartley, J.; Ormerod, P. Social network markets: a new definition of the creative industries. *Journal of Cultural Economics*. 2008, 32: 167–185.

7 Titan, E.; Todose, M.; Voinegau, V., *supra* note 1, p. 930–935.

8 Piergiovanni, R.; Carree, A. M.; Santarelli, E. Creative industries, new business formation and regional economic growth. *Small Business Economics*, 2011.

9 KEA European Affairs. Kultūros ekonomikos Europoje studija. 2006 [interaktyvus]. [žiūrėta 2013-06-24]. <http://ec.europa.eu/culture/key-documents/doc873_en.htm>.

10 Kūrybinių industrijų skatinimo ir plėtros strategija. Lietuvos kultūros ministerija. 2009 [interaktyvus]. [žiūrėta 2013-10-23]. <<http://www.kurybinesindustrijos.lt/?p=129>>.

Lietuvoje kūrybinių industrijų sritis vis daugiau pritraukia tyrėjų dėmesį. Ekonominiai ir finansiniai šio sektoriaus aspektai buvo nagrinėjami M. Starkevičiūtės¹¹, R. Vaitėvičiūšaus, R. Levickaitės, R. Reimerio¹² ir kitų autorių darbuose. Atskiros kūrybinių industrijų sritys (segmentai) išsamiai nagrinėjamos humanitariniuose moksluose, taip pat vadyboje bei rinkodaroje, tuo tarpu poveikis ekonominiam bei finansiniam tvarumui nėra ištirtas.

Kiekvienas ekonomikos sektorius vertinamas tam tikrais jo efektyvumą rodančiais rezultatais – investicijų pritraukimas, produkto ir paslaugų apimčių pokyčiai, importo ir eksporto balansas. Kaip ir kitų ūkio sektorių, svarbiausi kūrybinių industrijų sektoriaus vertinimo kriterijai – kuriamos apimtys, sukurta pridėtinė vertė ir užimtumas. Šis sektorius daugiausia sukuria intelektualinę nuosavybę, kuri yra didesnės pridėtinės vertės pagrindas, kas generuoja pajamų srautus bei skatina darbo jėgos aktyvumą. Kultūros ministerijos inicijuotame 2012 metų tyrime nustatyta, kad Lietuvoje kūrybinių industrijų sektorius sukuria 5,4 proc. pridėtinės vertės, sektoriuje dirba 4,92 proc. šalies dirbančiųjų, o šios šakos eksportas sudaro 4,68 bendrojo šalies eksporto, ir šie rodikliai sparčiai auga. Taigi šio sektoriaus produktyvumas, palyginti su kitais sektoriais, turi galimybių augti.

Kūrybinių industrijų ir ekonomikos ryšys bei rezultatai analizuojami lyginant pagrindinius rodiklius atskirose šalyse. Įvertinus užimtumo, eksporto ir importo bei namų ūkių išlaidų kūrybinių industrijų produktams dalies rodiklius Europos Sąjungos šalyse galima apibūdinti KI būklę Lietuvoje. Dažniausiai kūrybinės industrijos skirstomos į šiuos šešis segmentus (2 pav.), priskiriamus tradicinių, vadybinių ir technologinių KI grupėms.

- Tradicinės KI: publikacijos, leidyba, kinas, TV, renginiai;
- Vadybinės KI: architektūra, vizualinis menas, dizainas, muzika, kompozicijos;
- Technologinės KI: scenos menas, reklama, grafinis dizainas, rinkodara.

KI tampa vis labiau matomos, nes teikia eksportui pasaulinėje rinkoje vis didėjančius išteklius. Pastarojo laikotarpio duomenimis, KI vertė pasaulyje sudaro 2,25 trilijonų JAV dolerių, o paskirstant pagal atskirus segmentus atrodo taip:

- Muzikinės kompozicijos ir gamyba sudarė 40 milijardų JAV dolerių 2002 metais;
- Kino, televizijos ir pramogų programinė įranga: kino rinkoje – 12 milijardų JAV dolerių 2002 metais, televizijos rinkoje buvo įvertinta 154,3 milijardų JAV dolerių 2002 metais; ir kompiuterinių žaidimų, ir pramogų programinės įrangos rinkoje buvo vertinama 35 milijardų JAV dolerių 2007 metais;
- Architektūra, vaizduojamoji dailė ir dizainas kartu buvo vertinami 8 milijardais JAV dolerių;
- Vaizduojamasis menas buvo vertinamas 213,7 milijardų JAV dolerių nuo pasaulinės prekybos kultūros vertybėmis;
- Publikacijos, leidyba ir spausdinimo laikmenos siekė 120 milijardų JAV dolerių 1999 metais;

11 Starkevičiūtė, M. Kūrybinių ekonominių veiklų indėlio į Lietuvos ekonomiką įvertinimas. Vilnius: Europos kultūros programų centras, Britų taryba, 2003.

12 Levickaitė, R.; Reimeris, R. *Kūrybinės ekonomikos penkiakampis. Santalka: filosofija, komunikacija*. Vilnius: Technika.. Vol. 19, nr. 1 (2011), p. 83-91.

- Reklama, grafinis dizainas ir rinkodaros paslaugos, kurių pagrindinė dalis – 435 milijardai dolerių – už JAV ribų, t. t. išorinėje reklamos rinkoje, o 60 milijardų JAV dolerių – vidaus JAV rinkoje 1998 metais.

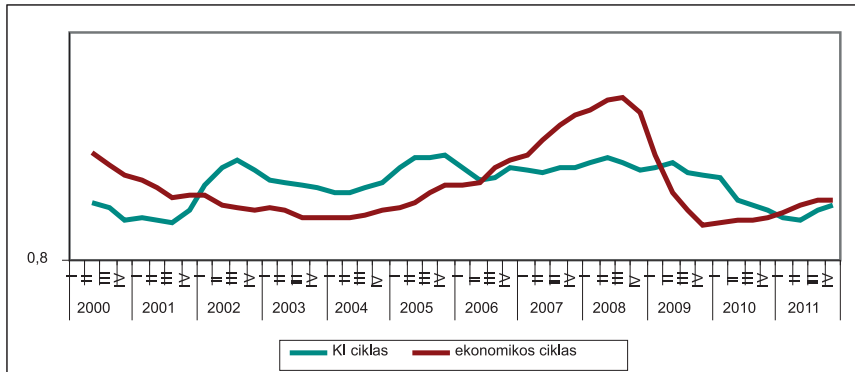
KI tampa svarbiu ekonomikos augimo veiksniu. Ekonominis poveikis vertinamas, kaip konkretus kūrybinis projektas ar KI segmentas paveikia ekonomiką, atliekant „ekonomikos skatinimo“ poveikį arba „srauto“ poveikį, t. y. gamybos ir vartojimo sukeltą poveikį nacionalinei, regioninei ar savivaldos ekonomikai. Galutinis rezultatas yra bendras KI poveikis ekonomikai.

Kiekybinis vertinimas, Eurostato duomenimis, pagal užimtumą, pridėtinės vertės sukūrimą, importo ir eksporto apimtį rodo, kad kūrybinių industrijų sektoriuje Europos Sąjungoje dirba apie 1,7 proc. visų užimtųjų. Atskirose šalyse šis rodiklis svyruoja tarp 0,4 ir 3,2 proc. Lietuvoje kūrybos sektoriaus darbuotojai sudaro 2 proc. visų užimtųjų ir 0,3 proc. punkto viršija Europos Sąjungos vidurkį. Europos Sąjungoje kūrybiniame sektoriuje daugiausiai darbuotojų dirba pramogų industrijų ir scenos menų šakoje, šiek tiek mažiau bibliotekose, muziejuose ir archyvuose bei filmų ir videopramonėje. Lietuvoje dirbantieji KI sektoriuje sudaro 2 % visų dirbančiųjų, kas viršija Europos (ES-27)¹³ vidurkį 1,7 %.

Skaičiavimai rodo, kad Europos Sąjungoje kūrybinių industrijų produktų eksportas ir importas sudaro santykinai mažą bendrojo užsienio prekybos dalį (0,5–1 proc.), tai galima sieti su tuo, kad produktai yra susiję su turiniu, ir tuomet užsienio prekybai atsiranda apribojimai dėl kalbos ir vietinio kultūros konteksto. Kalbos įtaką kūrybinių produktų eksportui rodo Didžiosios Britanijos pavyzdys (3 pav.), nes anglų kalbą supranta daugiausiai žmonių Europoje. Daugelyje šalių kūrybinių šakų produktų eksportas viršija importą, taigi šalys yra kūrybinių produktų grynosios eksportuotojos, nors šie produktai sudaro ir santykinai mažą bendrojo eksporto dalį.

2009 metais Europos Sąjungoje namų ūkių išlaidos kūrybinių industrijų produktams vidutiniškai sudarė 3,7 proc. visų išlaidų. Didžiausios išlaidos buvo Danijoje, Suomijoje ir Čekijoje, mažiausios Graikijoje, Lietuvoj ir Liuksemburge. Pasiskirstymas tarp išlaidų sektoriaus šakoms šalyse yra panašus: daugiausia išleidžiama televizijai ir radijui, spaudai ir informacinėms technologijoms, po to eina knygos, teatras, kinas, koncertai ir kiti produktai. Nors KI būdingas bruožas – mažų ir vidutinių įmonių (MVĮ) dalyvavimas, jos gali išsivystyti į reikšmingas ekonomines grupes – klasterius – ir padėti skatinti ekonomikos augimą bei vystymąsi, intelektualinės nuosavybės eksportą.

Kūrybinių industrijų ir ekonomikos sąsajas rodo visos ekonomikos ir kūrybinių industrijų bendro produkto apimčių pokyčiai. 2 pav. pateikiamas bendrojo produkto ir KI apimčių augimas iki 2008 metų pabaigos bei vėlesnis didelis bendrojo vidaus produkto nuosmukis. Tuo tarpu kūrybinių industrijų sukuriama produkto apimtys nepatyrė nuosmukio ir nagrinėjamu laikotarpiu, 2001–2011 metais, buvo gana pastovios, be didelių svyravimų. Taigi sektorius nepatyrė didelio nuosmukio.



2 pav. Lietuvos ekonomikos (bendrojo vidaus produkto) ir kūrybinių industrijų ciklai

Šaltinis: sudaryta pagal Statistikos departamento duomenis

Atlikti skaičiavimai rodo, kad kūrybinių industrijų sektoriaus nuosmukis prasideda maždaug trimis ketvirčiais vėliau negu ekonomikos nuosmukis, taigi kūrybinio sektoriaus sulėtėjimą galima paaiškinti sumažėjusiomis valstybės dotacijomis dėl ekonomikos susitraukimo.

3. Kūrybingumo matavimo būdai

Kūrybingumo rodiklių tiksliai įvertinti yra neįmanoma, bet autoriai bando klasifikuoti šalis pagal tam tikrus kūrybingumo pasireiškimo aspektus. Florida¹⁴ nustato kūrybingumo rodiklį, kuris remiasi užimtumo dalimi kūrybiniame sektoriuje, lyginant su kitais sektoriais, išsilavinusių gyventojų dalimi, mokslinių tyrimų ir jų plėtros indeksu, paraiškų gauti patentus skaičiumi, požiūriu į mažumas, tradicinių ir modernių vertybių puoselėjimą bei asmeninių teisių ir saviraiškos vertinimu. Įvertinus šiuos kriterijus sudaromas sudėtinis indeksas, atspindintis bendrą šalies kūrybingumo mastą. Tačiau šiame indekse didžiausią sudedamąją dalį sudaro technologinis kūrybingumas, dėl to bendram kūrybingumui įvertinti jo nepakanka. Toliau pateikiami Honkongo bei globalus kūrybingumo indeksai.

Remiantis Honkongo indeksu duomenys skirstomi pagal šias sritis: ekonominis indeksis, ekonominio sektoriaus inovatyvi veikla ir neekonominė grąža. Kiekvieną sritį apibūdinantys rodikliai pateikiami 1 lentelėje.

14 Florida, R., *supra* note 2, p. 35–45.

1 lentelė. Kūrybingumo matavimo rodikliai

Kūrybingumo ekonominis indėlis	Ekonominio sektoriaus inovatyvi veikla
1. Kūrybinės industrijos (KI) pridėtinė vertė, proc. BVP (Lietuvoje - 0,94) 2. Dirbančiųjų sk., įtrauktų į KI proc. nuo bendro dirbančiųjų. sk. (Lietuvoje - 6,11) 3. Kultūrinių produktų dalis bendrajame eksporte (Lietuvoje - 0,35) 4. Kultūrinių produktų dalis bendrajame importe (Lietuvoje - 0,15) 5. Verslo įplaukos iš prekių, paslaugų, informacijos elektroninėmis priemonėmis (kaip inovatyvios e. veiklos rodiklis) (Lietuvoje -1,19)	6. Galimybė vietinėms įmonėms parduoti produktus tarptautinėje rinkoje 7. Galimybė vietinėms įmonėms įsigyti naujas technologijas 8. Patentų paraiškų skaičius vienam gyventojui 9. Šalies patentų paraiškų procentas nuo visų pateiktų paraiškų
Kitas kūrybingumo poveikis	
10. Laikraščių skaičius vienam gyventojui 11. Naujų knygų ir periodikos skaičius vienam gyventojui 12. Naujų muzikos kūrinių skaičius vienam gyventojui 13. Naujų dainų skaičius vienam gyventojui 14. Naujų filmų skaičius vienam gyventojui	15. Filmų peržiūrų, organizuotų vyriausybinių kultūros organizacijų skaičius vienam gyventojui 16. Spektaklių (scenos menų pasirodymų), organizuotų vyriausybinių kultūros organizacijų skaičius vienam gyventojui 17. Naujai pastatytų scenų plotas, tenkantis vienam gyventojui

Vertinant kūrybingumo ekonominį indelį Lietuvoje 2010 metais kūrybinių industrijų sukurta pridėtinė vertė sudarė beveik 1 proc. bendrosios pridėtinės vertės, 2011 metų pabaigoje kūrybinėse industrijose dirbo beveik 6 proc. visų užimtųjų. 2009 metais kultūrinių produktų importas sudarė 0,15 proc., eksportas - 0,35 proc. atitinkamai viso importo ir eksporto. Verslo įplaukos iš prekių, paslaugų ir informacijos elektroninėmis priemonėmis sudarė 1,19 proc. visų verslo pajamų. Nors kūrybinis sektorius sudaro dar nedidelę dalį, tačiau šis sektorius rodo augimo tendencijas ir augančią įtaką šalies ekonomikai, taip pat ryškėja kūrybinių produktų eksporto tendencija.

Globalus kūrybingumo indeksas¹⁵ remiasi trimis veiksniais, kurie reikšmingi ilgalaikiam ekonomikos augimui: technologijomis, talentu ir tolerancija. Naujų technologijų, vieno svarbiausių gerovės augimo bei pažangos veiksnių, kūrimas bei tobulinimas reika-

15 Florida, R.; Mellander, Ch.; Stolarick, K. *Creativity and Prosperity: The Global Creativity Index*. Martin Prosperity Institute, 2011, p. 16-24.

lauja kūrybingo požiūrio į jau esančias technologijas, norint sukurti naujas arba jas naujai pritaikyti. Antrasis veiksnys – talentas, siejamas su žmogiškuoju kapitalu, kuris gali generuoti naujas idėjas ir pritaikyti žinias bei technologijas. Išsilavinę, ambicingi žmonės yra pagrindinė ekonominės pažangos varomoji jėga. Tolerancija yra veiksnys, sudarantis galimybę vystytis pirmiesiems dviem veiksniams. Žmonės nebėra pririšti prie vienos vietos, technologijos ir talentas leidžia jiems judėti, taigi yra labai svarbu, kad jie gerai jaustųsi ir būtų toleruojami atsidūrę kitos kultūros ar religijos regione. Toliau pateikiami kūrybiškumo indekso vertinimo rodikliai, pagal kiekvieną rodiklį pirmaujanti šalis bei Lietuvos vieta tarp 82 nagrinėtų pasaulio šalių.

2 lentelė. Atskirų šalių kūrybingumo indeksas

Rodiklis		Šalis, esanti pirmoje vietoje	Lietuvos vieta tarp pasaulio šalių
Technologinio veiksnio įvertinimo rodikliai			
1.	Lėšos, skirtos moksliniams tyrimams ir plėtrai, proc. nuo BVP	Izraelis	36
2.	Darbo vietos, susijusios su moksliniais tyrimais ir plėtra, proc. nuo visų darbo vietų	Suomija	23
3.	Patentų skaičius vienam gyventojui	JAV	34
Talento veiksnio įvertinimo rodikliai			
4.	Žmogiškojo kapitalo, įgijusio išsilavinimą, dalis	Suomija	11
5.	Kūrybinės klasės indeksas, į kurį įeina darbuotojai, dirbantys technologijų, mokslo, inžinerijos, verslo, vadybos, finansų, dizaino, architektūros, menų, pramogų sektoriuose	Singapūras	28
Tolerancijos veiksnio įvertinimo rodikliai			
6.	Gyventojų, manančių, kad jų gyvenamoji vieta yra tinkama gyventi etninėms ir religinėms mažumoms, dalis	Kanada	72
7.	Gyventojų, manančių, kad jų gyvenamoji vieta yra tinkama gyventi seksualinėms mažumoms, dalis	Nyderlandai	59
Bendras indeksas		Švedija	38

Kūrybingumo indeksas sukuria papildomą priemonę vienu metu analizuoti ekonominę ir socialinę pažangą. Šalys, turinčios aukštesnį kūrybingumo indeksą, turi aukštesnį bendrojo vidaus produkto lygį, antreprenerystės (verslumo) mastą bei konkurencingą ekonomiką. Šalys, kurios investuoja į kūrybingumą, taip pat turi didesnę žmogiškųjų iš-

teklių plėtrą bei didesnį pasitenkinimą gyvenimu (lūkesčių indeksas). Ateityje vis didesni dėmesį reikės kreipti į žmogiškąjį talentą bei kūrybingumą, nes tik taip bus galima pasiekti tolesnį ekonomikos plėtros. Tai patvirtina nustatant koreliaciją tarp indeksų ir atskirų rodiklių. Kūrybingumo indekso ir bendrojo vidaus produkto ryšys yra stiprus: koreliacijos koeficientas yra 0,84. Ryšys su konkurencingumu yra 0,79, su antrepreneryste 0,81.

Trys pirmaujančios šalys pagal kūrybingumo indeksą yra Švedija, JAV ir Suomija. Šalių ekonominės padėties bei kūrybingumo indekso analizė atskleidžia stiprų kūrybiškumo ryšį su ekonomikos gerove šalyse, taigi kūrybiškumo skatinimas bei kūrybinio sektoriaus vystymas dabartinėje ekonomikoje gali padėti paspartinti jos augimą.

Išvados

Kūrybinių industrijų (KI) apibūdinimas priklauso nuo pateikiamo konteksto. Išanalizavus įvairių autorių atliktus tyrimus galima teigti, kad kūrybinių industrijų sąvoka yra daugialypė, atskleidžianti turinio, formos, institucinius, teisinius bei kitus aspektus. Atliktame tyrime kūrybinės industrijos analizuojamos ekonominiame kontekste (BVP, užimtumo, pridėtinės vertės kūrimo), nustatant jų sąsają su makroekonominė aplinka. Pastaraisiais metais KI įtaka ekonomikai vis didėja.

Kūrybinės industrijos veikia ekonominę sistemą dvejopai: prisideda prie bendrojo vidaus produkto ir darbo vietų kūrimo bei lengvina ekonominę evoliuciją, jungia ją su socialine ir institucine plėtra ir taip veda į bendrą ekonominės sistemos augimą. Svarbiausiu ekonominės sistemos varikliu tampa kūrybingumas, kuris nebesiejamas vien su meniniu sektoriumi, bet jo reikšmė ypatingai auga ir ekonomikoje, moksle bei technologijose.

Kūrybinės industrijos yra ypatingai augantis sektorius, galintis tapti vienu iš ilgalaikės sėkmės faktorių bei atsparumo ekonominiams sukrėtimams garantija, tuo veikiantis bendrą ekonomikos bei finansų sistemų tvarumą.

Atlikta statistinė analizė rodo, kad ši šaka Europoje sudaro apie 2 proc. visos ekonomikos, o ekonomikos ir kūrybinių industrijų ciklą analizė leidžia teigti, kad kūrybinių industrijų sektorius yra ganėtinai atsparus pokyčiams ekonomikoje. Lietuvoje kūrybinių industrijų sektorius sukuria beveik 5 proc. pridėtinės vertės (kas yra daugiau, nei sukuriamą žemės ūkyje, ir gali būti palyginama su statybos sektoriumi), taip pat apie 5 proc. šalies eksporto sudaro kūrybinių industrijų produktai bei paslaugos. Sektoriaus plėtra ypatingai svarbi Lietuvai šiame ekonomikos raidos etape, kai būtina suvokti dar neįsisavintą kūrybinių industrijų sektoriaus indėlį, analizuoti kitų valstybių patirtį ir atsakyti į klausimą, ar tai negalėtų būti sėkmės šaltinis ir Lietuvos ekonomikai.

Kūrybingumo vertinimas atskleidžia kūrybingumo, kaip žmogiškosios savybės, įtaką šalies ekonominiam bei socialiniam vystymuisi. Pagrindinių kūrybingumą veikiančių veiksnių: technologijų, talento bei tolerancijos dėka sektorius gali paspartinti ekonominį augimą. Viena iš krypčių, didinančių ekonomikos konkurencingumą, yra kūrybinių klasterių formavimas, šis procesas sparčiai vyksta intelektinės nuosavybės srityje. Kūrybingumo indeksai remiasi įvairiais kokybiniais ir kiekybiniais kriterijais. Pagal šiuos indeksus lyginamos atskirų šalių ekonomikos plėtros galimybės. Vertinant Lietuvos kūrybinių industrijų sektorių, kuris užima dar nedidelę dalį, tačiau rodo augimo tendencijas ir augančią įtaką šalies ekonomikai, taip pat ryškėja kūrybinių produktų eksporto tendencija.

Literatūra

- Bessant, J. *Innovation and entrepreneurship*. Chichester: Wiley, 2011.
- Bessant, J. *Soft innovation: economics, product aesthetics, and the creative industries Prometheus: Critical Studies in Innovation*. 2013, 30.
- HKU. *The Entrepreneurial Dimension of the Cultural and Creative Industries*, Hogeschool vor de Kunsten Utrecht, Utrecht. 2010. Eurostat. Cultural statistics. Luxembourg: Publications Office of the European Union, 2011.
- Florida, R. *The rise of the creative class: and how it's transforming work, leisure, community and everyday life*. New York: Basic Books, 2004.
- Florida, R.; Mellander, Ch.; Stolarick, K. *Creativity and Prosperity: The Global Creativity Index*. Martin Prosperity Institute, 2011.
- Galloway, S.; Dupop, S. Critique of Definitions of the Cultural and Creative Industries in Public Policy. *International Journal of Cultural Policy*. 2007, 13(1): 17–31.
- Hartley, J. *Creative industries*. Oxford: Blackwell Publishing Ltd, 2008.
- Hofstede, G. *Culture's consequences*. London: Sage Publications, 2001.
- Howkins, J. *The Creative Economy: How People Make Money From Ideas*. Penguin industrines, 2011. [interaktyvus]. [žiūrėta 2013-06-24] <http://ec.europa.eu/culture/documents/edcci_report.pdf>.
- KEA European Affairs. Use of Stuctural Funds for Cultural Pojects. Study. 2012.
- KEA European Affairs. The Impact of Culture on Creativity. Study. 2009.
- Kūrybinių industrijų skatinimo ir plėtros strategija. Lietuvos kultūros ministerija, 2009.
- Levickaitė, R. Kūrybinės industrijos: klasifikavimo sistemos ir modeliai XXI a. kūrybos ekonomikos kontekste. *Mokslas – Lietuvos ateitis*. Vilnius: Technika, 2011.
- Levickaitė, R.; Reimeris, R. Kūrybinės ekonomikos penkiakampis. *Santalka: filosofija, komunikacija*. 2011, 19.
- Nargunde, A. S. The Future of Creative Clusters and Industries. *International Journal of Management*. 2013, 4(1): 136–148.
- Pianta, M.; Lucchese, M. Innovation and employment in economic cycles. *Working Papers 1203*. University of Urbino Carlo Bo, Department of Economics, Society & Politics, 2012.
- Piergiovanni, R.; Carree, A. M.; Santarelli, E. Creative industries, new business formation and regional economic growth. *Small Business Economics. LLC*. 2012, 39: 539–560.
- Potts, J. *Creative Industries And Economic Evolution*. Elgar Publishing Ltd, 2011.
- Potts, J.; Cunningham, S.; Hartley, J.; Ormerod, P. Social network markets: a new definition of the creative industries. *Journal of Cultural Economics*. 2008, 32: 167–185.
- Pruskus, V. Kūrybinių industrijų produktai kaip kultūrinės vertybės: savi-tumas ir kūrimo ypatumai. *Logos* [interaktyvus]. 2010, 65: 134–143 [žiūrėta 2013-05-14]. <http://www.mruni.eu/lt/mokslo_darbai/logos/archyvas/dwn.php?id=278872>.
- Pudjihardjo, M.; Nama, I. K. Role of creative industry and culture on the regional economic growth of Gianyar recency of Bali. *International Journal*

- of Economics and Research*. 2012, 3: 78–91.
- Selada, C.; da Cunha, I., V.; Tomaz, E. *Creative-based Strategies in Small and Medium-sized Cities*: REDIGE, 2011, 2(2): 79–111.
- Starkevičiūtė, M. *Kūrybinių ekonominių veiklų indėlio į Lietuvos ekonomiką įvertinimas*. Vilnius: Europos kultūros programų centras, Britų taryba, 2003.
- Titan, E.; Todos, M.; Voinegau, V. *The Impact of cultural- creative industries on the economic growth- a quantitative approach*. 2008, 2: 930–935.
- Throsby, D. *Economics and Culture*. Cabrige University Press. 2001.
- Towse, R. *Creativity, Copyright and the Creative Industries Paradigm*. KY-KLOS: *International Review of Social Sciences*. 2010, 3: 483–500.
- Tulytė, J.; Šukaitytė, R. *Kūrybinės industrijos*. Kaunas: Vytauto Didžiojo universitetas, 2008.
- The project URBACT. *Creative Clusters in Low Density Urban Areas*, 2011.

CREATIVE INDUSTRY IMPACT ON ECONOMY GROWTH

Eugenija Martinaitytė, Rusnė Kregždaitė

Mykolas Romeris University, Lithuania

Summary. *This article presents the study how the creative industries influence the growth of economy. The concepts and definition of the creative industries are described in the context of innovations. The relationship between the cultural sector and the economy states itself through the diversity of forms, regulations, interconnections based on the dimensions of the creative industries (CI) and the uniqueness of the need for funding. Creative industries sector differs from other sectors of the economy in their own special effects on innovation, technology and communications, social and political fields. Assessing the creative industries sector in the economy can be considered as a proportion of all sectors of economy, dependent on a number of variables (employment, value added, exports of services), as well as assessing the creative industries in the statistical indexes and comparing them to other sectors within one country or between countries.*

Revenues of countries were generated by creative industries (media, entertainment and art sectors) and it was noticed that they increased. In this context, it is important to analyse a new sector: creative industry, which unites both creativity and production. Creative industries have a double impact on economic system. It increases the gross of domestic product and creates new labour places and value added. Moreover, creative industries improve evolution of economy, connect it with social and institutional development and lead to the growth of economic system. The main engine of the growth of economic system is creativity. The significance of creativity is extremely important in economy, science and technology.

The purpose of the paper is to define linkages between creative industries and development of total economy. The authors of the paper analyse definitions of creative industries, differences of the sector from cultural industries and main aspects of the sector. Also, the analysis of creativity index and main indicators of the index are given. Review of creative sector statistics reveals that the sector creates about 2 percent gross domestic product in Europe.

Keywords: *creative industry, creativity index, economy growth.*

Eugenija Martinaitytė, Mykolo Romerio universiteto Ekonomikos ir finansų valdymo fakulteto Bankininkystės ir investicijų katedros profesorė. Mokslinių tyrimų kryptys: tarptautinė finansų sistema, finansų integracija, augančios finansų rinkos, struktūriniai pokyčiai paslaugų sektoriuje.

Eugenija Martinaitytė, Mykolas Romeris University, Faculty of Economics and Finance Management, Department of Banking and Investment, Professor. Research interests: international financial systems, integration, emerging markets, structural changes in the service sector.

Rusnė Kregždaitė, Mykolo Romerio universiteto Ekonomikos ir finansų valdymo fakulteto Bankininkystės ir investicijų katedros doktorantė. Mokslinių tyrimų kryptys: kūrybinės industrijos, ekonometrinis modeliavimas.

Rusnė Kregždaitė, Mykolas Romeris University, Faculty of Economics and Finance Management, Department of Banking and Investment, Doctoral Student. Research interests: economy of creative industries, economy growth, quantitative modelling.