

**EUROPOS
VERSLO
REPORTERIS**

Gairės būsimiems
ekonomikos ir verslo
žurnalistams



© Europos Komisijos atstovybė Lietuvoje



European Business Reporter

Turinys

APIE LEIDINIO AUTORIUŠ

3

IŽANGA

5

APIE VERSLO IR EKONOMIKOS ŽURNALISTIKĄ

6

Verslo ir ekonomikos žurnalistika

6

Verslo žurnalistiko etika ir reputacija

13

Lietuvos verslo žiniasklaida: Istorinis futuristinis ekskursas

17

Verslo žiniasklaida Europoje ir pasaulyje

20

STOVYKLOS NUGALĖTOJŲ DARBAI

24

Edita Dulko, trečioji vieta

25

Tomas Marcinkevičius, trečioji vieta

27

Mantas Visockas, trečioji vieta

29

Izabelė Šležaitė, antroji vieta

31

Edgaras Savickas, pirmoji vieta

33

Marius Stasiukaitis, pirmoji vieta

35

STOVYKLOS PROGRAMA

37

Išleista Europos Komisijos atstovybės Lietuvoje lėšomis, 2013 m.
Autorių nuomonė nebūtinai sutampa su oficialia Europos Komisijos nuomone.
© Europos Komisijos atstovybė Lietuvoje, 2013 m.

APIE LEIDINIO AUTORIUS

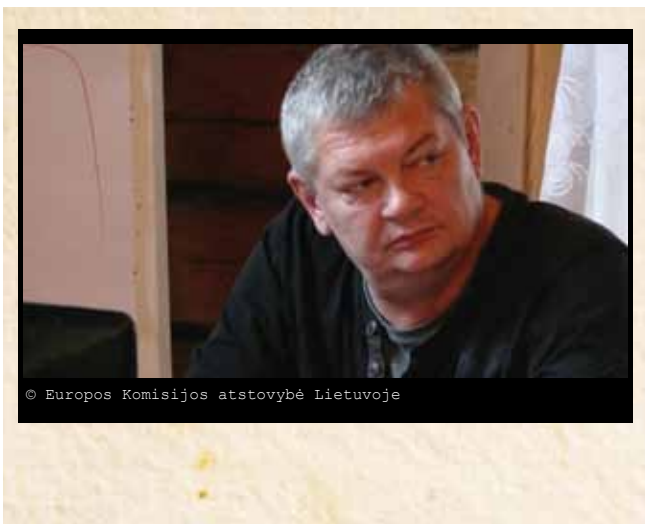


© Rasos Pakalkienės nuotrauka

Vija Marija Pakalkaitė

Leidinio redaktorė

Vilniaus universiteto Komunikacijos fakulteto Žurnalistikos instituto absolventė. Po žurnalistikos studijų beveik šešerius metus dirbusi verslo ir ekonomikos temų žurnaliste Lietuvoje, Vija išvyko į Vengriją studijuoti Vidurio Europos universitete Budapešte. Ten baigusi Ekonomikos politikos magistro studijų programą, Vija šiuo metu studijuoja viešosios politikos doktorantūroje. Pagrindinė Vijos studijų ir žurnalistinių darbų tema – energetikos politika. Studijuodama Vija vis dar dirba laisvai samdoma žurnaliste įvairiems leidiniams Lietuvoje.



Rytas Staselis

Dienraščio „Verslo žinios“ apžvalgininkas. Anksčiau UAB „Verslo žinios“ struktūroje 2006–2009 metais dirbo žurnalo „Verslo klasė“ temos redaktoriumi. 1984–1989 metais studijavo žurnalistiką. Vėliau dirbo savaitraštyje „Mažoji Lietuva“ reporteriu, skyriaus vedėju, redaktoriaus pavaduotoju ir redaktoriumi, dienraščio „Respublika“ vyriausiojo redaktoriaus pirmuoju pavaduotoju, dienraščio „Lietuvos žinios“ redaktoriaus pirmuoju pavaduotoju, vėliau vyriausiuoju redaktoriumi. Taip pat yra dirbęs Lietuvos televizijos naujienų tarnybos vyriausiuoju redaktoriumi. 2004–2006 metais dirbo laisvai samdomu žurnalistu.



Ieva Elvyra Kazakevičiūtė

Vilniaus universiteto Tarptautinių santykių ir politikos mokslų instituto absolventė, turinti studijų, praktikos ir darbo patirties Lietuvoje, Belgijoje, Ispanijoje ir JAV. Susidomėjimą Europos Sąjungos politika gilina nuo pat studijų pradžios, kai pradėjo stažuotes ES institucijose. Po studijų Ieva Elvyra pradėjo valstybės tarnybą Mokslo, inovacijų ir technologijų agentūroje, taip pat rašo straipsnius Europos Komisijos atstovybės Lietuvoje interneto platformai Pazinkeuropa.lt.

IŽANGA

Šis leidinys yra išleistas po to, kai 2012 metų spalio mėnesį Europos Komisijos atstovybė Lietuvoje ir dienraštis „Verslo žinios“ surengė jaunųjų žurnalistų stovyklą „Europos verslo reporteris“. Keturias dienas vykusioje stovykloje dvidešimt žurnalistikos, verslo, ekonomikos ir politologijos studentų sėmėsi žurnalistinės patirties ir bendravo su Lietuvos verslo ir žiniasklaidos lyderiais, klausėsi moderatorių žurnalistų Vijos Marijos Pakalkaitės bei Ryto Staselio patarimų ir taip tobulino praktinius interviu ir straipsnių rengimo įgūdžius.

Užsiėmimai stovykloje buvo suskirstyti į keturias temas: 1) Lietuvos ekonomikos pozicionavimas, 2) verslumas Lietuvoje, 3) Europos ekonomikos perspektyvos ir 4) verslo žurnalistų ABC. Dalyviai taip pat buvo pakviesti į pažintinę ekskursiją po Kauno laisvąją ekonomikos zoną.

Gilintis į šias temas stovyklos dalyviams padėjo būrys kvalifikuotų ekspertų, kurie tris dienas skaitė pranešimus ir atsakė į stovyklautojų klausimus: LR ministro pirmininko patarėjas **Mykolas Majauskas**, UAB „Biotechfarma“

valdybos pirmininkas prof. **Vladas Algirdas Bumelis**, Lietuvos pramonininkų konfederacijos prezidentas, įmonių grupės „Eika“ vadovas **Robertas Dargis**, Lietuvos laisvosios rinkos instituto prezidentas **Žilvinas Šilėnas**, investicinio fondo „Practica Capital“ partneris **Donatas Keras**, analitikas, startuoliams skirtų renginių „Mobile Monday Lithuania“ ir „Seed Forum Lithuania“ rengėjas **Ignas Kamantauskas**, SEB banko prezidento patarėjas **Gitanas Nausėda**, VU Tarptautinių santykių ir politikos mokslų instituto docentas **Mindaugas Jurkynas**, dienraščio „Verslo žinios“ vyriausiasis redaktorius **Rolandas Barysas** ir LR finansų ministrė **Ingrida Šimonytė**.

Šis leidinys sudarytas iš trijų dalių. Pirmojoje dalyje, remiantis stovykloje rodytomis verslo žurnalistikos prezentacijomis, pristatoma verslo ir ekonomikos žurnalistika kaip profesija, aptariami etikos ir reputacijos iššūkiai, pateikiama stambių užsienio verslo leidinių apžvalga. Antrojoje dalyje pateikiami šešių nugalėtojų darbai. Trečiojoje dalyje – stovyklos programa ir stovyklos pranešėjų prezentacijos.

APIE VERSLO IR EKONOMIKOS ŽURNALISTIKĄ

Verslo ir ekonomikos žurnalistika

Vija Marija Pakalkaitė

Žurnalisto darbo krypties apibūdinimas kaip „verslo žurnalistas“ dar nedaug ką apie jį atskleidžia. Tai parodo tik tai, kad, išskyrus retus atvejus, jis nepraneša kriminalinio pasaulio naujienų, nenušviečia pramogų ir žvaigždžių gyvenimo ir nenagrinėja temų apie grožį bei sveikatą. Tačiau tai dar nieko nepasako apie tai, kokias gi jis naujienas praneša.

Tai, kas yra vadinama verslo žurnalistika, galima mėginti plačiai skirstyti į verslo (mikroekonomika) ir ekonomikos (makroekonomika) žurnalistiką. Tačiau toks skirstymas tik labai apytikslis ir su juo, tarkime, nesutiktų „Verslo žinių“ vyriausiasis redaktorius Rolandas Barysas, kurio stovykloje pristatyta prezentacija yra šio leidinio pabaigoje.

Apie ekonomikos pokyčius rašantys žurnalistai daugiau bendrauja su ekonomikos analitikais, kurie į padėtį žvelgia iš paukščio skrydžio. O verslo žurnalistai leidžiasi arčiau žemės ir verslininkų klausinėja, kaip makroekonomikos aktualijos paveiks jų verslą, tad ir jie su makroekonomika susijusių klausimų neišvengia. Be to, žurna-

listai paprastai specializuojasi įvairiomis temomis, apie kurias galima rašyti tiek makro, tiek vietos naujienos lygiu: nekilnojamojo turto (NT) rinka, akcijų biržos, žemės ūkis, IT ar investicijos.

Bet kokių atveju, pranešant verslo ar ekonomikos naujieną, svarbu nesustoti ties sausu informavimu apie tai, kas nutiko (praėjis ir dabartis). Svarbu nušviesti ir tai, kokią įtaką tai gali turėti (ateitis), stengtis atsakyti į auditorijos klausimą „kas man iš to?“ arba bent „o kodėl man tai turėtų būti įdomu?“.

NAUJIENOS APIE ĮMONES

Apie bendroves ir verslą rašantys žurnalistai praneša naujienas apie įmones ir verslininkus, pradėdant smulkiais su patentais dirbančiais verslininkais, baigiant globaliomis bendrovėmis, ir analizuoja jų veiklą. Pasaulinės svarbos įmonės Lietuvos gyvenime taip pat dalyvauja. Per antrines įmones ar akcininkus čia veikia tokios įmonės kaip „Gazprom“, „Lukoil“, „Barclays“, „Chevron“ ir taip

toliau, bet Lietuva nėra vieta, kurioje šių įmonių vadovybė priima svarbiausius sprendimus. Todėl Lietuvoje apie pasaulinės rinkos milžinus rašoma pasitelkiant užsienio žiniasklaidą.

Rašant apie konkrečius verslininkus, ypatingai svarbu su jais plėtoti žmogiškuosius ryšius, įgauti profesinį pasitikėjimą, nuolat palaikyti dalykinius santykius. Įgyti verslininko pasitikėjimą nereiškia rašyti apie juos tik teigiamas naujienas, demonstruoti savo palaikymo ar aklai tikėti tuo, ką jie sako. Pasitikėjimas turi būti įgytas kaip profesionalų, išmanančių savo profesiją ir neišduodančių savo šaltinių. Nors žurnalistas ir draugiškas, jis aiškiai duoda suprasti, kad tai – profesinė draugystė ir, jeigu jo pašnekovas nusižengs įstatymams, žurnalistas apie tai jaus pareigą pranešti savo skaitytojams.

Labai svarbūs ryšiai su įvairiomis verslo asociacijomis ir verslo priežiūros institucijomis. Kartais būtent asociacijos imasi viešinti savo gildijos rūpesčius, kai konkretus verslininkas nenori arba bijo viešai kalbėti. Lietuvoje veikia tokios verslo asociacijos, kaip, pavyzdžiui, Lietuvos pramonininkų konfederacija, Lietuvos bankų asociacija, Lietuvos smulkiųjų verslininkų ir prekybininkų asociacija, Lietuvos verslo darbdavių konfederacija ir taip toliau. Yra tokios priežiūros institucijos kaip Konkurencijos taryba, Lietuvos bankas, Valstybinė kainų ir energetikos kontrolės komisija, Ryšių reguliavimo tarnyba, Mokesčių inspekcija, Vertybinių popierių komisija ir taip toliau.

Svarbu pažinoti ir privačių teisininkų, kurie (ypač retai) gali atskleisti žinių apie naujų investuotojų atėjimą, ir (dažniau) gali pakomentuoti naujus teisės aktus, reglamentus, įmonių steigimą ar mokesčių įstatymų „skyles“; tai yra labai vertinga, o profesionalui – neišvengiamai būtina rašant apie verslą.

Taip pat svarbu palaikyti ryšį su ekonomikos ir finansų analitikais. Jie gali padėti susigaudyti sudėtinguose įmonių atskaitomybės dokumentuose ir balansuose. Biržinių bendrovių ataskaitos ir pranešimai nemokamai

skelbiami biržos tinklalapyje, tokių įmonių Lietuvoje yra apie 40. Kitų įmonių – ir akcinių bendrovių, ir uždarytųjų akcinių bendrovių – ataskaitas skaitmeniniu formatu galima už tam tikrą mokestį įsigyti iš Registrų centro. Be to, valstybės įmonės savo metines ir ketvirtines ataskaitas nemokamai skelbia savo tinklalapiuose.

Galimos istorijos

Šioje dalyje pateikti pavyzdžiai, apie ką paprastai rašo verslo žurnalistai, bet sąrašas nėra baigtinis. Rašant apie verslą, bendroves, galima aprašyti žemiau iliustruojamas naujienas.

Bendrovių problemos

Žiniasklaidai tradiciškai priskiriamas „sarginio šuns“ vaidmuo. Todėl viena iš žurnalisto pareigų – pranešti apie įstatymams arba etikos standartams nusižengiančias įmones ar jų vadovus, pavišinti vartotoją skriaudžiančius sprendimus ar finansinius konkrečių įmonių rūpesčius. Be to, net ir skaidrios bendrovės gali turėti finansinių ar kitokių bėdų, kurios gali turėti įtaką didesnei visuomenės daliai. Todėl svarbi verslo žurnalistikos dalis yra pranešti apie bendrovių problemas ir jas analizuoti. Problemas pastebėti gali padėti ir išsami bendrovių metinių ataskaitų analizė (ypač su draugiško, tačiau būtinai su tyrimo objektu tiesiogiai nesusijusio finansų analitiko pagalba).

Vienas iš pavyzdžių, kai žiniasklaida aktyviai ėmėsi „sarginio šuns“ vaidmens, buvo istorija, kai dabartiniai prekybos tinklo „Maxima“ akcininkai, pasinaudodami neįgaliųjų žmonių organizacijų valdomoms įmonėms taikomomis lengvatomis, per visuomeninę neįgaliųjų organizaciją „Spindulys“ **susigražino iš valstybės** 76 mln. litų pridėtinės vertės mokesčio. Žiniasklaidos priemonės išsiaiškino net tai, kad ši neįgaliųjų organizacija buvo įregistruota name, kuriame gyveno tuometis „VP Market“ generalinis direk-

torius Žilvinas Marcinkevičius. Kilo didelis triukšmas.

Pavyzdys, kaip naujienos gali gimi iš finansų ataskaitų analizės: 2005 metais prabėgus kelioms savaitėms po AB aviakompanijos „Lietuvos avialinijos“ (vėliau pervadintos „FlyLAL“) privatizavimo jai priklausęs turtas atsidūrė kitos įmonės „Gafizzi capital“ rankose, nors jau buvo pasirašyti susitarimai dėl dalies jo įkeitimo už valstybės vardu garantuotą paskolą. Akcininkai buvo pakankamai neatsargūs ir 2005 metų avialinijų finansinėje ataskaitoje nurodė „Gafizzi capital“ – tuometinį „Vingrių investicijų valdymą“ – kaip susijusią įmonę, su kuria buvo įvykdyti sandoriai. Remdamasis tuo, kad bendrovės buvo susijusios, Turto bankas galėjo tvirčiau ginčyti turto perleidimą.

Visada reikia įvertinti prielaidą: jeigu bendrovė turi tiek finansinių bėdų, kad stovi ant bankroto ribos, straipsnis apie jos bėdas bankrotą gali paspartinti. Pavyzdžiui, 2005 metais spaudoje pranešus apie „*Aviakompanija Lietuva*“ visi įmonės kreditoriai suskubo mėginti atsiimti pinigus, ir bendrovė labai greitai paskelbė bankrotą. Ne veltui vienoje reklamoje sakoma, kad „laikraščiu galima užmušti ne tik musę“. Kai kurios srities įmonės, tarkime, bankus, gali itin pažeisti neigiama informacija spaudoje. Tačiau tai nereiškia, kad žurnalistas turi prisiimti bankrutuojančios įmonės gelbėtojo vaidmenį ir nuslėpti visuomenei svarbią informaciją. Jis tiesiog turi nepamiršti, kad jo veiksmai turi įtaką ir atgarsį, todėl mažų mažiausiai jis turi pranešti nešališką ir patikimą informaciją, o ne tiesiog gandas.

Sėkmės istorijos

Verslo įmonių sėkmės istorijos nėra reklama, jeigu objektyviai parašytos. Ne pati bendrovė nušviečiama teigiamai, bet jos pasirinktas verslo modelis, inovacija, žmoniškųjų išteklių valdymas, idėja ir taip toliau. Kiti verslininkai mielai paskaitys tokias istorijas ir galbūt ką nors iš jų pritaikys sau.

Metiniai susirinkimai

Ten yra galimybė pakalbinti vadovus, tam reikia sekti susirinkimų prospektus biržoje, bet iš esmės „karštų“ istorijų išpėsti pavyksta itin retai.

Asmeninės verslo žmonių, vadovų istorijos

Tai istorijos apie tai, koks vadovas kiek uždirba, kaip pakeitė darbą, kur pakviestas vadovauti, kur investuoja savo asmenines lėšas, vadovų požiūrius ir asmenybes atskleidžiantys interviu. Vadovai ir kiti verslo pasaulio atstovai – skaitytojams įdomios asmenybės.

EKONOMIKOS NAUJIENOS

Šioje žurnalistikos srityje privaloma bent elementariai išmanyti ekonomiką, sugebėti suprasti sudėtingus terminus, juos paprastai paaiškinti. Tam padeda kompiuteryje laikomas ir nuolat papildomas dokumentas su sudėtingais ekonomikos terminais, „išverstais į žmonių kalbą“. Juos galima naudoti tekstuose, kad visi skaitytojai suprastų, apie ką kalbama, nes ne visi skaitytojai yra baigę ekonomiką. Protingas ne tas, kuris moka protingais žodžiais kalbėti, o tas, kuris sudėtingus dalykus moka paaiškinti paprastai. Būtina prisiminti, kad žurnalistas dirba savo skaitytojams, o ne tiems, apie kurių veiklą praneša.

Svarbu palaikyti ryšius su ekonomikos analitikais, statistikais, kurie gali paaiškinti sudėtingus terminus, ir politikais, nes politikų sprendimai ir priimti įstatymai dažnai veikia visą ekonomiką. Kadangi žurnalistai dažniausiai neturi ekonomisto diplomo, natūralu, kad klaidų ir nesusipratimų jų publikuotoje informacijoje išvengti nepavyksta. Tačiau, kaip mėgsta sakyti R. Barysas, jeigu padarei klaidą, prie kiekvieno spaudos kiosko nepastovėsi ir kiekvienam

laikraštį perkančiam skaitytojui nepaaiškinsi, kad buvai pavargęs, nespėjai ar dėl kokių nors kitų priežasčių padarei klaidų. Todėl turbūt geriausiai čia tinka žurnalistikos studijose kalama išmintis, kad „kvailų klausimų nebūna“, tad tenka rinktis mažesnę blogį iš dviejų. Jeigu kas nors neišku, geriau paklausti pašnekovo ir pasitikslinti, atskleisti jam, kad galbūt kažko nesupranti, negu, padarius kvailą klaidą, tai atskleisti visiems skaitytojams ar žiūrovams.

Galimos istorijos

Infliacija. Nebūtina rašyti tik apie tai, kad kažkas brangsta ar brangs, bet galima rasti įvairių „kampų“. Pavyzdžiui, kad infliacija yra didesnė nei palūkanos už vyriausybės vertybinius popierius, tad „suvalgo“ investavusių į šiuos popierius uždarbį. Jeigu minimalus mėnesio atlyginimas ar pensijos siejamos su infliacija, galima pasvarstyti, ar valdžios sprendimas jas didinti nepaskatins pinigų nuvertėjimo spirалės, t. y. ar nuolat didėjantys atlyginimai, pensijos, socialinės išmokos nedidins infliacijos.

Bendrasis vidaus produktas

Tai „tradicinės“ naujienos apie šalies bendrąjį vidaus produktą (BVP), dar tiesiog vadinamą „ekonomika“, apie tai, kaip jis smuko, augo, stabilizavosi. Tačiau galima rasti ir smulkesnių su BVP susijusių naujienų, pavyzdžiui, kaip Statistikos departamentas rengiasi į BVP įskaičiuoti narkotikus ir prostituciją ir kiek dėl to oficialiai „padidėtų“ BVP.

Mokesčių politika

Tai gali būti ne tik bendra diskusija apie mokesčių didinimą, mažinimą ar progresinių mokesčių įvedimą. Tačiau galima ir pakalbinus ekonomikos analitikus paanalizuoti, ar gyventojų pajamų mokesčio lengvata asmenims, su paskola įsigyjantiems/įsigijusiems būstus, kartais „neperkaitins“ nekilnojamojo turto rinkos, kurios burbulų sprogdimai gali atsiliiepti visai ekonomikai. Šia tema sveika

priminti NT rinkų nuosmukių pavyzdžius kitose šalyse.

Įvedus kokią nors pridėtinės vertės mokesčio (PVM) lengvatą ir praėjus tam tikram laikotarpiui, galima patikrinti, ar tikrai tie produktai atpigę. Pavyzdžiui, 2006 metais beveik keturis kartus sumažintas meno, kultūros ir sporto renginių lankymui taikytas PVM, tačiau biilietų platintojai ar renginių organizatoriai *bilietų kainų nemažino*.

Keičiantis gyventojų pajamų mokesčiui (tokie pokyčiai paprastai vyksta nuo Naujųjų metų), galima prognozuoti, ar įmonės savo darbuotojams mokės algas prieš Naujuosius (senuoju tarifu), po Naujųjų (naujuoju tarifu), kokia bus įtaka biudžeto mokesčių surinkimui ir patiems darbuotojams.

Lietuvos ekonomikai įtaką darančios ES naujienos

Pasak vienerius metus portale Delfi.lt rubriką „Mano Europos Parlamentas“ redagavusios Justinos Juršytės, Lietuvos skaitytojai labiau mėgo skaityti tas ES naujienas, kurios pranešdavo, kas keisis jų kasdieniame gyvenime, tarkime, svarstymai dėl vienodo kroviklio visiems telefonams. Antroje vietoje buvo naujienos, kurios darė įtaką skaitytojų piniginiams, tarkime, Europos Komisijos iniciatyva mažinami tarptinklinio ryšio tarifai. Trečioje vietoje būdavo naujienos apie garsius žmones, jų paminėjimas padidindavo skaitomumą. Tai buvo tokie žmonės kaip EK narys Algirdas Šemeta, Europos Vadovų Tarybos pirmininkas Hermanas Van Rompuy, Vokietijos kanclerė Angela Merkel ir kiti. Trečiąją vietą su jais dalijosi naujienos apie ES finansų krizę ir Graikijos gelbėjimą. Kitais atvejais skaitytojų dėmesį pavykdavo pritraukti nebent intriguojančiomis antraštėmis ar nuotraukomis.

Kitos galimos temos:

Krizė (apie krizę - išsamiau lentelėje toliau)

Einamoji sąskaita/užsienio prekyba

Tiesioginės užsienio investicijos

Nekilnojamojo turto rinka

Naftos/dujų kainos

Biudžeto padėtis ir valstybės skolinimasis

Palūkanų normos, paskolų rinka

Valiutų kursai ir prekyba valiutomis

Vertybinių popierių rinka



KAS YRA VERSLO ŽURNALISTO AUDITORIJA

Verslo žurnalistas turi išmanyti savo auditoriją. Ji labai priklauso nuo to, ar žurnalistas dirba bendroje žiniasklaidos priemonėje, kuri praneša naujienas visomis temomis, ar specializuotoje verslo žiniasklaidos priemonėje. Pirmuoju atveju jo auditorija domisi bendromis naujienomis ir įvykiais, viskuo po truputį. Specializuotą verslo spaudą, pasak „Verslo žinių“ vyriausiojo redaktoriaus R. Baryso, skaito kiek kitokie žmonės. Tai tokie sprendimų priėmėjai, kaip verslo savininkai, (ir pačių smulkesnių) bendrovių vadovai, vidurinės grandies vadovai, vadinamasis biurų planktonas, specialistai, vadybininkai. Todėl, pasak jo, specializuotoje žiniasklaidoje verslo turinys yra detalesnis ir analitiškesnis, nes vertinami vykstantys procesai, veiklos rezultatai, pastebimos tendencijos ir į jas atkreipiamas dėmesys, analizuojamos priežastys ir prognozuojamos pasekmės, pristatomi verslui svarbūs žmonės. Ji skirta

Ženklai, kad gresia krizė:

Smunka perkaitusios biržos pasaulinėse rinkose (JAV, ES): pastarąjį kartą krizės banga iki Lietuvos atplaukė maždaug per metus nuo 2007 iki 2008 m., ir įžvalgesni redaktoriai dar 2007 metais buvo nurodę žurnalistams atidžiai sekti užsienio biržas.

Smunka nekilnojamojo turto kainos Vakarų rinkose.

Stambūs bankai Vakaruose turi problemų.

Mes pažeidžiami, jeigu:

Lietuvoje dviženkliais procentais kasmet auga atlyginimai.

Keletą metų iš eilės atlyginimai auga greičiau nei našumas.

Einamosios sąskaitos deficitas siekia 10–15 procentų: nuolatos gerokai daugiau importuojame nei eksportuojame, o už importą greičiausiai mokame skolintais pinigais.

Per metus nekilnojamojo turto kainos auga dviženkliais procentais.

Perkaitusi akcijų rinka: kol kas Lietuvos akcijų rinka vadinama „negilia“, todėl ji neva nedaro didelės įtakos bendrajai ekonomikai, bet padėtis gali keistis.

Net ir ekonomikos augimo laikais nuolatos yra ir didėja viešojo sektoriaus deficitas, kuris yra arba tampa dviženkliau.

Krizė prasideda. Apie ką galima rašyti?

Sekti makroekonomikos rodiklius.

Pirmosiomis savaitėmis stebėti, ar Vyriausybė sugeba apmokėti einamuosius mokėjimus, mokėti už elektrą, išmokėti atlyginimus valstybės tarnautojams, ar neveluota pensijos.

Kaip Lietuvai pavyksta pasiskolinti užsienio rinkose, kokia kaina, trukmė. Norint lyginti su kitomis šalimis, reikia rinktis tos pačios trukmės ir valiutos obligacijų emisijas.

Kokias taupymo/mokesčių didinimo priemones politikai svarsto, ką apie tai mano verslas.

Kaip keičiasi nedarbo rodikliai, kaip reaguoja verslas, ar atleidinėja žmones.

Kaip laikosi nekilnojamojo turto rinka (2008–2010 metų krizė Lietuvoje pirmiausiai kirto nekilnojamojo turto rinkai, tada nusirito per pramonę).

Kokia bankų padėtis, ar žmonės nepradedą masiškai atsiiminėti indėlių.

Rodikliai, kurie gali rodyti ekonomikos atsigavimą:

Daugėja pramonės užsakymų.

Mažėja pramonės produkcijos atsargų lygis (pramonė išsparduoda sandėliuose saugomą produkciją).

Stabilizuojasi nedarbas, vėliau pradeda mažėti.

Mažėja naujai registruotų bedarbių.

Daugėja naujų laisvų darbo vietų.

Ilgėja vidutinė darbo savaitės trukmė.

Pradeda daugėti ar bent nebemažėti nekilnojamojo turto sandorių, stabilizuojasi kainos, jos pradeda didėti.

Auga pramonės produkcijos kainų indeksas (neįskaitant rafinuotų naftos produktų ir mokesčių pokyčių).

Didėja infliacija: tačiau Lietuvoje infliacija gali didėti ir per krizę, pavyzdžiui, jeigu importuojamos energijos kainos auga.

Atsigauna eksportuojančios pramonės šakos – baldų gamyba, chemijos pramonė, maisto produktų eksportas, tekstilė.

Daugėja naujų įrengimų užsakymai (auga investicinių prekių importas).

Gerėja mažmeninės prekybos padėtis.

Atsigauna transporto ir logistikos sektorius.

Auga Lietuvos įmonių pelnas.

Daugėja statybos leidimų.

Auga pinigų kiekis ekonomikoje.

Daugiau naujai įregistruojamų automobilių.

Akcijų rinkų indeksai juda aukštyn.

specialių interesų turintiems skaitytojams.

Krizės ateina ir išeina

Per nepriklausomybės dvidešimtmetį Lietuva patyrė jau ne vieną ekonomikos krizę, ir greičiausiai jų bus daugiau. Rašant apie krizę žurnalistams tenka ypatingas vaidmuo. Būtent jie gali labai iš anksto atkreipti dėmesį į galimai ateinančios krizės ženklus, per krizę suteikti aktualiausią informaciją ir lygiai taip pat pastebėti ir pranešti, kai ženkliai rodo, kad krizė eina į pabaigą, nors gatvėse gyvenimo pagerėjimo dar nematyti. Šioje lentelėje pateikiami įvairūs aspektai, į kuriuos galima atkreipti dėmesį, iš kiekvieno iš šių rodiklių galima padaryti atskirą žurnalistinę istoriją.

Rengiant naudotasi šaltiniais:

Pamela Hollie Kluge „*Guide to Economics and Business Journalism*“. Šią knygą galima rasti Vilniaus universiteto centrinėje bibliotekoje.

Rolandas Barysas „*Kas skaito verslo žiniasklaidą Lietuvoje ir ko jiems reikia?*“. Ši prezentacija pateikta leidinio pabaigoje.

Teksto dalyje apie krizės ženklus pasinaudota 2010 metais kalbintų ekonomikos analitikų Vilijos Tauraitės ir Giedriaus Miliausko suteikta informacija.

Verslo žurnalisto etika ir reputacija

Vija Marija Pakalkaitė, Rytas Staselis

„N mėnesio N dieną N leidinyje spausdinsime diskusiją „Ar reikia Lietuvai atominės elektrinės? Kiek ji kainuos Lietuvai, ir kokia bus jos gaminamos elektros kaina?“ Kviečiami diskusijos dalyviai – LR ministras Vardenis Pavardenis, N universiteto N katedros Civilinės inžinerijos centro direktorius Vardas Pavardauskas, Lietuvos energetikos konsultantų organizacijos atstovas Vardis Pavardonis, Seimo nariai. Kviečiame jus diskusijoje dalyvauti su straipsniu (arba jų ciklu – į keletą numerių, kai A4 puslapio su nuotrauka kaina – 3600 Lt. + PVM, atvarto (dviejų puslapių vienoje plokštumoje) – 6000 Lt. + PVM. Esant avansiniam mokėjimui už straipsnį, taikysime jums 5–10 procentų nuolaidą). Į straipsnio kainą įskaičiuota: N leidinio žurnalisto paslaugos, dizainerio, maketuotojo, foto medžiagos ir gamybos bei spausdinimo paslaugos. Parengta ir suderinta medžiaga bus spausdinama N leidinyje; be to, medžiaga PDF formatu bus įkelta į interneto erdvę: „e-N“ ir „Apple iPad“. Daugiau informacijos – N leidinio interneto svetainėje..“

Tai ištrauka iš tikrovėje egzistuojančiame leidinyje dirbančios pardavimo vadybininkės elektroniniu paštu energetikos sektoriuje veikiančiai įmonei teikto komercinio pasiūlymo. Kaip galėtume atpažinti jo esmę? Gali būti, kad redakcija inicijuoja visai teisėtą ir visas etikos normas atitinkančią diskusiją apie aktualią problemą. Tačiau nutaria gudriai pasipelnyti, siūlydama šalia, įtartume, pokalbio prie apskrito stalo „prikergti“ dar bent vieną tekstą. Už šį tekstą tokioje diskusijoje dalyvaujančios bendrovės atstovai sumokėtų pinigų ir nusipirkto įvaizdį, kad tos bendrovės nuomonė esą yra įtakinga (bendrovės atstovai yra kviečiami į pokalbį, kurio svarbiausias asmuo yra ministrų kabineto narys),

todėl „svarbi“ leidinio skaitytojams. Šalia pasiūlomos ir „žurnalisto paslaugos“, kai apskritai žodis „žurnalistas“ ir žodis „paslaugos“ nesuderinami.

Bendresne prasme, žinant apie komercinį pasiūlymą, kyla įtarimų, ar apskritai pati diskusija yra skaidri? Ar jos už pinigus neinicijavo atominės elektrinės projekto iniciatoriai – valdžios institucijos (yra žinoma, kad atominės elektrinės projektui skatinti viešojoje erdvėje Visagino atominės elektrinės administracija skyrė mažiausiai vieną milijoną litų)? O gal atvirksčiai – ar už diskusijos iniciatyvą arba dalyvavimą joje leidiniui nesumokėjo atominės energijos oponentai? Arba leidinio redakcija komercinei bendrovei tiesiog pardavinėja galimybę pasėdėti strateginius sprendimus priimančių politikų draugėje, patiems politikams apie tai net nežinant? Šie mūsų asmeniniai įtarimai nėra pagrįsti jokiais konkrečiais įrodymais. Tačiau tokios prielaidos iškyla paaikšėjus faktui (jį paliudija dokumento ištrauka), kad leidinio redakcija ne tik toleruoja apmokėtų nuomonių skelbimą (klausias: ar tos bendrovės atstovai buvo pakviesti į diskusiją, jeigu už dalyvavimą joje atsisakė sumokėti pinigų?) toje pačioje rubrikoje, kurioje skelbiama esą probleminė ir aktuali diskusija, bet ir skatina patraukliais komerciniais pasiūlymais.

Akivaizdu, kad leidinys, siekdamas greito ir paprasto uždarbio, žudo savo reputaciją, versdamas abejoti kiekvieno leidinyje skelbiamo teksto skaidrumu. Be to, teikdamas komercinį pasiūlymą tame pačiame dokumente vėliau jis giriasi moralia laikysena, profesionalumu ir tvirtomis demokratinėmis nuostatomis (ironiška, nes laisva ir nešališka spauda būtina demokratijai užtikrinti). Jeigu galima šitaip už pinigus sudalyvauti „diskusijoje“ vienu atveju, kyla klausimas, ko verti visi kiti šiame leidinyje skelbiami straipsniai? Galima sakyti, kad tai – bendrovės požiūriu į trumpalaikes ir ilgalaikes savo verslo perspektyvas problema, kai žiniasklaidos įmonė renkasi trumpalaikes.

Kaip atpažinti užsakomąjį straipsnį

Telekomunikacijų bendrovės „Omnitel“ 2007–2008 m. atliktos apklausos duomenys parodė, kad 66,3 proc. skaitytojai teigia atpažįstantys užsakytus straipsnius, o 55,7 proc. apklaustųjų sakė, kad atpažįsta užsakytus straipsnius, kai nuo skaitytojų tai slepiama. Tarp užsakomuosius straipsnius atpažįstančių skaitytojų 37 proc. juos vertina neigiamai. Dar daugiau – 43,3 proc. skaitytojų – neigiamai vertina paslėptus užsakomuosius straipsnius. Tačiau paslėptų užsakomųjų straipsnių Lietuvos spaudoje kaip buvo, taip ir yra.

Žurnalistas Marijus Širvinskas savo bakalauro darbe „Užsakomieji straipsniai nacionaliniuose dienraščiuose: požymiai, taikymas, apibrėžimas“ yra išskyres paslėptų užsakomųjų straipsnių požymius, kurie pateikti žemiau.

- Būdinga specifinė, neatitinkanti leidinio formato stilstika: antraštės ima skambėti kaip skelbimo šūkliai; paantraštės gali būti per ilgos.
- Juos išduoda greta neva objektyvaus teksto publikuoti tos pačios įmonės reklamos pranešimai.
- Šaltinių stoka. Paprastai tokioje publikacijoje kalbinamas vos vienas pašnekovas, dažniausiai tai būna įmonės ar įstaigos vadovas.
- Yra neįprasta jį rašiusiojo autoriaus pavardė, tiksliau, dažnai tai tebūna slapyvardis. 2005 metais M.Širvinskas atkreipė dėmesį į tokias pavardes kaip Laimutis Genys („Lietuvos rytas“), Vaidė Gėlė arba Rokus Žaibas („Respublika“), Marijonas Molinis („Veidas“).
- Tokiame straipsnyje konkreti firma arba jos vadovas yra parodomas paprastai vien iš teigiamos pusės, ne neklausiant jų apie problemas, kurios domina auditoriją, arba atsakoma atmestinais, o kalbinantis pašnekovą žurnalistas nemato reikalo patikslinti ir pateikti tikslinamų klausimų.

Žurnalistas tampa įkaitu

Aptariamoms temoms požiūriu ne mažiau svarbus klausimas, kaip tokius leidinius leidžiančios bendrovės žiūri į joje dirbančius žurnalistus, kurių paslaugos įskaičiuojamos į bendrą kainą šalia „foto medžiagų ir gamybos bei spausdinimo išlaidų“. Požiūris mažų mažiausiai nepagarbus, nes nuvertina žurnalisto darbą iki „intymių paslaugų“ lygio. Ar žurnalistas turėtų atsakyti tokios užduoties ir tokios darbovietės? Jis turi neabejotiną teisę rinktis: siūsdama suteikti paslaugas komercinei bendrovei, redakcija savo naudai parduoda esamą ir būsimą žurnalisto reputaciją – brangiausią verslo žurnalisto turimą. Ir jis turi teisę pasirinkti savo reputaciją, o ne darbą toje žiniasklaidos priemonėje.

Tai anaip tol ne vienintelė dilema, kurią turi spręsti verslo temomis rašantys žurnalistai. Jie dirba ne itin skaidrioje aplinkoje, sudėtingame trikampyje – politikų, verslo korporacijų ir žiniasklaidą leidžiančių bendrovių interesų sandūroje. Visų toje sandūroje vyraujančių procesų kurioje nors redakcijoje dirbantis žurnalistas gali net nežinoti, nes tėra paverčiamas paslaugas teikiančiu įrankiu.

„Sakykime, aš jau vasarą nutuokiau, kad po rinkimų Darbo partija vyriausybės formuoti eis kartu su socialdemokratais, mat „Balso“ redakcijose buvo reikalaujama į turinį primaišyti ne tik Viktoro Uspaskicho ir jo bičiulių komentarų, bet ir dabartinio kandidato į būsimus premjerus Algirdo Butkevičiaus nuomonių. Kitaip sakant, vadovybės spaudimas kokiam nors straipsnyje paminėti socialdemokratų lyderį buvo signalas, kad šios dvi politinės jėgos yra sutarusios bendradarbiauti ir derina savo veiksmus,“ – portalo 15min.lt dienoraštyje prisiminimais apie vieną iš savo buvusių darbuotojų dalijosi tas pats Marijus Širvinskas, kurio bakalauro darbas pacituotas pirmiau.

Šiuo atveju žurnalistas kažką numanė, nes atpažino „turinio priemaišas“. Tačiau būna ir kitaip: verslo grupės ir politinės jėgos sudaro neoficialius susitarimus, kurių

tikslas – remti tam tikrus politikus per rinkimus, verslo grupei tikintis, kad užėmęs politines ar valstybės tarnybos pareigas remtas asmuo atsidėkos. Verslo grupė konkrečiame leidinyje perka reklamą, o žiniasklaidos bendrovė už ją atsiskaito paslaugomis žurnalistų, kurie bėgioja į Seimą ir Vyriausybę, terorizuoja valdžios struktūras, atstovaudami konkrečios verslo grupės interesus, pateikdami kryptingus klausimus ir taip padėdami tai verslo struktūrai gauti naudos.

Kas priklauso nuo paties žurnalistų

Mūsų paklausti „Verslo žinių“ (VŽ) reklamos skyriaus darbuotojai sako, kad apskritai itin geidžiama stambiųjų bendrovių reklamos forma yra žurnalistų rankomis parašyti neva objektyvūs straipsniai. Pasak reklamos skyriaus darbuotojų, didesnės kompanijos užsimena norinčios, kad už pinigus VŽ žurnalistas parašytų straipsnį (iš tikrųjų liaupses) apie konkrečią bendrovę ir įdėtų jį į laikraštį nieko nuo kitų straipsnių neišsiskiriančia forma. Toks reklamos sklaidos būdas VŽ laikomas nepriimtiniu ir nelegaliu. Todėl dėl jos apskritai nesiderama. Mažesnės įmonės, kurios valdomos pagal principą „viskas – viename“ (tas pats žmogus – direktorius, reklamos vadybininkas, viešųjų ryšių specialistas), siekia už pinigus patalpinti laikraštyje savo kūrybos tekstus, tačiau taip pat su sąlyga, kad tos publikacijos niekuo nesiskirtų nuo bendro VŽ stiliaus. Tačiau labiausiai ypač nekilojamojo turto, prekybos, finansų, telekomunikacijų įmonių siekiama savų interesų brūkimo į viešąją erdvę forma yra mėginimai „prisijaukinti“ padorią reputaciją turinčius žurnalistus, kurie, rašydami nebūtinai tų verslo struktūrų inicijuotus straipsnius, nepamirštų atspindėti ir draugiškų įmonių nuomonės, paskelbti siūlomų ekspertų citatas. Toks požiūris dar kartą paliudija, kad didžiausias kapitalas, kurį turi verslo temomis rašantis žurnalistas, yra jo reputacija. Juk patyrusių verslo struktūrų požiūriu, gerą reputaciją išsaugojęs žurnalistas, rašantis bendrovės interesus

atitinkančius straipsnius, yra pati efektyviausia tikslinės auditorijos pasiekimo forma.

Norintiesiems apsisaugoti nuo kryptinės įtakos Billas Kovachas ir Timas Rosentielis knygoje „The Elements of Journalism“ siūlo laikytis devynių universalių darbo principų, kurie tinka ne tik verslo žiniasklaidai:

1. Žurnalistikos pirmoji priedermė (pirmasis įsipareigojimas) yra tarnystė tiesai.
2. Žurnalistika yra ištikima pirmiausia piliečiams (ne auditorijai – skaitytojams, klausytojams, žiūrovams, lankytojams).
3. Žurnalistikos darbo esmė yra patikrinti arba patvirtinti gautą informaciją.
4. Žurnalistas privalo būti nepriklausomas nuo tų, apie kuriuos rašo.
5. Žurnalistika privalo nepriklausomai vykdyti kontrolės funkciją.
6. Žurnalistika privalo sudaryti sąlygas viešajai kritikai ir nuomonių įvairovei.
7. Žurnalistas privalo įdomiai ir suprantamai pateikti tai, kas svarbu.
8. Žurnalistas privalo pateikti naujienas išsamiai ir proporcingai.
9. Žurnalistui privaloma sudaryti sąlygas dirbti pagal savo asmenines sąžinės nuostatas.

Šia tema galite pasidomėti daugiau

- Žurnalistų ir leidėjų etikos kodeksas
- Garbingos žiniasklaidos institutas: www.gzi.lt
- Verslo žurnalistų klubas

- Marijus Širvinskas, bakalauro darbas, I d. „Užsakomieji straipsniai nacionaliniuose dienraščiuose: požymiai, taikymas, apibrėžimas“ (2006)
- Mindaugas Nastaravičius, bakalauro darbas „Verslo interesų raiška šalies periodinių leidinių turiniui“ (2006)
- **Nuorodos diskusijai**
- **Ar tai – geras žurnalistas?**
- „Dar pažiūrėsime“ satyrinis vaizdelis „Pakomentuokite plačiau“, kaip (ne)reikia užduoti klausimų:
- <http://www.youtube.com/watch?v=nEI95e0mCLE>
- **Ar galima vardan informacijos stumdyti pašnekovą?**
- Rūta Janutienė 2012 m. kalbina Kauno apskrities vyriausiojo policijos komisariato viršininką Algirdą Kaminską apie įvykius Garliavoje.
- <http://www.youtube.com/watch?v=F0UrkdQuo6Q>
- **Ar žurnalistas turėtų reklamuoti verslo projektus?**
- Žurnalistas Algimantas Čekuolis kalba apie Visagino atominę elektrinę.
- <http://www.vae.lt/lt/broadcasts/video>

Naudingos nuorodos darbui

- Nasdaq OMX Vilniaus birža
<http://www.nasdaqomxbaltic.com/market/?lang=lt>
(Biržinių įmonių ataskaitos būna skiltyje „Pranešimai“)
- Registrų centras
<http://www.registrucentras.lt>
Galima naudotis nemokama informacija, pavyzdžiui, rasti naujienas apie tai, kokie žinomi žmonės ar žinomų įmonių akcininkai kokias įmones steigia, taip pat pirkti finansines ataskaitas.
- Nemokama informacija čia: → Juridinių asmenų registras → Neatlygintini duomenų sprendimai (Juridinių asmenų įregistravimas, Juridinių asmenų duomenų ar informacijos pakeitimų įregistravimas)
- Seimo narių pasiūlymai
Seimo tinklalapis www.lrs.lt → Naujausių įregistruotų teisės aktų paieška
- Kas bankrutuoja
Įmonių bankroto valdymo departamentas:
www.bankrotodep.lt/
- Makroekonomikos statistika
Naujienos apie Lietuvos ekonomikos padėtį ir prognozes paprastai atkeliauja iš trijų šaltinių: Statistikos departamento, Lietuvos banko ir Finansų ministerijos. Bankų sektoriaus apžvalgas galima rasti Lietuvos bankų asociacijos tinklalapyje.
Statistikos departamento tinklalapis. Nauja informacija ten skelbiama pagal iš anksto paskelbtą kalendorių 11 val.: <http://www.stat.gov.lt/lt/>
- Finansų ministerijos tinklalapis. Ten galima rasti makroekonomikos prognozes: <http://www.finmin.lt/>
- Lietuvos banko tinklalapis. Ten galima rasti Lietuvos banko daromas makroekonomikos prognozes, bankų sektoriaus statistiką: www.lb.lt
- Lietuvos bankų asociacijos tinklalapis:
<http://www.lba.lt/>

Lietuvos verslo žiniasklaida: Istorinis futuristinis ekskursas

Rytas Staselis

Nuo tautinio atgimimo laikų buvo dešimtys mėginimų leisti verslo bendruomenei skirtus laikraščius ir žurnalus, kurti paklausias televizijos laidas ar, naujausiais laikais, steigti interneto portalus. Tačiau sėkmingų ir palyginti ilgą laiką rinkoje išsilaikančių pavyzdžių tėra vienetai.

Pati svarbiausia verslo žurnalistikos problema – trumpa institucinė atmintis. Tai tokia būsena, kada rašydami apie reiškinius ir pranešdami žinias žurnalistai turi menką supratimą apie tai, kaip tie reiškiniai susiformavo istorijos perspektyvoje. Todėl pranešimų tekstai ir pretenzijos į analitiką atrodo paviršutiniškai lėkšti.

Kokybė, reputacija ir efektyvus valdymas – trys pagrindiniai kriterijai, kurie nuo 1988–ųjų iki šiol lėmė verslo žiniasklaidos raidą Lietuvoje. Lietuviška patirtis niekuo nesiskiria nuo pasaulinės ir rodo, kad, norint imtis verslo žinių sklaidos verslo ir siekti jo sėkmės, būtina visų šių trijų kriterijų harmonija. Jeigu šių trijų kriterijų nepavyksta suderinti, o juo labiau – jeigu žiniasklaidos priemonė ima neatitikti bent vieno iš šių reikalavimų atskirai, ji išnyksta iš rinkos, savininkams atnešdama nuostolius.

Patirtis: kokios žiniasklaidos nereikia

Iš karto po 1988–ųjų buvo keletas mėginimų atkurti tarpukario Lietuvoje ėjusius kooperatyvų sąjungų, verslo ir gamybos organizacijų laikraščius. Žurnalas „Ben-

drija“ – Lietuvos kooperatyvų nacionalinės asociacijos ekonominis komercinis leidinys, redaguotas dabartinio Ekonominio bendradarbiavimo ir plėtros organizacijos analitiko Baltijos šalyse, buvusio diplomato Valdemaro Katkaus. Tai buvo bene rimčiausius tekstus ekonomikos temomis skelbęs leidinys, kuris atspindėjo ir šiuolaikinę ekonominę mintį, tačiau 1989 m. užsidarė dėl nepakankamų finansų, verslo užnugario ir nesugebėjęs išlaikyti konkurencijos. Žurnalo tematika nelabai derėjo su tuometinio verslo aktualijomis, nes nieko nerašė nei apie retųjų metalų kainas Rusijoje ir Vakarų šalyse, nei apie plataus vartojimo prekių kainas Kinijoje, juo labiau jų nelygino su Gariūnų turgaus kainomis. O būtent į šiuos ir panašius verslus metėsi daugelis po Lietuvos nepriklausomybės atkūrimo į verslą patraukusių lietuvių.

Akademinė ekonomistų bendruomenė taip pat nebuvo kokybiškos informacijos ir pažangios minties plėtros siekusių ekonominių leidinių – „The East Express“ (1989–1992 m., anglų kalba, redaktoriai Egidijus Meilūnas ir Birutė Vyšniauskaitė), „Litas“ (1990–1995 m., redaktoriai Jurgis Paskočinas ir Jonas Bagdanskis), „Komercinės žinios“ (1989–1995 m., redaktorius Kazys Matačiūnas) – auditorija. Ir tai yra vienas didesnių ir iki šiol neįvertintų Lietuvos paveldo praradimų. Įvairios visuomenės grupės neblogai žino apie pokario rezistenciją, sovietmečio disidentų judėjimą ar net kultūros paminklus. Tačiau „Druskininkų šešetuko“ – protingiausių tuometinių Lietuvos ekonomistų – pastangų sukurti šalies ekonomikos pertvarkos planą fenomenas, neabejoju, daugeliui lietuvių nieko nesako. Akademikas Eduardas Vilkas (1935–2008), profesorius Kazimieras Antanavičius (1937–1998), Kęstutis Glaveckas, Algis Dobravolskas, Vytas Navickas, Vytenis Aleškaitis – apie Lietuvoje 1990–1994 m. vykusias ekonomines reformas, jų autorius ir šių žmonių darbo, užsidiarius vienoje vyriausybėje viloje Druskininkuose, aplinkybes mažai buvo žinoma tada. Dar mažiau – šiais laikais. Visuomenės sampratai šis praradimas prasmingas pirmiausiai dėl to, kad jos diduma nežino, kodėl sovietmečiu valstybinio turto privatizacija

atkūrus nepriklausomybę vyko už vadinamuosius „privatizavimo čekius“. Ir kad didelė dalis šiuolaikinių stambių verslininkų tokie tapo sugebėję pasinaudoti „čekinės privatizacijos“ galimybėmis. Tų laikų patirtis daro didelę įtaką tų verslininkų mąstysenai, įmonių valdymo ir bendravimo su visuomenės ir valdžios institutais stiliui.

Lietuvos verslo žiniasklaida turėjo ir kitą vystymo kryptį. Pirmiausiai korporacijos „Lietverslas“, vėliau „Tauro“ banko finansuojami arba remiami leisti leidiniai „Aljansas“ (redaktorius Genadijus Konopliovas (1945–1997) – bankininku tapęs sovietmečio partinis funkcionierius), „Savininkas“, „Biznis“ (redaktorius Žyngintas Kačanauskas (1965–2012)). Susitelkę prie keletą metų aktyviai veikusios Nuosavybės saugos kongreso organizacijos, šie leidiniai skelbė labiau tokius propagandinius tekstus, kad jie idealiai atitiktų jų užsakovų–leidėjų ideologines nuostatas (tai buvo didelė klaida) apie verslo pasaulėžiūrą, buvo skirti stipresniems verslininkams, propagavo turto neliečiamybės temą. Jie skatino kituose leidiniuose ekonominėmis temomis rašiusius žurnalistus, kurie galėdavo į „Lietverslą“ atnešę bet kuriame leidinyje paskelbtą savo straipsnį, kurio idėjos atitiko šios korporacijos savininkų idėjas, tikėtis 5 USD arba 5 DEM honoraro.

Ilgainiui turėti savo žiniasklaidos priemonę verslininkų luome tapo gero tono ženklų. Bronislovas Lubys (1938–2011), Viktoras Uspaskichas, Darius Mockus ir kiti buvo ar tebėra įsigiję nacionalinės reikšmės verslo informacijos leidinių, televizijos kanalų, radijo stočių ir interneto portalų. Visi jie anksčiau ar vėliau susidūrė su dilema, koks yra jų valdomos žiniasklaidos tikslas – parduoti žinias ar prekiauti įtaka? Regis, nė vienu atveju šios dilemos nepavyko išspręsti. Leidėjai nesistengė įrodyti arba nesugebėjo paslėpti, kad jų žiniasklaida tik iš dalies atitinka klasikinę prekybos žiniomis misiją. Daugiau ar mažiau per savo valdomas žiniasklaidos priemones nedeklaruodami siekė ir tebesiekia propaguoti savo verslo interesus, neretai – susidoroti su konkurentais ir politikais skelbiant kryptingą juos kompromituojančią informaciją.

Iki 1995–ųjų buvusi lietuviškos ekonomikos ir verslo žiniasklaidos patirtis rodo: norint įsitvirtinti rinkoje, būtina aiškiai žinoti auditorijos poreikius ir laiku reaguoti į jos pokyčius. Palyginti siaura verslo žiniasklaidos niša Lietuvoje visiškai atmeta bet kokius bandymus skelbti vienpusę propagandą, greitai užuodžia užsakomosios žurnalistikos kvapą. Šios nišos auditorija yra moki, tačiau pirkdama siūlomą prekę kelia aukštus kokybės standartus: nori atrasti jai reikalingą ir patikimą informaciją. Visi bandymai įsisprauti į verslo žiniasklaidos nišą nepaisant šių reikalavimų ir įžangoje pateiktų pagrindinių principų iš tikrovės virsta istorija.

„Verslo žinios“: kol kas vienintelis sėkmės pavyzdys

Pažvelgus į bibliografinį per paskutinį ketvirtį amžiaus leistos ekonomikos ir verslo žiniasklaidos sąrašą, galima atkreipti dėmesį į aiškią takoskyrą: 1995 m. nutraukiama daugumos ligi to laiko išlikusių, permainas ir pirmąją Lietuvos bankų krizę išgyvenusių specializuotų ekonominių ir verslui skirtų leidinių leidyba. Rinkoje 1994 m. spalį atsiradęs švedų koncerno „Bonnier“ ir partnerių Lietuvoje leidžiamas verslui skirtas dienraštis „Verslo žinios“ išstumia kitus leidinius Lietuvoje neįprastu, tačiau patraukliu, moderniu stiliumi. Dirbu „Verslo žiniuose“ 7 metus ir galiu pažymėti, kad tuo metu tai buvo nematytas dizainas, kitoks žinių ir iliustracijų pateikimo būdas, tačiau svarbiausia, visiškai nauja žiniasklaidos verslo filosofija, kurią užtikrina švedų koncerno patirtis Skandinavijos, Vidurio ir Rytų Europos rinkose. Pirmą kartą Lietuvos verslo žiniasklaidoje buvo aiškiai deklaruojamos misija, vertybės ir akcininkai. Dirbęs įvairioje spausdintoje ir elektroninėje žiniasklaidoje pastebiu paradoksą: 18 metų „Verslo žinios“ Lietuvos rinkoje vis dar neturi konkurentų, tačiau nė viename kitame leidinyje neteko patirti tokios dinamiškos kaitos: išvaizdos, technologinių naujovių, darbo priemonių, nuolat vykstančios optimalios valdymo formos paieškų.

Tiesa, konkurentų *de facto* yra: pavyzdžiui, žurnalai „Valsytė“ ir IQ, ekonomikos savaitraštis ekonomika.lt, simpatiškas portalas „Plus 500“, „Forex prekyba“ yra patrauklūs savo pastangų, investicijų požiūriu. Tačiau jų dar neįmanoma „prikabinti“ prie lyderių dėl vienintelės priežasties, kuri verslo žiniasklaidos tyrinėtojams ateityje bus labai svarbi: jie neatsiperka, ir, kaip suprantu, nemažina investicinio laikotarpio nuostolių. Kitaip tariant, klausimas dėl jų ateities iškilus.

Tačiau ir to nebepakanka

Rolandas Barysas, „Verslo žinių“ vyriausiasis redaktorius, tvirtina, kad rinkoje esą nesėkmingai laukia konkurentų. Tačiau pagrindinis bendrovės iššūkis – kaip išlikti verslui skirtos žiniasklaidos nišoje tuo metu, kada visame pasaulyje nyksta spausdintiniai laikraščiai. Be to, plečiantis žinių sklaidai internete mažta kokybiškos informacijos poreikis. Globalioje ekonomikoje veikiantis verslas turi prieigą prie pasaulyje skelbiamos specializuotos informacijos, kuri vis sunkiau įkandama klasikinį išsilavinimą ir tik bendrą kompetenciją turintiems žurnalistams. Ši problema gilėja visame pasaulyje. „Kodėl informacinėje ekonomikoje profesionalios žurnalistikos ekonominis pagrindas silpnas kaip niekada anksčiau?“, – kolegė Gražina Sviderskytė cituoja žmogaus ir kompiuterio sąveikos guru Billą Buxtoną. Atsakymo nežino ir jis.

Kaip išlikti rinkoje, kurioje diduma auditorijos informacijos poreikį visiškai patenkina perversdama nemokamai pasiekiamus interneto portalus? Vis daugiau kokybiškos žiniasklaidos Vakaruose pertvarko savo turinį pagal principą: laisva prieiga internete tik prie masalo, norėdamas pasiekti giliau – mokėk. Kai kurios didžiosios žiniasklaidos verslo bendrovės, atsisakydamos nemokamos turinio sklaidos, patiria iki 70 procentų auditorijos nuosmukį. Kas laukia lietuviškos verslo žiniasklaidos?

Ateitis: dėliojant provincijos naujienas

Vykstant visuotiniam komunikacijos ir su šia visuomenės gyvenimo sritimi siejamo verslo virsmui (internetas keičia XV amžiuje vokiečių spaustuvininko Johano Gutenbergo sukurtą spausdinimo mašiną!), kurio pasekmių neįmanoma prognozuoti, nacionalinė verslo žiniasklaida greičiausiai palaipsniui nyks arba privalės persitvarkyti pagal naujus auditorijos poreikius. Globaliame pasaulyje, kur jau dabar vyrauja globalūs finansų srautai, darbo rinkos pasidalijimas, pramonės ir paslaugų koncentracija skirtinguose regionuose, Lietuvoje leidžiamos verslo žiniasklaidos laukia du pagrindiniai keliai: vietos verslui reikalingos informacijos iš globalių šaltinių moderavimas arba vietos – provincijos – naujienų atspindėjimas.

Pirmo pasirinkimo keliu einančioje žiniasklaidoje mažės klasikinės žurnalistikos profesijos reikšmė ir didės informacijos srautų moderavimo inžinerijos poreikis. Kitaip tariant, didesnę reikšmę turės gebėjimas globaliuose informacijos srautuose sugaudyti lokaliaje rinkoje veikiančiam verslui reikalingas žinias bei šaltinius, „sukabinti“ su vietos politinėmis aktualijomis ir pasiūlyti vietos auditorijai. Po dviejų dešimtmečių, o gal ir anksčiau, tai, kas laikoma vietos rinka, greičiausiai nebebus vien Lietuva. Galbūt Europos Sąjunga (ypač jos glaudesnės federalizacijos atveju), galbūt Vidurio ir Rytų Europos arba Šiaurės Vakarų, o gal tik Baltijos šalių regionas.

Kad ir kokio dydžio bus toji lokali rinka, joje vis dar vyks pirkimai, įsigijimai, pelnai ir nuostoliai, kompanijų steigimai ir bankrotai – tai galimybė veikti ir lokalią auditoriją aptarnaujančiai verslo žiniasklaidai tikėtis sėkmingo verslo.

Verslo žiniasklaida Europoje ir pasaulyje

Ieva Kazakevičiūtė

Žurnalistai kartais juokauja, kad iš tiesų jie rašo ne skaitytojams, o kitiems žurnalistams. Tai beveik panašu į tiesą. Ryte atėję į darbą žurnalistai pirmiausiai perskaito ir peržiūri, ką pranešė kiti, kokios naujienos aktualiausias ir karščiausias tą dieną, o tada imasi savo darbų. Šioje dalyje pateikta užsienio verslo žiniasklaidos, nuo kurios galima pradėti rytą, apžvalga. Šie leidiniai laikomi kokybiškais ir analitiškais informacijos šaltiniais.

„FINANCIAL TIMES“

Didžiojoje Britanijoje leidžiamas dienraštis „Financial Times“ yra vertinamas dėl savo autoriteto, tikslumo ir principingumo. Tiek dienraštis, tiek jo interneto svetainė FT.com teikia platų spektrą globaliai mąstantiems verslo atstovams reikalingų paslaugų. Laikraštis buvo įkurtas 1888 metais, jo šūkis yra – „Be baimės ir be malonių“ (angl. „Without fear and without favour“). Daugiau nei 600 žurnalistų visame pasaulyje turinčio „Financial Times“ tiražas 2012 metais buvo apie 288 tūkstančiai egzempliorių, o bendra laikraščio ir tinklapio FT.com auditorija – 2,1 mln. skaitytojų kasdien.

„Financial Times“ taip pat turi savo dalį kitose spaudos įmonėse, tarp jų – „Vedomosti“, viename svarbiausių Rusijos verslo leidinių; 50 proc. akcijų dalį „The Economist Group“, leidžiančioje svarbiausias kassavaitines pasaulio verslo bei kitas naujienas, 50 proc. dalį BDFM, Pietų Afrikos leidykloje, leidžiančioje įtakingiausias finansinius laikraščius ir tinklapius. Tarp šios leidyklos leidžiamų leidinių yra ir „Business Day“ bei „Financial Mail“.

Norint užsiprenumeruoti laikraštį į Lietuvą, galima rinktis iš skirtingų pasiūlymų. Galima prenumeruoti numerius, leidžiamus nuo pirmadienio iki penktadienio, nuo pirmadienio iki šeštadienio ar tik šeštadieninius. Šešių savaitinių numerių prenumerata metams ir neribotas naudojimas FT.com ištekliais Lietuvoje kainuotų 1,177 tūkst. svarų sterlingų (apie 5 tūkst. litų¹). Vien laikraščio metinė prenumerata kainuotų 814,27 svarus (apie 3,5 tūkst. litų).

Puslapyje FT.com galimi du registracijos būdai: galima rinktis nemokamą registraciją, tuo atveju vartotojui siunčiamos trumpos apžvalgos ir naujienos elektroniniu paštu, rytinės naujienos (svarbiausia Londono, Niujorko ir Azijos finansinė apžvalga, sutrumpinta taip, kad būtų patogi skaityti išmaniuosiuose telefonuose), neribotas priėjimas prie tinklaraščių, ir leidžiama naudotis vertybinių popierių portfelio įrankiu. Už 5,75 svarų (24,62 litus) per savaitę, be šių paslaugų, suteikiama prieiga prie pastarųjų penkerių metų FT.com archyvų, galima neribotai skaityti FT.com straipsnius ir naudotis FT.com išmaniuosiuose telefonuose bei planšetėse.

„Financial Times“ naujienas galima sekti ir socialiniuose tinkluose *Twitter* (@FinancialTimes) bei *Facebook* <https://www.facebook.com/financialtimes>.

„THE ECONOMIST“

Dažnai kyla klausimas, kodėl 1843 metais įkurtas „The Economist“ (priklausantis „The Economist Group“) ir šandien leidžiamas žurnalo pavidalu vadina save laikraščiu. Redakcija tokį sprendimą aiškina tuo, kad kiekvieną ketvirtadienį šešiose šalyse pasirodantis leidinys stengiasi pateikti ne tik analizę bei vertinimus, bet ir naujausios savaitės verslo bei kitas pasaulio naujienas.

¹ Visi skaičiavimai pateikti pagal 2012 m. spalio 31 d. Lietuvos banko nurodytą kursą.

Nuo 1928 metų pusė leidinio akcijų priklauso „The Financial Times“, kita pusė – privatiems akcininkams, tarp kurių – daug personalo narių. Laikraštis atvirai deklaruoja remiantis laisvą prekybą ir laisvą rinką, didžiuojasi savo nešališkumu ir priskiria save „ekstremaliai centrui“.

„The Economist“ interneto svetainė siūlo autoritetinių autorių nuomones ir analizės, perspausdina straipsnius iš žurnalo. Svetainės archyve saugomi straipsniai, surinkti nuo 1997 metų. Jame taip pat galima rasti ir tik internetui parengto turinio, tokio kaip įvairių autorių tinklaraščius, debatus ar garso bei vaizdo programas.

„The Economist“ siūlo savo programas išmaniesiems telefonams ir planšetiniams kompiuteriams. Jas galima atsisiųsti nemokamai. Tačiau tai suteikia galimybę skaityti ne visus žurnale spausdintus straipsnius. Norinti perskaityti visus straipsnius, žurnalą telefonu galima atsisiųsti už 5,49 svarus (apie 24 litus).

Svetainėje galima užsiregistruoti ir norint elektroniniu paštu gauti „The Economist“ naujienlaiškius. Garsinė versija, leidžianti išklausyti įgarsintus žurnalo straipsnius, yra vienintelė papildoma paslauga, kuri prieinama tik prenumeratoriams. Siūloma prenumerata yra dviejų tipų: vien internetinio turinio arba internetinio, kartu gaunant ir spausdintą „The Economist“ versiją. Kaina atitinkamai už 13 savaičių (ketvirtį metų) yra 32 ir 125 svarai (137 ir 535 litai), už 51 savaitę (vienerius metus) – 38 ir 128 svarai (163 ir 548 litai). Abi prenumeratos garantuoja prieigą prie visų straipsnių internete (tarp jų ir tik internete spausdinamą turinį), neribotą naudojimąsi programėlėmis, garsinę versiją ir nevaržomą galimybę dalyvauti debatuose, forumuose bei komentuoti tekstus.

„The Economist“ naujienas galima sekti ir socialiniuose tinkluose *Twitter*: @TheEconomist bei *Facebook* <https://www.facebook.com/TheEconomist>.

„THE WALL STREET JOURNAL“

Tai yra didžiausio tiražo laikraštis JAV – 2,1 mln. egzempliorių. „The Wall Street Journal“, dar vadinamas tiesiog WSJ, leidžia ir specialias versijas Europai bei Azijai. Leidžiamas nuo 1889 metų Niujorke, WSJ daugiausiai dėmesio skiria JAV ir tarptautinei ekonomikai bei finansams. Laikraščio pozicija dažnai lyginama su „The Economist“, kadangi WSJ taip pat pasisako už laisvą rinką ir fiksuotus valiutos kursus². Labiausiai WSJ ir Europos bei Azijos verslo leidinių nuomonės išsiskiria tik vertinant JAV biudžeto deficitą. Politikoje WSJ stipriausiai pasisako už imigracijos politikos liberalizavimą JAV. 2004 metais Stenfordo universitete įkurto „Hoover Institution“ tyrimų centro profesorius Jeffas Milyo su kolega prof. Timu Groseclose'u atliko spaudos šališkumo tyrimą. Buvo vertinama tai, kokius šaltinius leidiniai rinkosi cituoti. Pagal šį kriterijų WSJ buvo pripažintas liberaliausiu ir nešališkiausiu leidiniu (redakcijos skiltis vertinama nebuvo).

Internetinėje WSJ versijoje skaitytojai iš Europos gali užsisakyti naujienlaiškį. Galima rinktis iš šešių skirtingų temų, o prie kiekvienos jų – po regioną (JAV, Europa, Azija). Lietuvoje užsiprenumeruoti spausdinto WSJ varianto neįmanoma, o internetinė versija kainuoja 237,85 eurų (apie 821 litus) per metus. Pasirinkus šią prenumeratą, garantuojama prieiga prie visų WSJ internetinės versijos straipsnių, analizių ir nuomonių, mobiliosiose programose siūlomos paslaugos nuolat sekti pokyčius akcijų biržoje su „Wall Street Journal“ elektroniniu rinkų duomenų centru („Online Market Data Centre“).

WSJ naujienas galima sekti ir socialiniuose tinkluose *Twitter* @WSJ bei *Facebook*

<https://www.facebook.com/wsj?fref=ts>

2 Remiantis JAV nepriklausomo monetarinės ekonomikos analizės komiteto „Shadow Open Market Committee“ (SOMC) vertinimu, pristatytu 2002 m. balandžio 11 d. [<http://repository.cmu.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1313&context=tepper>]

„HANDELSBLATT“

Svarbiausio Vokietijos verslo laikraščio „Handelsblatt“ (išvertus pažodžiui, „Komercijos laikraštis“), įkurto 1946 metais, tiražas 2012 metais siekė apie 145 tūkstančius egzempliorių kasdien. Visa informacija pateikiama vokiečių kalba, versijų anglų kalba nėra. Laikraščio pozicija linksta prie socialinio liberalizmo ir ekonominio intervencionizmo³.

Laikraščio prenumerata metams kainuoja 569 eurus (beveik 2 tūkstančius litų), studentams prenumerata kainuoja 260 eurų (898 litus). Suteikiamas ir nemokamas bandomasis laikotarpis bei taikomos įvairios akcijos. Prenumeratoriams kartu garantuojama prieiga prie elektroninės laikraščio versijos su galimybe nuo 23–ios valandos pirmiesiems gauti kitos dienos naujienas internete. Tik elektroninės laikraščio versijos prenumerata metams kainuoja 319,99 euro (per tūkstantį litų). Dalį kiekvieno leidinio galima už 99 euro centus (3,42 lito) atsisiųsti ir puslapyje; taip pat siūlomos ir kitos vienkartinės žurnalo publikacijos, tokios kaip karjeros patarimai jauniems profesionalams.

„Handelsblatt“ interneto svetainė suteikia galimybę užsisakyti naujienlaiškius, prenumeratą galima pritaikyti prie savo poreikių. Galima pasirinkti iš kelių skirtingų dominančių temų (nuo straipsnių antraščių 8–ą val. ryto kasdien iki informacijos privatiems investuotojams). Daugiausiai temų orientuojama į investuotojus ar smulkiuosius ir vidutinius verslininkus.

„DAGENS INDUSTRI“

„Dagens Industri“ – tai 1976 metais įkurtas ir 100 tūkstančių egzempliorių tiražu leidžiamas pelningiausias finansų laikraštis Švedijoje, pasirodantis šešis kartus per savaitę.

³ Remiantis Warwick universiteto vertinimu. [<http://www2.warwick.ac.uk/fac/arts/german/resources/wgsw/for-school-students/current-news/germany/>]

Dienraštis priklauso Švedijos spaudos grupei „Bonnier“ ir leidžiamas švedų kalba.

Dienraštis siūlo penkių skirtingų rūšių prenumeratą, pradedant tik savaitgalio egzemplioriais, baigiant visos savaitės egzemplioriais ir neribota prieiga prie internetinių straipsnių bei galimybe juos perskaityti vakarą prieš pasirodant kitos dienos laikraščiu. Pigiausia, savaitgalinė, prenumerata kainuoja 2,087 tūkst. kronų (838 litus), o visas paslaugas apimanti metinė prenumerata siūloma už 4,994 tūkst. kronų (apie du tūkstančius litų).

„Dagens industri“ nuo 2009 metų leidžia ir mėnesinį žurnalą švedų kalba „Di Dimension“. Kiekvieną penktadienį leidžiamas ir savaitgalio laikraštis „Di Weekend“, siūlantis įdomias temas, straipsnius, interviu ir apžvalgas laisvalaikiiui. Laikraščio interneto svetainė www.di.se yra didžiausias Švedijos finansinis portalas. Be internetinių straipsnių, svetainėje spausdinami kai kurie rašiniai iš laikraščio, taip pat pateikiamos kainos iš Stokholmo fondų biržos. „Dagens industri“ leidžia ir nemokamą savaitinį žurnalą studentams „Y“, kuris pristatomas į namus visiems užsiregistravusiems. Žurnale pateikiamas straipsnių iš kitų „Dagens industri“ leidinių rinkinys, taip pat informacija apie karjeros pasirinkimą bei galimybes. Daugiau nei 10 tūkstančių skaitytojų jau yra įsigiję ir „Dagens industri“ programą išmaniesiems telefonams.

„Dagens industri“ taip pat organizuoja konferencijas Skandinavijos korporacijoms, kuriomis siekiama pateikti patikimą analizę, suteikti galimybę verslo lyderiams pasisemti naujų įžvalgų ir sužinoti paskutines naujienas bei tendencijas. Dienraštis taip pat teikia „Gazelės“ apdovanojimus sparčiausiai augančioms smulkioms ir vidutinėms įmonėms. „Gazelės“ idėja 1980 metais kilo amerikiečiui Davidui Birchui. Lietuvoje šiuos apdovanojimus organizuoja ir teikia „Verslo žinios“, kurių 73 proc. akcijų priklauso bendrovei „Bonnier Business Press“.

„WARSAW BUSINESS JOURNAL“

Šis savaitinis anglų kalba leidžiamas laikraštis įkurtas Varšuvoje 1994 metais ir yra didžiausias šalyje tarptautinis leidinys apie ekonomiką. Rašoma ne tik apie verslą, ekonomiką ir finansus, nekilnojamą turtą, akcijų rinkas, bet ir apie politiką, technologijas bei kultūrą. Laikraščiui priklauso ir mėnesinis žurnalas „Warsaw Insider“ – svarbiausias Lenkijos laisvalaikio informacijos žurnalas anglų kalba, spausdinantis straipsnius apie restoranus, barus, keliones, vietines įdomybes, poilsio ir laisvalaikio pasiūlymus.

Laikraščio interneto svetainėje www.wbj.pl siūlomi keli prenumeratos variantai. 275 eurus (apie 1000 litų) kainuoja metinė laikraščio prenumerata bet kur Europoje. Elektroninės PDF laikraščio versijos prenumerata metams kainuoja 97,22 eurus (apie 336 litus). Atskira metinė žurnalo „Warsaw Insider“ prenumerata Europoje kainuoja 55,15 eurų (apie 190 litų). Leidykla siūlo užsisakyti ir „Sąrašų knygą 2011“ anglų kalba, kurioje pateikiama per 60 informacinių sąrašų apie svarbiausias Lenkijos ekonomikos sritis. Šiuose sąrašuose pateikiama informacija apie nekilnojamojo turto, verslo paslaugų sritis, viešbučius, oro linijas, laivininkystės bendroves, interneto tiekėjus, magistro studijų programas Lenkijoje ir taip toliau.

Jų puslapyje siūloma ir skirtingų naujienlaiškių prenumerata. Savaitines nekilnojamojo turto arba finansines naujienas ne Lenkijoje galima užsiprenumeruoti tik metų laikotarpiui už 275 eurus (apie 1000 litų). Už tą pačią kainą siūlomos ir kasdienės naujienos iš Lenkijos – pasirinktinai anglų arba vokiečių kalba.

Puslapio archyvai prieinami visiems skaitytojams nemokamai. Naujienas galima sekti ir socialiniame tinkle Facebook <https://www.facebook.com/WarsawBusinessJournal>.

„VEDOMOSTI“

Šis Rusijos verslo dienraštis rusų kalba leidžiamas nuo 1999 metų. Jis priklauso „Dow Jones“, „Financial Times“ bei „Sonoma“ (skandinavų leidybos grupei, taip pat leidžiančiai ir „Moscow Times“). Dabar penkis kartus per savaitę leidžiamo laikraščio tiražas siekia 80 tūkst. egzempliorių. Bendradarbiaudami su „Financial Times“ ir „Wall Street Journal“ žurnalistais užsienyje, apie 100 žurnalistų Rusijoje siekia laiku pateikti aktualiausią ekonominę, politinę, finansinę, verslo informaciją, taip pat siūlo savo analizes ir prognozes. Kas mėnesį išleidžiama ir papildoma skiltis su vieno konkretaus sektoriaus analize ir prognozėmis, pradedant IT ar finansais, baigiant mašinų pramone ar švietimu. Penktadieniais pridedamas ir „Vedomosti Friday“ savaitgalio leidinys, o kas mėnesį – gyvenimo būdo priedas „Kak Potratit“. Kasmet 40 tūkstančių egzempliorių tiražu išleidžiamas „Investment guide“ („Privataus investuotojo gidas“) – apžvalga privatiems investuotojams rusų kalba. Taip pat kartą per metus išleidžiama 120 tūkstančių egzempliorių „Spravochnik Karierista“ – aktualus pradedantiems verslininkams ar studentams. 2006 metais Maskvoje 25 tūkst. egzempliorių tiražu pradėtas leisti ir pirmasis mėnesinis verslo leidinys moksleiviams.

Dienraščio interneto svetainėje siūlomi skirtingi prenumeratos variantai. Už 6,470 tūkst. rublių (apie 550 litų), o studentams ir mokytojams taikomos nuolaidos, galima įsigyti visų metų prenumeratą, į kurią įeina spausdinta ir elektroninė laikraščio versija, galimybė neribotai skaityti tinklapius, prisijungti su išmaniaisiais telefonais, papildomos paslaugos (informacija apie skirtingas rinkas, patarimai investuojantiems biržose). Taip pat galima pasirinkti arba vien spausdintą, arba vien elektroninę prenumeratą (kiekviena už 4,620 tūkst. rublių (apie 400 litų)). Galima ir nemokama registracija norint gauti naujienlaiškių.

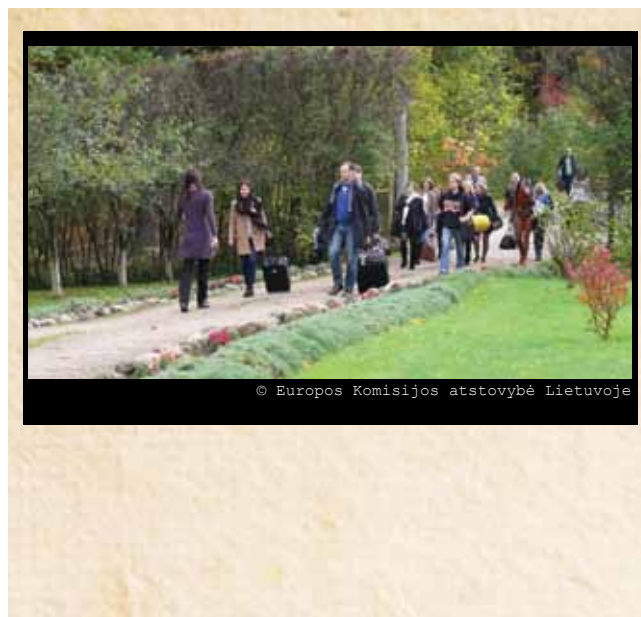
Naujienas galima sekti ir socialiniuose tinkluose Twitter @Vedomosti bei Facebook <https://www.facebook.com/Vedomosti>

STOVYKLOS NUGALETOJŲ DARBAI

2012 m. spalį vykusios stovyklos „Europos verslo reporteris“ metu kiekvienas studentas parašė po vieną straipsnį. Straipsniams temas jie rinkosi iš penkių plačių kategorijų: 1) „Galbūt atplaukia antroji krizės banga ES: įtaka Lietuvai“, 2) „Europos Sąjunga nori kalbėti vienu balsu – koks Lietuvos vaidmuo“, 3) „Lietuva ES – Graikijos ar Suomijos kelias?“, 4) „Kaip Lietuva prisidės prie ES konkurencingumo pasaulyje“ ir 5) „ES–Rusija: ar gali Lietuva tapti bendradarbiavimo tiltu“. Atsitiktine tvarka studentams buvo paskirstyta ir tikslinė straipsnio auditorija, kuriai jie turėjo pritaikyti savo rašinius: pensininkai, aukštąjį išsilavinimą turintys miestiečiai, verslininkai, žemdirbiai arba jaunuoliai/studentai. Stovyklos pabaigoje buvo išrinkti geriausiai parašyti straipsniai.

Pirmąją vietą pasidalijo du dalyviai – ketvirtakursis žurnalistikos studentas Edgaras Savickas ir ketvirtakursis ekonomikos studentas Marius Stasiukaitis. Antrąją vietą užėmė antrakursė viešosios komunikacijos studentė Izabelė Šležaitė. Trečiąją vietą pasidalijo trys dalyviai: ketvirtakursis politikos mokslų studentas Tomas Marcinkevičius, ryšių su visuomene magistrantė Edita Dulko ir diplomatijos ir tarptautinių santykių magistrantas Mantas Visockas.

Darbai pateikti nuo trečios iki pirmos vietos.



EDITA DULKO, *trečioji vieta*

Pasirinkta tema

„Europos Sąjunga nori kalbėti vienu balsu – koks Lietuvos vaidmuo“

Tikslinė auditorija

Pensininkai

Lietuva euro zonos nare taps negreitai

Artėjant Seimo rinkimams, kurie įvyks jau šį sekmadienį⁴, Lietuvos žmonių akys vis labiau krypta į politines partijas. Atslūgus rinkimų įkarščiui ir išrinkus naują valdžią turėtų paaiškėti, kokios politikos Lietuva laikysis narystės euro zonoje atžvilgiu: ar bus sekama Latvijos pavyzdžiu ir bandoma įsivesti eurą jau 2014 m.

Nemažai diskusijų prieš penkerius metus sukėlęs galimas tapimas euro zonos nare šiuo metu nėra populiarus rinkiminių kampanijų tema. 2007 m. Lietuvos finansai buvo subalansuoti, kainų lygis beveik stabilus, ir tuomet mes likome tik per plauką nuo euro įsivedimo. Koją pakišo šalies vidutinės metinės infliacijos rodiklis, kuris, Lietuvos finansų ministerijos duomenimis, vos 0,1 procentinio punkto viršijo nustatytą viršutinę leistiną ribą. Politologas, VU Tarptautinių santykių ir politikos mokslų instituto dėstytojas Mindaugas Jurkynas teigia, kad tai, jog nebuvo suvaldyta infliacija, ir „euro neįsivedimas buvo didžiausia klaida“, padaryta tuometinės vyriausybės.

2008 metais valdžią perėmusi Andriaus Kubiliaus vyriausybė savo programoje išsikėlė tikslą vidutinės trukmės laikotarpiu pasirengti euro įvedimui, tačiau SEB banko prezidento patarėjo Gitano Nausėdos teigimu, „2007

metais nepatekė į euro zoną, vėliau neturėjome šansų“. Pasak ekonomikos analitiko, „dėl to praradome investicinį privalumą“ – galimybę pasiskolinti iš tarptautinių fondų ir kitų valstybių pigiau; tai ypač būtų pagelbėję Lietuvai 2009 metais, kai teko kovoti su mus užklupusia krize. Jeigu būtume priklausę euro zonai, tai būtų palengvinę skolinimosi procesą ir sušvelninę krizės padarinius. Kitais žodžiais tariant, vyriausybės taupymas būtų buvęs ne toks desperatiškas ir nebūtų tekę pensininkų, dirbančiųjų ir valstybės tarnautojų sąskaita spręsti valstybės valdymo problemų.

Dėl dabartinių Graikijos ir Ispanijos problemų, neigiamai paveikusių Europos Sąjungos įvaizdį ir pasitikėjimą euru kaip stabilia valiuta, viešuosiuose politiniuose debatuose šiuo metu sąmoningai vengiama šios temos. Premjero patarėjo Mykolo Majausko nuomone, tokiu būdu „rinkimų metu siekiama išvengti sparčiai plintančios anti-europietiškos diskusijos“. Nė viena partija nesiryžta karštame rinkimų kontekste plačiai diskutuoti apie euro zonos privalumus ir trūkumus, nes narystė joje gali būti nepagrįstai susieta su neatsakinga finansų politika ir jos pasekmėmis Pietų Europoje, o pati partija gali užsitraukti rinkėjų nemalonę.

⁴ Stovykla vyko prieš 2012 metų Seimo rinkimus.



Ir priremti žurnalistų, partijų atstovai elgiasi atsargiai. Dauguma jų teigia, kad Lietuva neskubės prašyti būti priimta į euro zoną, stebės padėtį ir lauks tinkamesnių sąlygų. Keli pasisako už referendumą, kur šis klausimas būtų paliktas spręsti patiems Lietuvos piliečiams. Pasak ekonomikos analitiko G. Nausėdos, „šiuo metu pasitikėjimas lito atžvilgiu yra didesnis nei euro“. Tad, turint omenyje tai, kad Lietuvos žmonių nuostata euro klausimu tampa vis pesimistiškesnė, jeigu bus paskelbtas referendumas, žmonės gali balsuoti prieš euro įvedimą ir todėl euro greitu metu nesulaukume.

Kai kurių analitikų teigimu, Lietuva kriterijus eurui įsivesti galėtų atitikti jau 2013 metais; tai teoriškai atvertų galimybę įsivesti bendrą Europos Sąjungos valiutą 2014 metų sausį. Su tokia prognoze iš dalies sutinka ir dabartinė finansų ministrė I. Šimonytė, kuri patikino, kad „mes (Lietuva) šiems metams pasibaigus tenkinsim bent keturis kriterijus“, tačiau ji taip pat pabrėžė, kad dėl infliacijos, kaip ir prieš penkerius metus, galėtų kilti keblumų. Sekdama Latvijos pavyzdžiu, būsimoji valdžia galėtų infliaciją sureguliuoti dirbtiniu būdu, tačiau, ar tikslinga siekti euro esant dabartinei Europos Sąjungos padėčiai bei išaugusiam nepasitikėjimui euru, vis dar lieka neaišku.

Sunku tiksliai prognozuoti euro zonos padėtį po kelerių metų.

„Lietuva turėtų kuo greičiau atitikti Maastrichto kriterijus ir būti pasiruošusi įsivesti eurą. Narystė euro zonoje turi neginčijamus ekonomikos konkurencingumo ir palūkanų kainų privalumus“, – teigia M. Majauskas.

Tai ypač svarbu žinant, kad 2014 m. Lietuva gali likti vienintele Baltijos šalimi, neturinčia euro. Žvelgiant iš kitos pusės, ypač svarbu apmąstyti tokį svarbų žingsnį ir tai, kas būtų, jei padėtis Europos Sąjungoje dar labiau pablogėtų. G. Nausėda svarsto, kad nereikėtų skubėti, ir teigia, jog „euro įvedimas nėra perspektyvoje artimiausiu metu“. Su tokiu teiginiu sutinka ir prezidentė D. Grybauskaitė, Latvijos laikraštyje „Latvijas avize“ pakomentavusi, kad „Lietuva neketina kuo greičiau įsivesti euro“. Ar būsimoji valdžia pritars tokiai politikai? Tai turėtų paaiškėti jau artimiausiu metu.

TOMAS MARCINKEVIČIUS, *trečioji vieta*

Pasirinkta tema

„ES–Rusija: ar gali Lietuva tapti bendradarbiavimo tiltu“

Tikslinė auditorija

Pensininkai

Kaliningradas atsiveria lenkų verslininkams, bet ne lietuviams

Nors Karaliaučiaus miestas yra vos už 130 kilometrų nuo Klaipėdos, norint į jį patekti dviejų valandų neužtektų. Lietuvos piliečiams tenka iškentėti daug procedūrų, norint patekti į Rusiją, o lenkai jau nuo šių metų liepos mėnesio gali važiuoti į Karaliaučių be vizos. Kol lietuviams įvedami nauji suvaržymai, lenkų verslininkai skaičiuoja pelną iš supaprastintos tvarkos.

Lenkijos ir Rusijos susitarimu asmenys, gyvenantys iki 50 kilometrų nuo sienos su Kaliningradu, gali pakartotinai vykti į abi puses be vizų. Specialus dokumentas leidžia visiems Kaliningrado gyventojams važiuoti ne toliau, nei 50 kilometrų į Lenkijos gilumą (ir atvirkščiai). Būtent dėl šios priežasties ne viename Lenkijos mieste išaugo turistų atnešamas pelnas. Be to, panašiai kaip ir lietuviai, rusai nuolatos vyksta pirkti pigesnių prekių į jų parduotuves. O prekybos apšukos padidėjo ne vien dėl turizmo. Tokios žaliavos kaip mediena ar metalas yra pigesnės Rusijoje; tai smulkiesiems verslininkams leido padidinti apyvartą. O ką tuo metu veikia Lietuvos prekybininkai?

Vykstant į Kaliningradą Lietuvos piliečiams reikalingos ne tik vizos. Dėl vasarą pakeistų prekių įvežimo taisy-

klių Lietuvos vežėjai turi vežtis papildomų dokumentų, o rusams tokių problemų nekyla. Jeigu dokumentų nėra, tenka ilgai stovėti pasienyje, tad lietuviškos transporto įmonės praranda klientus, o rusiškos jų gauna daugiau. Tačiau Lietuvos vyriausybė kol kas neįsipareigojo įsivesti panašių sąlygų.

Politologo Mindaugo Jurkyno teigimu, nenoras įsivesti bevizį režimą su Kaliningrado sritimi yra mįslė. „Praėjusiam dešimtmetyje idėja, kad galime būti tiltu tarp Rytų ir Vakarų, buvo labai populiaru, bet šiandien to nepakanka“, – vertina jis. Jo nuomone, Lietuvos valstybė prarastų kelis milijonus litų, jei Rusijos piliečiams neberekėtų mokėti mokesčio norint gauti vizą, tačiau dar blogiau būtų griežtai atsisakyti visos idėjos.

Ne visi lenkai yra patenkinti nauju pasienio režimu. Laiskraštyje „Kurier Olsztynski“ buvo aprašytos ilgos eilės iš Kaliningrado į Lenkiją, kuriose tenka stovėti po 8–10 valandų. Kalbama ir apie padidėjusią kontrabandą, tačiau jos mastai kol kas nesuskaičiuoti. Lietuvos piliečius labiausiai vilioja žymiai pigesnis kuras. Litras dyzelino kainuoja ten apie 2,40 Lt.



Ar panašus likimas panaikinus vizas lauktų Lietuvos? Šiuo klausimu finansų ministrė Ingrida Šimonytė išlieka rami: „Tai tikrai nebus kiekiai, kurie būtų kenksmingi visai Lietuvos ekonomikai. Kad jai pakenktų, kontrabandininkai turėtų važinėti visą dieną pirmyn ir atgal didžiuliais srautais.“ Jos manymu, pagrindinis klausimas – plotas, kuriame turėtų galioti bevizis režimas. Lenkijos atvejis sukelia Lietuvai keblumų, nes apima ne 50 kilometrų pločio ruožą, bet visą Kaliningradą. Tačiau ministrei pati idėja atrodo gera: „Tai paprastesnis būdas žmonėms atvykti į Lietuvą susitvarkyti reikalų ir nestovėti diplomatinėse atstovybėse.“

Tokiai nuomonei prieštarauja ekonomistas Raimondas Kuodis. Jo manymu, įsigaliojus naujai tvarkai bus surenkama mažiau akcizinių mokesčių, mat Europos Sąjungoje jie yra žymiai didesni nei Rusijoje. Valstybės biudžetas nukentėtų ne nuo kontrabandos, bet nuo Lietuvos gyventojų, kurie vyktų į Kaliningradą prisipilti pigesnių degalų. Ekonomisto teigimu, Lietuvos gamintojams atsirastų didelė konkurencija.

Finansiniai nuostoliai nėra vienintelis argumentas prieš bevizį režimą. Vidaus reikalų ministerijai galvos skausmą

galės sukelti išaugęs nusikalstamumas ar nelegali imigracija. Pagal naują važiavimo tvarką vis dar reikalaujama pateikti prašymą į konsulatą, tačiau gavus leidimą jis galiotų net 5 metus. Neaišku, ar pasienio tarnyba sugebėtų deramai prisitaikyti prie didesnio žmonių skaičiaus. Lenkai turėjo progą išbandyti savo tarnybų darbą per Europos futbolo čempionatą, vykusį 2012 m. birželį. Tada iš Karaliaučiaus važiavo nemažai futbolo sirgalių, ir daugeliui jų buvo suteiktos ypatingos vizos.

Kaliningrado sritis yra svarbi Lietuvos prekybos partnerė. Kaliningrado srities teritorinės muitinės duomenimis, 2009 metų pradžioje Lietuvos pelnas iš prekių pardavimo ten siekė 120 milijonų dolerių. Lietuva eksportavo keturis kartus daugiau, nei importavo, ir mūsų šalis buvo pagrindinė Kaliningrado prekybos partnerė Europoje.

Konkretūs duomenys apie padidėjusius žmonių srautus, prekybą ar nusikalstamumą iš Lenkijos pasirodys net 2013 metais. Iki to laiko Lietuvos vyriausybei reikia sukurti detalų planą, kaip apsaugoti Lietuvos sienas. Kartą praradus didžiulę rinkos dalį Kaliningrade, vargu ar pavyks ją lengvai susigrąžinti.

MANTAS VIŠOCKAS,

trečioji vieta

Pasirinkta tema

„Europa nori kalbėti vienu balsu – koks Lietuvos vaidmuo“

Tikslinė auditorija

Studentai (politikos mokslų, ekonomikos srities)

Lietuva nesiekia efektyvių ES sankcijų Baltarusijai

Narystė Europos Sąjungoje įpareigojo Lietuvą laikytis bendrų ES pozicijų užsienio politikos klausimais, tačiau pastarosios ne visada sutampa su jos ekonominiais interesais. Augant Lietuvos eksportui į Baltarusiją, užsienio politikos formuotojai susiduria su vis ryškėjančia dilema: kaip, demonstruojant solidarumą su bendra Europos Sąjungos pozicija ir taikomomis sankcijomis Baltarusijos atžvilgiu, nepakenkti dvišaliams prekybiniais santykiams.

Prekybos apimtys auga

Baltarusija užima šeštą vietą Lietuvos eksporto partnerių sąrašė ir yra vienuolikta tarp importo partnerių. Prekybos balansas 2010 metais pasiekė visų laikų rekordą dvišalėje prekyboje ir sudarė 1,803 mlrd. litų. Lietuvos ir Baltarusijos prekybos apyvarta buvo didžiausia 2011 metais, kai siekė 5,526 mlrd. litų, tačiau prekybos balansas buvo nežymiai mažesnis nei 2010 metais.

2011 metais Lietuvos eksportas į Baltarusiją išaugo iki 3,603 mlrd. litų ir, palyginti su 2010m., padidėjo beveik 27 proc. Iš viso tai sudarė 5,17 proc. bendro Lietuvos eksporto (2005 m. buvo 3,25 proc., o 2008 m. siekė 4,5 proc.). Šie duomenys rodo, kad Lietuvos ir Baltarusijos prekybos ryšiai intensyvėja, nepaisant griežtėjančios ES pozicijos ir finansinių sankcijų Baltarusijos valdančiajam elitui.

Ministras ragina Europos Sąjungą būti vieningą ir neskubėti

Lietuva su Baltarusija visada palaikė geresnius santykius nei kitos ES šalys, tačiau politika jos atžvilgiu nėra nuosekli ir keičiasi kartu su Lietuvos politikos formuotojais. Jei Valdas Adamkus prioritetus teikė vertybėmis pagrįstam bendradarbiavimui, tai Dalia Grybauskaitė laikosi kiek pragmatiškesnės politikos ir siekia Baltarusiją įtraukti į abipusiškai naudingą ekonominį bendradarbiavimą.

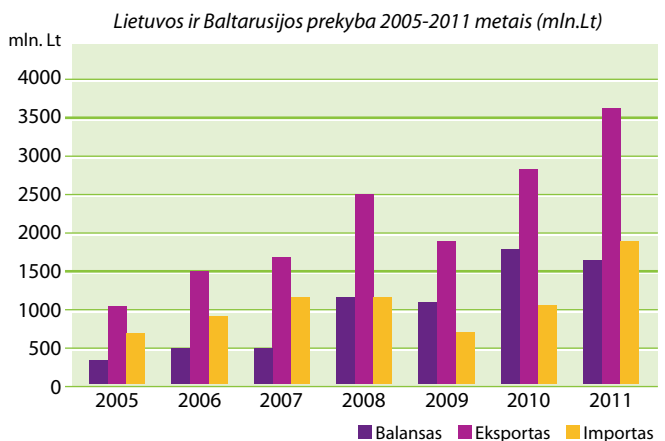
Lietuvos užsienio reikalų ministras Audronius Ažubalis neabejoja šiuo metu ES taikomų sankcijų Minskui kompromisiniu efektyvumu. Jo teigimu, „kai sakoma, kad sankcijos ne tokios, kokios turi būti, tai mes [Lietuva – aut. pastaba] atsakome, kad jos, visų pirma, turi būti vieningos. Negali viena ES valstybė priiminėti ar nepriiminėti sprendimo, todėl ir pasiekiamas tam tikras kompromisas“. Kitaip sakant, sankcijos yra tokios, dėl kurių pavyko susitarti visoms ES narėms. Kita vertus, ministras pabrėžia, kad Europos Sąjunga bendradarbiaudama su Baltarusija turi vadovautis „strategine kantrybe“ – pernelg neskubinti demokratizacijos procesų, nes jie reikalauja daug laiko ir kompromisų.

Finansų ministerija neįžvelgia grėsmės Lietuvos ekonomikai

Lenkija pernai gruodį pasirašė bevizio režimo sutartį su Rusijos Federacijos Kaliningrado sritimi, tačiau Lietuvoje tokios sutarties projektas stringa. Nuogaustaujama, kad bevizis režimas padidins kontrabandos mastus ir sukels grėsmę Lietuvos ekonomikai. Kita vertus, Lietuva yra ratifikavusi dvišalę sutartį dėl Lietuvos ir Baltarusijos pasienio gyventojų (50 km į abi sienos puses) supaprastintos sienos kirtimo tvarkos, tačiau Baltarusija, iki tol nepagrįstai kritikavusi Lietuvą dėl šios sutarties vilkinimo, pati vengia ratifikuoti dar 2010 metais D. Grybauskaitės vizito Baltarusijoje metu pasirašytą susitarimą. Toks veiksmų dėl bevizio režimo pasidalijimas patvirtina teiginius, kad sutarties (ne)pasirašymo priežastys nėra ekonominės, jos priklauso nuo to, kam teikiama politinė pirmenybė.

Yra nuomonių, kad įvedus bevizį režimą galimai išaugusi kontrabanda neturės didelio poveikio Lietuvos ekonomikai. „Tai tikrai nėra dalykas, kuris sugriautų Lietuvos ekonomiką“, – teigia finansų ministrė Ingrida Šimonytė.

Ekonominėje srityje ES pasiekusi didžiausią integracijos lygį, todėl tuo naudojasi, norėdama pasiekti savo užsienio politikos tikslų. Už oficialaus vertybių deklaravimo galime įžvelgti pragmatinius nacionalinių valstybių interesus. Šiuo metu Lietuva nėra suinteresuota efektyviomis ES sankcijomis Baltarusijai, kad galėtų labiau autonomiškai manevruoti savo užsienio politikoje Baltarusijos atžvilgiu. Kita vertus, ilgalaikėje perspektyvoje Lietuvai žymiai naudingesnis tvirtas ekonominis ir politinis stabilumas regione, todėl Baltarusijos demokratizacija išlieka vienu svarbiausių prioritetų Rytų Europos regione.



	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012*
Balansas	309.4	528.1	513.0	1248.8	1174.4	1803.3	1683.2	534.7
Eksportas	1063.0	1472.8	1733.4	2495.8	1923.1	2840.4	3602.8	1898.1
Importas	753.6	944.7	1220.4	1247.0	748.0	1037.0	1919.6	1363.4

Šaltinis: sudaryta autoriaus remiantis Lietuvos statistikos departamento duomenimis *2012 I pusmetis

IZABELĖ ŠLEŽAITĖ, antroji vieta

Pasirinkta tema

„Europos Sąjunga nori kalbėti vienu balsu – koks Lietuvos vaidmuo“

Tikslinė auditorija

Pensininkai

Lietuvos pensininkams vietos darbo rinkoje užteks

„Lietuvoje labai daug žmonių yra ekonomiškai neužimti“, – teigia verslininkas, statybų bendrovės UAB „Eika“ direktorius Robertas Dargis. Darbo ir socialinių tyrimų instituto atlikto tyrimo duomenimis, iki 2025 m. darbingo amžiaus žmonių gali sumažėti apie 400 tūkst., o kai kuriuose mažuose miesteliuose daugiau nei pusė gyventojų gali būti pensininkai. Tačiau tai, kad pensinio amžiaus žmonės nė neketina trauktis iš darbo vietų, įrodo „Sodros“ duomenys, kuriais 2009 metų pabaigoje dirbo 57,5 tūkst., o 2011 metų pabaigoje – 57,7 tūkst. pensininkų.

Dirbti paskatino vienatvė

Kėdainių rajone, Sirutiškio kaime, gyvenanti Alfrėda Župerkienė neseniai šventė 63 metų gimtadienį. Moteris gyvena viena, tačiau laiko neleidžia veltui. Ji jau daugybę metų dirba Kėdainių poliklinikoje. „Žinau, kad turėčiau ramiai ilsėtis, nebedirbti. Tačiau jei sveikata leidžia, kodėl nedaryti to, ką labai myli?“ – retoriškai klausia ji. Ponia Župerkienė sako, kad darbas jai padeda išlikti optimiste, taip pat prasitaria, kad jos vyras miręs, vaikai gyvena atskirai. „Bijau vienatvės...“ – atsidūsta ji. Dirbanti pensininkė neneigia, kad šių dienų Lietuvos ekonominė padėtis irgi prisideda prie to, kad ji dirba. „Dabar pensijos mažos, parduotuvėse kainos didelės. Ką daryti senam žmogui? Gerai tokiems kaip aš – tiems, kurie dar pilni jėgų ir gali dirbti. O tuos, kuriems sveikata šlubuoja, nuoširdžiai užjaučiu...“ – sako A. Župerkienė.

Lietuvos verslas neįsivaizduojamas be pensininkų

Toks vis didėjantis vyresnių žmonių darbingumo lygis neretai sukelia priešišką jaunimo reakciją.

„Neseniai norėjau įsidarbinti pagal savo, buhalterės, specialybę. Kadangi gyvenu mažame miestelyje, susidūriau su keblumais – visur, kur kreipiausi, gavau neigiamą atsakymą. Vėliau pasidomėjus išaiškėjo, kad daugumoje įstaigų dirbančios buhalterės – pensininkės! Po tokių aki-broktų ėmiau svarstyti apie gyvenimą užsienyje...“ – savo istoriją pasakojo Miglė, panorusi neatskleisti pavardės.

„Verslo žinių“ vyriausiasis redaktorius Rolandas Barysas per daugelio metų praktiką įsitikino, kad senyvi žmonės gali puikiai įsilieti į darbo rinką: „Nors krizė privertė daugybę žmonių pasitraukti į pensiją anksčiau laiko, jie nepraranda optimistiško požiūrio ir verslumo“. Specialistas mano, kad amžius neturi nieko bendra su darbo kokybe. „Genijų būna tiek jaunų, tiek pagyvenusių. Senyvi žmonės fantastiškai sugeba konkuruoti su jaunimu!“ – tvirtina jis.

„Žodis „pensininkas“ visuomenėje turi neigiamą reikšmę. Manau, žmonės su tam tikru amžiumi įgauna patirties, proto. Jie yra puikūs darbuotojai ir verslininkai. Amžius neturi būti priežastis išėiti iš darbo. Jei tu esi blogas darbuotojas – taip, dėl to tu gali netekti darbo. Bet juk daugybę tokių galime rasti ir tarp jaunų žmonių“, – teigia Žilvinas Šilėnas, Lietuvos laisvosios rinkos instituto prezidentas.



Lietuviai nepritaria pensinio amžiaus ilginimui

Daugelyje Europos Sąjungos šalių pensinis amžius siekia 65 metus, kai kuriose jį planuojama didinti iki 66–67 metų. Nuo šių metų pensinis amžius pradėtas tolinti ir Lietuvoje. Planuojama, kad 2026 metais jis sieks 65–erius metus. „Matant tokius skaičius apima siaubas. Vis su vyru pajuokaujame, kad galime ir nebesulaukti pensijos, jei vis didės pensinis amžius“, – nerimauja medikė Sandra, gyvenanti Pasvalyje.

2011 metų „Eurobarometro“ tyrimo duomenimis, didžioji dalis, arba 71 proc., mūsų šalies gyventojų nepritaria tam, kad pensinio amžiaus riba būtų padidinta. „Būtų geriausia, jei pensinis amžius nedidėtų, kad žmonės galėtų patys apsispręsti – dirbti ar ne. Žinant mūsų šalies pensijų dydį, galima spręsti, kad dirbančių pensininkų nemažės, tačiau dabar Lietuva iš senyvų žmonių atims apsisprendimo teisę – dirbti bus tiesiog privaloma“, – piktinasi medikė Sandra.

Ilgėjant gyvenimo trukmei didės ir pensinis amžius

„Dėl greitai besivystančios medicinos žmonės tampa vis gyvybingesni. Juk niekur nedingsta darbingumas perkopus 60–uosius gyvenimo metus“, – teigia Lietuvos finansų ministrė Ingrida Šimonytė. Ministrė sako, kad pensinio amžiaus didėjimas padės Lietuvai sutaupyti per 80 milijonų litų „Sodros“ biudžete. „Ilgėjant gyvenimo trukmei neišvengiamai ilgėja ir pensinis amžius“, – sako ministrė.

Nors dirbančių pensininkų vis daugėja, nepasitenkinimas pensinio amžiaus ilginimu niekur nedingsta. Senyvi žmonės jau seniai įrodė, kad gali būti puikūs darbuotojai, tačiau nesaugumo jausmas dėl kiekvienais metais vis tolstančios pensijos – rūpestis, „užgulęs“ Lietuvos pensininkų pečius.

EDGARAS SAVICKAS,

pirmoji vieta

Pasirinkta tema

„Kaip Lietuva prisidės prie ES konkurencingumo pasaulyje“

Tikslinė auditorija

Verslininkai

Globalioje rinkoje vietos reikšmė krenta

Nors didžioji dalis Lietuvos užsienio prekybos vis dar vyksta tradicinėmis kryptimis, globalizacijos paveiktai ekonomikai geografinė padėtis nebėra lemiamas veiksnys. Jau dabar verslas, išnaudodamas turimus privalumus, ieško naujų būdų savo konkurencingumui didinti.

„Tiltas tarp Rytų ir Vakarų“ – taip neretai būna apibūdinama Lietuvos geografinė padėtis. Tačiau tokiai nuostatai nepritaria SEB banko ekonomistas Gitanas Nausėda ir politologas Mindaugas Jurkynas, anot jų, ši metafora buvo madinga paskutiniame praėjo amžiaus dešimtmetyje, o dabar jau yra nepagrįsta.

G. Nausėda priešinasi valdžios stūmimui dirbti viena ar kita geografine kryptimi ir teigia, kad tarp valstybės funkcijų prekybos partnerių paieškos nėra, o M. Jurkynas siūlo pamiršti ir siekiamybę tapti regiono centru, nes Lietuvai geriau būti dinamiškai ir aktyviau dirbti neišnaudotose Šiaurės regiono šalių rinkose.

Su jais nesutinka Finansų ministrė Ingrida Šimonytė. Jos teigimu, tai, kaip vadinamąją pusiaukelę tarp Rytų ir Vakarų išnaudoja Lietuvos verslas, kaip tik parodo, kad Lietuvai geografinė padėtis vis dar išlieka svarbiu veiksniu.

Ministrė sako mananti, kad Lietuvos verslas yra pakankamai gudrus, kad uždirbtų iš savo geografinės padėties. Ji tikina, jog lietuviai žino, kaip veikia tiek Nepriklausomų Valstybių Sandraugos (NVS), tiek Vakarų Europos – Britų

salyno, Beneliukso šalių, Prancūzijos, Monako, Vokietijos, Šveicarijos ir Austrijos – rinkos.

Statistikos departamento duomenimis, NVS šalims tenka apie 18,3 mlrd. Lt., o Vakarų Europos – 17,7 mlrd. Lt. viso 2011 metų Lietuvos eksporto. Tai sudaro maždaug po ketvirtį bendro 69,5 mlrd. litų eksporto pyrago, kurio didžiausios dalys tenka Rusijos (iš NVS) ir Vokietijos (iš Vakarų Europos) rinkoms.

„Tokia eksporto kryptių diversifikacija įrodo, kad Lietuvos geografinė padėtis tiesiog neišvengiamai pasmerkta būti ūkio plėtros faktoriumi“, – teigia I. Šimonytė. Ji taip pat atkreipia dėmesį į logistikos ir transporto sektoriaus svarbą mūsų ekonomikai.



Lietuvos privalumai

Logistika, tradicinė pramonė, biotechnologijos, finansinių paslaugų centrai, dinamiškumas – tokias Lietuvos ekonomikos stiprybes vardija premjero Andriaus Kubiliaus patarėjas ekonomikos ir finansų klausimais Mykolas Majauskas. Tačiau, jo manymu, dabar verslo aplinka ir galimybės visame pasaulyje vienodėja, vyksta globalizacija, ir svarbesniu veiksmu tampa ne geografinė padėtis, bet priklausymas tarptautinėms organizacijoms. „Būna, kad investuotojas renkasi tarp Trinidado ir Tobago bei Lietuvos“, – kaip pavyzdį pateikia jis.

Lietuvos laisvosios rinkos instituto (LLRI) prezidentas Žilvinas Šilėnas Lietuvos privalumais laiko lankstumą ir greitį. Anot Ž. Šilėno, reikia suprasti, kad mes savo gamybos kiekiu bei sąnaudomis Tolimųjų Rytų nenukonkuruosime, o ir kokybe ar technologijomis, be kelių atskirų atvejų, Vakarų neaplenksime.

Todėl „turime gaminti lanksčiai, greitai ir tada, kada reikia. Pigiau nei Vakaruose ir kokybiškiau nei Rytuose“, – mano Ž. Šilėnas. LLRI prezidentas atkreipia dėmesį, kad tam trukdo šiuo metu veikiančios suvaržymai ir administraciniai barjerai, pavyzdžiui, darbo santykių srityje.

Ž. Šilėnas, kaip ir M. Majauskas, nėra linkęs sureikšminti Lietuvos geografinės padėties. Pasak jo, daugybė valstybių save vadina įvairiausiomis kryžkelėmis – tarp kultūrų ar santvarkų, bet tai nėra įtaigu.

Ateities verslui vieta nesvarbi

Virtualioje aplinkoje veikiančiam verslui geografinė padėtis įtakos beveik neturi. Investicinio fondo „Practica Capital“ partneris Donatas Keras sako, kad interneto produktas per penkerius metus gali užkariauti visą pasaulį.

Jis mano, kad šioje sferoje Lietuvai nėra nepasiekiamų rinkų. Kaip pavyzdį D. Keras pateikia Nigerijoje ypač populiarių lietuvių sukurtą mobilių socialinį tinklą „Eskimi“, kuris šiuo metu ten turi 7 milijonus vartotojų ir yra aplenkęs „Facebook“. „Jo kūrėjai sėdi Vilniuje ir net patys nesupranta, kas ten atsitiko, – dabar atidarinėją biurą Nigerijoje, tad geografinių apribojimų nėra, ir lietuviai eina ten, kur yra pinigai“, – aiškina investuotojas.

Dar viena didelį potencialą užsienio rinkose turinti verslo šaka yra biotechnologijos. UAB „Biotechfarma“ valdybos pirmininkas prof. Vladas Bumelis teigia, kad tiek Europos Sąjungos, tiek Jungtinių Amerikos Valstijų, tiek ir Kinijos rinkos turi paklausą lietuviškiems biotechnologijų produktams, o iki 2020 metų jų apyvarta gali siekti 2 milijardus litų.

Lietuvos pramonininkų konfederacijos prezidentas Robertas Dargis mano, kad ateityje Lietuvos konkurencingumą kels ne tradicinės pramonės šakos, bet finansai ir kitos, galbūt dar nežinomos, sritys. „Apskritai yra sudėtinga pasakyti, kokios sritys bus konkurencingos po dešimties metų“, – svarsto jis.

MARIUS STASIUKAITIS,

pirmoji vieta

Pasirinkta tema

*„Lietuva ES –
Graikijos ar Suomijos kelias“*

*Tikslinė auditorija
Verslininkai*

Garsių kompanijų atėjimas – dar ne priežastis euforijai

862 – būtent tiek darbuotojų šiuo metu dirba „Barclays“ operacijų centre Vilniuje. Atrodytų, yra kuo pasidžiaugti, tuo labiau, kad tai tik viena iš keleto garsių kompanijų, per pastaruosius ketverius metus atėjusių į Lietuvą. Visgi kyla abejonių, ar beldimasis į kompanijų vadovų duris tikrai yra sėkmingos Vyriausybės tiesioginių užsienio investicijų pritraukimo strategijos pavyzdys.

Kaip lietuviai investicijų ieškojo

Po 2008 m. Seimo rinkimų į valdžią atėjusius dešiniuosius pasitiko nepavydėtina padėtis – skylėtas biudžetas, sprogęs NT burbulas, nieko gero nežadančios tendencijos pasaulio ekonomikoje bei finansų rinkose ir, svarbiausia, žinomų ar išbandytų vaistų trūkumas valstybės negalavimams gydyti. Pasirinkimas tokiu atveju menkas, teko eksperimentuoti ir imtis ne itin populiarių sprendimų tikintis geriausio tiek suvaldant viešuosius finansus, tiek sprendžiant aštrėjančias socialines problemas, tiek stengiantis pasukti Lietuvos ekonomikos vystymąsi „teisinga“ kryptimi... Pokyčių pastarojo kriterijaus atžvilgiu ilgai laukti nereikėjo – požiūris į investuotojų pritraukimą pasikeitė. Jei anksčiau buvome kamuojami egocentrinio pasaulio suvokimo, jog pasaulis sukasi aplink Lietuvą, ir tereikia atsilošti kėdėje laukiant, kol visi čia veržte

veršis, dabar Andrius Kubilius su komanda tokią tradiciją nutraukė. Nors ir kiek apgraibomis, bet buvo pradėta patiems bandyti ieškoti kontaktų, sąlyčio taškų su stambiomis užsienio korporacijomis. Visgi greitai paaiškėjo, jog universalus ir visiems tinkančio recepto nėra, kiekvienos kompanijos norai yra individualūs ir specifiniai. Anot premjero patarėjo ekonomikos ir finansų klausimais Mykolo Majausko, būtent čia ir išryškėjo Lietuvos stiprybė. Jei, pavyzdžiui, ta pati „Barclays“ investicija Lenkijai yra, kiek perfrazuojant ir hiperbolizuojant, mažmožis, tai Lietuvai tokia kompanija yra ne tik darbo vietų kūrėjas, bet ir dėmesio vertas partneris. Atitinkamai jei investuotojams kyla kokių problemų ar nuogaštavimų, jie be didesnių problemų gali gauti audienciją pas premjerą ir susėdę jas išspręsti. Bet ar tai yra tinkamas konkurencinis pranašumas prieš kitas valstybes, sukuriantis pakankamai naudos vertinant makroekonominę šalies situaciją?

Kaip lietuviai gali prašauti pro šalį

Darbo santykiai, kokybiška infrastruktūra, kvalifikuota darbo jėga – tai keletas kriterijų, kuriuos investuotojai išskiria kaip kertinius renkantis valstybę, į kurią bus nukreipiami ištekliai. Vertinant juos, galbūt ir nesame pavyzdingi pirmūnai, bet nei vienas iš jų nėra būtent ta paslaptinga sudedamoji mūsų verslo aplinkos dalis, dėl kurios potencialūs investuotojai atsuktų nugarą ir atsi-

sakytų savo planų. Tai pažymi ir finansų ministrė Ingrida Šimonytė, įvardydama korupciją, teritorijų planavimą, socialinio draudimo mokesčio „lubų“ (kai jis mokamas tik už tą darbo užmokesčio dalį, kuri neviršija nustatytos ribos) nebuvimą kaip pagrindinius veiksnius, sukeliančius galvos skausmą verslininkams.

Visgi kyla klausimas dėl mokesčių sistemos stabilumo įtakos (kalbėdama apie mokesčių dydį ir aiškumą, I.Šimonytė pastebi, jog tai nėra kliuvinys užsienio kompanijoms Lietuvos atveju). Kitaip tariant, kartas nuo karto vis išskylantys įvairių mokesčių reformų siūlymai kertasi su teisėtų lūkesčių samprata. Elementaru, kad verslininkas priimdamas sprendimą remiasi tam tikrais galiojančiais teisės aktais, ir net neesminiai jų pakeitimai gali daryti neigiamą įtaką atsipirkimo terminams (pabrėžtina, jog dažniausiai projektai planuojami ne vieneriems metams) ir didinti riziką. Dažniausiai net nėra būtina, kad parlamentarų iniciatyvos prasiskintų kelią iki įgyvendinimo, pakanka paties svarstymo fakto. Tai automatiškai paveikia ir galutinį sprendimą dėl investavimo – kam kažką daryti, jei negali būti užtikrintas, kad po kelerių metų vienas ar kitas mokesčių ar reguliavimo pakeitimas tokio sprendimo nepavers lemtinga klaida? Turbūt neįmanoma pasakyti, kiek lėšų prarandame dėl kartais tiesiog ciniško politikų populizmo ir nekompetentingo elgesio, bet tokia situacija bet kuriuo atveju neturėtų būtų tenkinanti.

Ir visgi – kokioje padėtyje esame dabar? Labai paprasta. Valstybės vadovai sprendžia, kurios kompanijos turėtų plėtoti verslą Lietuvoje, į jas nukreipia savo pastangas ir išteklius. Kitaip tariant, atlieka tas funkcijas, kurios lyg ir priklausytų privačiai iniciatyvai ir rinkos mechanizmui. Būtent apie ateinančias žymias įmones kalbama daugiausiai ir užmirštami platesni makroekonomikos lygiu vykstantys procesai, kai sukauptų tiesioginių užsienio investicijų kiekio dinamika, palyginti su mums ramybės neduodančia Estija, vis dar nėra džiuginanti.

Viena vertus, Vyriausybės veiksniuose nėra nieko blogo, pritrauktos investicijos bet kuriuo atveju yra geriau negu stagnacija ir trypčiojimas vietoje, tuo labiau, kad jos gali atlikti svarbų vaidmenį atkreipiant kitų įmonių dėmesį į mūsų valstybę. Kita vertus, nesukuriami arba pernelyg lėtai vystoma tvari sistema, prielaidos augimui, kada pats verslininkas priima sprendimą be premjero beldimosi į duris, jog Lietuva yra būtent ta vieta, kurioje vystyti savo verslą yra pelninga. Tad kartais nereikia išradinėti dviračio. Paprasti sprendimai, gerinantys verslo sąlygas, sąlyginis pastovumas gali duoti apčiuopiamų rezultatų ir paversti mažą investicijų sniego gniūžtę milžiniška lavina. Kad ir kaip būtų, dabartinis investicijų pritraukimo modelis dar kurį laiką bus gajus ir netgi būtinas, tačiau nereikia užmiršti, jog premjerai, kaip ir jų komandos, keičiasi. Kuo sukurta sistema yra skaidresnė ir patrauklesnė, tuo procesai vyksta sklandžiau ir su didesne inercija, nepriklausomai nuo to, ar šalį valdo A. Kubilius, ar A. Butkevičius.

STOVYKLOS PROGRAMA



© Europos Komisijos atstovybė Lietuvoje

EUROPOS VERSLO REPORTERIS

Ką reikia išmanyti rašant apie verslą?

2012 m. spalio 5-8 d.
Kauno raj.

PROGRAMA

Spalio 5 d., penktadienis

13.00–13.30 **Stovyklos atidarymas ir programos pristatymas**
Giedrius Sudikas, *Europos Komisijos atstovybės Lietuvoje Spaudos ir informacijos skyriaus vadovas*

Tema Lietuvos ekonomika ir jos pozicionavimas

13.30–14.30 **Lietuvos konkurencingumo kryptis ir iššūkiai**
Mykolas Majauskas, *Ministro pirmininko patarėjas*

Estijai pavyko pasauliui save „parduoti“ kaip modernią, technologijas ir inovacijas kuriančią ekonomiką. Kokią pozicionavimo kryptį renkasi Lietuva? Kokius konkurencingumo iššūkius tenka įveikti? Kaip valstybei ir verslui pristatyti save pasaulio verslo bendruomenei? Kokia geografinė plėtros kryptis turėtų būti prioritetas Lietuvos verslui – Europa, Rusija ir NVS, Azija?

14.30–15.30 **Lietuvos verslo konkurencingumas pasauliniu mastu**
Prof. Vladas Bumelis, *LMA narys, UAB „Biotechpharma“ valdybos pirmininkas*

Ko reikia, kad lietuviškos įmonės galėtų sėkmingai konkuruoti tarptautinėje arenoje? Su kokiais didžiausiais iššūkiais jos susiduria? Ar Lietuva kaip valstybė turėtų išskirti prioritetinę ekonomikos sritį, kuriai skirtų daugiausia dėmesio? Ar Lietuvos įmonės pakankamai išnaudoja ES bendrosios rinkos teikiamas galimybes verslui ir inovacijoms plėtoti?

16.00–17.00 **Kokių pokyčių reikia Lietuvos ekonomikai?**
Robertas Dargis, *NT įmonių grupės „Eika“ direktorius, Lietuvos pramonininkų konfederacijos prezidentas*

Kaip atrodys Lietuva 2020 metais, jei ekonomikoje neįvyks esminių struktūrinių pokyčių? Ko reikėtų imtis Vyriausybei, verslui ir visuomenei, kad ateities ekonominis poveikslas būtų kuo patrauklesnis? Kokie Lietuvos verslo interesai Europoje ir ES institucijose? Kaip Lietuvos verslą gali paveikti ES politika ir sprendimai?

17.00–18.00 **Diskusija: Kokią kryptį turėtų rinktis Lietuvos ekonomika?**
V. Bumelis, R. Dargis, *moderatoriai* – Vija Pakalkaitė, Rytas Staselis

18.30–19.15 **Dienos aptarimas. Savarankiškos užduoties pristatymas**

9.00–10.00 **Praktinė užduotis**

10.00–12.00 **Savarankiškas darbas**

Tema Verslumas Lietuvoje

13.00–14.00 **Lietuvių verslumas ir jo pokyčiai**

Žilvinas Šilėnas, *Lietuvos laisvosios rinkos instituto prezidentas*

Vienas svarbiausių veiksnių, siekiant šalies konkurencingumo augimo, yra jos gyventojų verslumo lygis. Pusė amžiaus, praleisto planinėje ekonomikoje, padarė didelės žalos lietuvių verslumui. Tačiau gal augančios naujosios kartos jau kitokios?

14.00–15.00 **Verslo startuoliai: naujas burbulas ar vertas dėmesio reiškinys?**

Donatas Keras, *investicinio fondo „Practica Capital“ partneris,*

Ignas Kamantauskas, *verslo ir finansų analitikas, verslo startuoliams skirtų renginių organizatorius*

Lietuvos ir užsienio verslo žiniasklaidoje pastaraisiais metais skiriama daug dėmesio vadinamiems „startuoliams“ (angl. startup) – pradendantiesiems verslams, iš kurių kažkada išaugo tokie milžinai kaip „Facebook“ ar „Google“. Ar tai nėra tik dar vienas burbulas? Kokia reali startuolių padėtis ir perspektyvos Lietuvoje?

Tema Europos ekonomika ir jos perspektyvos

15.30–16.30 **Europos ekonominė integracija: apžvalga ir perspektyvos**

Gitanas Nausėda, *finansininkas, SEB banko prezidento patarėjas*

Europos ekonominė integracija laikyta vienu sėkmingiausių tokio pobūdžio projektų žmonijos istorijoje. Kokie svarbiausi jos pasiekimai? Ką nauja apie šią integraciją sužinojome per ekonomikos krizę? Ar ji gali nubraukti daugelio dešimtmečių įdirbį?

16.30–17.30 **Ar įmanomas projekto „Europa“ renesansas?**

Mindaugas Jurkynas, *politologas, VU Tarptautinių santykių ir politikos mokslų instituto dėstytojas*

Pastarųjų metų ekonominiai iššūkiai ir euro zonos „braškėjimas“ turėjo ne tik ekonominių pasekmių. Pradėta su abejonėmis kalbėti apie vieningos Europos projekto ateitį, kurio perspektyvoms grėsmę kelia daugybė veiksnių: ekonomika, demografija, globaliniai galios pokyčiai. Ar tokiame kontekste įmanomas Europos renesansas? Ar vieningo žemyno vertybės išlieka aktualios?

17.30–18.30 **Diskusija: Europos politinė ir ekonominė ateitis**

Temos lektoriai

18.30–19.15 **Dienos aptarimas**

Spalio 7 d., sekmadienis

Dienos tema Ką turi išmanyti verslo žurnalistas?

- 9.00–10.00 **Verslo žurnalisto darbo ABC**
Vija Pakalkaitė, buvusi „Verslo žinių“ ir Delfi.lt verslo korespondentė
- 10.00–11.00 **Žurnalisto etika ir reputacija**
Vija Pakalkaitė, buvusi „Verslo žinių“ ir Delfi.lt verslo korespondentė
- 11.30–12.30 **Pokalbis: Kas skaito verslo žiniasklaidą Lietuvoje ir ko jiems reikia?**
Rolandas Barysas, verslo dienraščio „Verslo žinios“ vyr. redaktorius
Kokiai auditorijai Lietuvoje tenka rašyti ekonomikos ir verslo žurnalistams? Kas šiai auditorijai įdomu, kas rūpi? Kokios temos paprastai sulaukia didžiausio dėmesio? Kuo verslo naujienų skaitytojas Lietuvoje skiriasi nuo „Financial Times“ ar „Bloomberg“ auditorijos?
- 12.30–13.00 **Klausimų-atsakymų sesija su R. Barysu**
Moderuoja V. Pakalkaitė
- 14.00–15.30 **Tiesioginis interviu: kas geresnio, ministre?**
Finansų ministrę Ingridą Šimonytę kalbina R. Staselis
- 16.00–18.00 **Savarankiškas darbas**
- 18.00–19.15 **Dienos aptarimas, konsultacijos dėl darbų**

Spalio 8 d., pirmadienis

- 9.00–12.00 **Ekskursija: „Gyvas“ verslas Kauno laisvojoje ekonominėje zonoje**
- 13.00–14.00 **Savarankiškų darbų baigimas ir pateikimas**
- 18.30–19.00 **Apdovanojimai**

PRIEDAS: [stovyklos prezentacijos \(nuoroda\)](#)