

TRADICINIŲ AMATŲ SITUACIJA LIETUVOJE IR JŲ PLĖTROS GALIMYBĖS

Vilma Atkočiūnienė, Alvydas Aleksandravičius, Daiva Albrektaitė

Lietuvos žemės ūkio universitetas

Tradiciniai amatai Europos sąjungos šalyse laikoma viena iš žemės ūkiui alternatyvių veiklos rūšių ir duoda nemažą ekonominę ir socialinę naudą kaimo vietovėms, kadangi ši veikla yra naujų darbo vietų ir pajamų šaltinis kaimo gyventojams. Todėl šiame straipsnyje analizuojama tradicinių amatų situaciją Lietuvoje ir vertinamos jų plėtros galimybės.

Tradicinis amatas, tradicinio amato gaminytis, amatininkas.

Įvadas

Žemės ūkio veikla praranda ankstesnį mastą, o eurointegracijos ir globalizacijos procese ši tendencija tik didės. ES kaimo plėtros politika remia daugiafunkcinę žemės ūkio ir kaimo plėtrą. ES skiria didelį dėmesį kaimo vietovių konkurencingumui didinti panaudojant vietos išteklius. Viena iš prielaidų ir galimybių yra tradicinės amatininkystės kaip verslo atgaivinimas ir plėtra. Kaimo amatų, būdingų konkrečiai kaimo vietai ar etnografiniam regionui, atgaivinimas yra svarbi kaimo vietovių gyvybingumo ir patrauklumo didinimo priemonė.

Tyrimo metodika

Tyrimo tikslas – įvertinti tradicinių amatų situaciją Lietuvoje ir jų plėtros galimybes. Siekiant įvertinti tradicinių amatų situaciją Lietuvoje ir jų plėtros galimybes buvo suformuluoti tokie tyrimo uždaviniai:

1. Atlikti šalies amatų raidos (2000–2006 m.), teritorinės sklaidos (teritorinio pasiskirstymo) bei rėmimo apžvalgą;
2. Atlikti šalies regionų amatų plėtojimo gamtinių, kultūrinių bei žmogiškojo potencialo galimybių analizę;
3. Atlikti amatų gaminių realizavimo rinkų ir jų kitimo tendencijų analizę;
4. Nustatyti tradicinių amatų plėtros prioritetus.

Vykdam tyrimą buvo naudoti fokus grupių ir giluminis interviu, monografinis, loginis, palyginimo, grafinio vaizdavimo ir kiti metodai.

Tyrimo rezultatai

Atliktas tyrimas rodo, kad amatų raidą Lietuvoje 2000 – 2006 m. laikotarpiu sąlygojo keletas pagrindinių veiksnių:

1. Teisinio amatų reglamentavimo kaita;
2. Valstybės parama amatams (SAPARD programa, ES parama pagal BPD ir t.t.);
3. Sparčiai besikeičiančios rinkos sąlygos (išaugęs amatų gaminių importas iš Kinijos bei lietuviškų gaminių eksportas į vakarų šalis ir t.t.);
4. Vartotojų prioritetų kaita.

Atlikto focus grupės interviu su Lietuvos regionų amatininkais metu išryškėjo tendencija, kad amato gaminio kūrimas nėra patrauklus užsiėmimas, kadangi dabartinės valstybės politikos sąlygomis tai gali būti daugiau nei rimta veikla. Nedaugelis amatininkų turi modernias dirbtuves, dalyvauja tarptautinėse parodose ar tarptautiniuose meno pozicionavimo renginiuose – pleneruose.

Iki 2003 12 31 veikė tarpžinybinė Lietuvos tradicinių ir dailiųjų amatų ekspertų komisija prie Lietuvos ūkio ir Kultūros ministerijų. Tai buvo vienas iš būdų kaip skatinti Lietuvoje gaminamų tradicinių amatų gaminių gamybą. Tie gaminiai, kurie būdavo pripažinti tradiciniais, gaudavo pridėtinės vertės mokesčio (toliau – PVM) lengvatą, t.y. iš viso buvo neapmokestinami PVM. Šiuose gaminiuose taip pat turėdavo būti ne mažiau kaip 50 proc. rankų darbo sąnaudų. Deja, Lietuvai įstojus į ES, nuo 2004 01 01 ši mokesčio lengvata, siekiant Lietuvai nepažeisti ES teisės aktų reglamentuojančių mokesčius bei konkurencijos sąlygas, buvo panaikinta. Todėl dėl augančių didelių darbo rankų sąnaudų ir darbo jėgos kainos augimo lietuviškiems gaminiams.

Pastaraisiais metais buvo parengtos ir patvirtintos kelios tradicinių amatų plėtrai svarbios valstybinės programos:

1. Etnografinių kaimų ilgalaikio išlikimo programa;
2. Etninės kultūros plėtros programa.

Šios programos sudaro palankias teisinės prielaidas tradicinių amatų plėtrai, tačiau nėra amatų gaminių rinkos, nesiremia ir nėra įgyvendinamos per amatų gaminių gamintojų projektus.

Lietuvių etninės kultūros plėtros programos tikslai išsaugant tradicinius amatus:

1. Palankių sąlygų tradiciniams amatams egzistuoti sudarymas;
2. Suteikus finansinę paramą tradicinių amatų populiarinimui visuomenėje.

Be to Lietuvos etninės kultūros globos taryba (toliau – EKG) 2004 m. patvirtino tradicinių amatų ir verslų sąrašą (žr. EKG nutarimą „Dėl tradicinių amatų ir verslų sąrašo patvirtinimo“, (2004 gegužės 26 d. Nr. TN – 5), kuris buvo reikalingas siekiant apibrėžti ES struktūrinės paramos teikimo sąlygas amatų projektams.

2007 m. liepos mėn. LR Seimo priėmė LR Tautinio paveldo produktų išsaugojimo ir jų gamybos skatinimo įstatymą, kuris įsigaliojo nuo 2008 m. sausio 1 d. Šiuo metu yra rengiami šio įstatymo poįstatyminiai teisės aktai.

ES 2004–2006 m. laikotarpiu rėmė tas priemones ir veiklas, kurias struktūrinių fondų paramos panaudojimo strategijoje (Bendrasis programavimo dokumentas, veiksmų programa) nurodo pati šalis narė ir skiria bendrafinansavimą. Todėl amatų projektams skirtas finansavimas iš valstybės ar savivaldybių biudžetų yra pagrindas ir ES struktūrinių fondų remiamo projekto bendrafinansavimui. Labai svarbu, kad savivaldybių ir apskričių strateginiai plėtros planuose vienaip ar kitaip atspindėtų ir amatų plėtros priemones.

Pagal Lietuvos BPD 2004–2006 metų laikotarpiu buvo numatyta tiesioginė ir netiesioginė ES parama tradiciniams amatams pagal šias priemones:

1. BPD 3.4. priemonė „Turizmo infrastruktūros plėtros priemonę (pvz., viešųjų kultūros paveldo objektų pritaikymas amatininkystei);

2. BPD 4.4. priemonė „Kaimo vietovių pritaikymo ir plėtros skatinimas” (investiciniai amatų verslo projektai);

3. Žmogiškųjų išteklių plėtros srityje (amatininkystės mokymas, amatininkų kvalifikacijos tobulinimas ir pan.) pagal BPD 2.2. ir 2.3 priemones.

Dar viena papildoma paramos galimybė „minkštiesiems“ amatų projektams – ES programa KULTŪRA 2000.

Tačiau šiandien amatai kaip ir visa kultūra dar labai sunkiai skinasi kelią į nacionalinių, savivaldybių plėtros planų prioritetus ir priemones. Todėl 2000–2006 m. laikotarpiu Lietuvos regionų kultūrai reikšmingi projektai liko neįgyvendinti. Parama amatų projektams pagal BPD 4.4. priemonę „Kaimo vietovių pritaikymo ir plėtros skatinimas“ teikiama kartu su kitomis remtinomis veiklomis, iš kurių pats didžiausias investicinės paramos poreikis yra kaimo turizmo projektams. Todėl labai tikėtina, kad kaimo turizmas pasiims visas paramos lėšas, skirtas bendrai kaimo turizmo ir amatų veiklai skatinti. Tai pagrindžia ir SAPARD programos patirtis. Buvo įdėta daug pastangų, kad amatai būtų įtraukti į SAPARD programą ir sudarytos sąlygos amatininkams gauti paramą iš šios programos. Deja, nei vienas amatininkas ja tiesiogiai nepasinaudojo, nes nebuvo pateikta nė vienos paraiškos amatų plėtros projektui įgyvendinti. Tačiau tai nereiškia, kad amatų projektams teikti paramą ateityje netikslinga.

Pirmiausiai būtina išnagrinėti priežastis kodėl amatininkai neteikia projektų ES paramai gauti. Atliktas tyrėjų grupės kokybinis tyrimas rodo, kad pagrindinė priežastis, tai menkas amatininkų verslumas bei gebėjimas dirbti šiandieninėmis verslo sąlygomis. Kita priežastis, labai silpna amatų rinkodara. Todėl amatų gaminių pardavimui labai būdingas sezoniškumas, atsitiktinumas. Esant tokiai situacijai siekti investicinės paramos amatų plėtrai yra sudėtinga ir ją labai sunku gauti (pareiškėjui būtina parengti verslo planą, tvarkyti buhalterinę apskaitą, atitikti ekonominio gyvybingumo rodiklius ir t.t.).

Situacija pagerėtų, jei visos Lietuvos savivaldybės ir gal net apskritys turėtų atskiras tradicinių amatų rėmimo fondus ar programas, kurių dalį lėšų būtų galima skirti viešųjų tradicinių amatų projektų bendrafinansavimui.

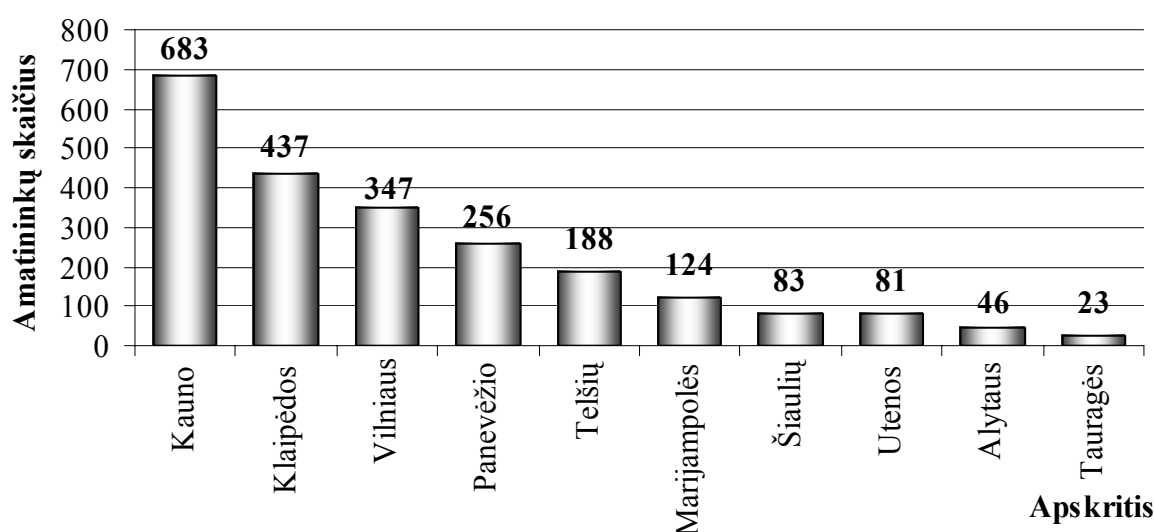
Amatininkai, kurie savo veiklą vykdo įregistruose įmonės, gali tikėtis tam tikros paramos ir iš savivaldybių per jų administruojamas smulkaus ir vidutinio verslo (toliau – SVV) rėmimo fondus ar programas. Pirmoje lentelėje pateikti apibendrinti duomenys apie remiamas SVV sritis ir savivaldybių, kurios remia atskiras SVV sritis, skaičių.

Kaip matyti iš 1 lentelėje pateiktų tyrimo duomenų, net daugiau kaip pusėje šalies savivaldybių amatininkų įmonės gali tikėtis paramos iš savivaldybių mokymams, konsultacijoms ir seminarams, daliniam ar pilnam paskolų palūkanų kompensavimui. Nemaža dalis savivaldybių (23) remia įmonių dalyvavimą parodose, mugėse, konferencijose ir kompensuoja naujų darbo vietų kūrimo išlaidas (19). Kitokią paramą SVV subjektams teikia maždaug tik dešimtadalis Lietuvos savivaldybių.

1 lentelė. Lietuvos savivaldybių pasiskirstymas pagal jų remiamas smulkaus ir vidutinio verslo sritis

| Remiama smulkaus ir vidutinio verslo sritis | Savivaldybių skaičius |
|---|-----------------------|
| 1. Verslo informacijos centro veiklos finansavimas | 6 |
| 2. Mokymai, konsultacijos ir seminarai | 35 |
| 3. Dalinis ar pilnas paskolų palūkanų kompensavimas | 34 |
| 4. Lengvatinių paskolų teikimas | 9 |
| 5. Naujų darbo vietų kūrimo išlaidų kompensavimas | 19 |
| 6. Verslo programų ir projektų rengimo ir vykdymo kompensavimas | 10 |
| 7. Verslo planų, paraiškų finansinei paramai iš ES ir kitų fondų parengimo išlaidų finansavimas | 11 |
| 8. Įmonių dalyvavimo parodose, mugėse, konferencijose ir verslo misijose išlaidų finansavimas | 23 |
| 9. Įmonės įregistravimo išlaidų kompensavimas | 10 |

Amatininkų pasiskirstymas Lietuvos regionuose ir pagal atskiras amatų rūšis yra netolygus. Apibendrinus 2005 m. surinktus duomenis apie amatininkų paplitimą Lietuvos etnografiniuose regionuose yra matyti ryškesni amatų žmogiškųjų išteklių ir kultūrinio, edukacinio, ekonominio potencialo centrai (žr. 1 pav.)



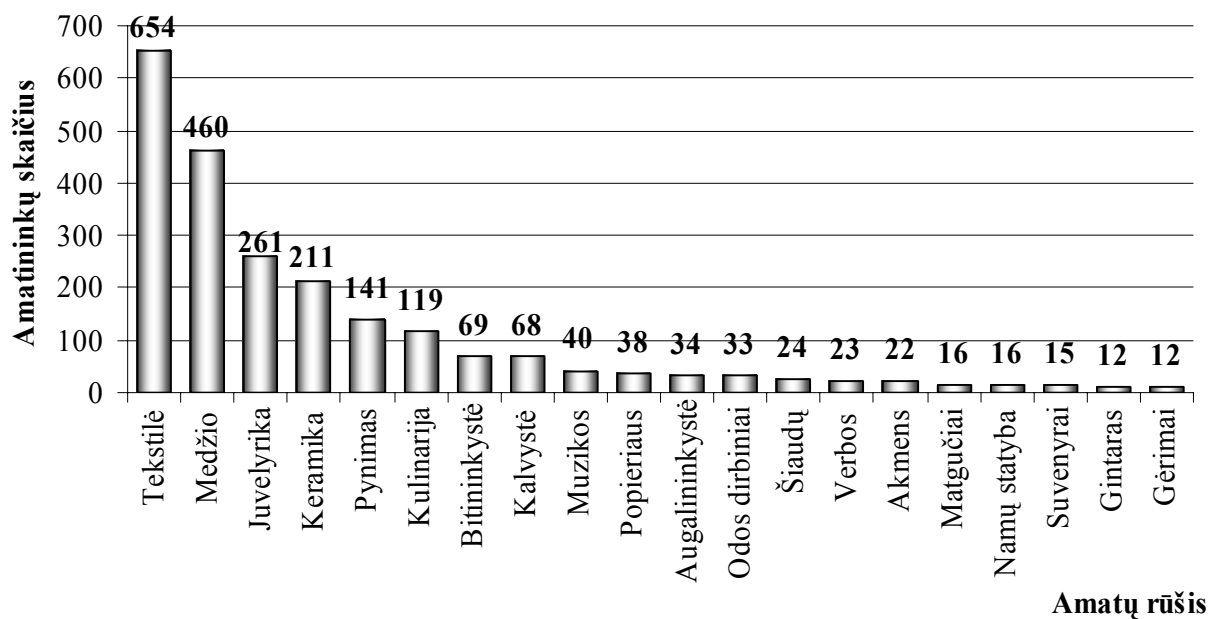
1 pav. Amatininkų pasiskirstymas pagal Lietuvos apskritis 2005 m.

Akivaizdu, jog etninės kultūros tradicijomis pagrįstų amatų dirbinių gamintojai gausiausiai telkiasi pagrindiniuose šalies miestuose. Ryškėja ir specifinių amatų rūšių vyravimas skirtingose šalies teritorijose.

Yra išskiriamos šios tradicinių amatų ir verslų sritys: tekstilė (verpimas ir vilnos apdirbimas, audimas, mezgimas ir nėrimas, siuvinėjimas, tautinio kostiumo gamyba, juostos, lėlės ir žaislai), pynimas, oda (dailioji ir avalynė, rimorystė), juvelyrika, kalvystė, gintaro juvelyrika, margučiai, verbos (verbų rišimas, floristika ir t.t.), šiaudų dirbiniai, popieriaus karpiniai, namų statyba (krosnininkystė, mūrininkystė, stogdengystė), medžio darbai (drožyba, staliaus, dailidės ir kt. darbai), ak-

mens darbai (akmentašystė, akmenskaldystė ir kt.), muzikos instrumentai, keramika, kulinarija (duonos ir pyrago gaminiai, pieno produktai, viešasis maitinimas ir kt.), gėrimai (alaus ir kt. svaigieji gėrimai), bitininkystė, augalininkystė (vaistinių augalų ir prieskonių auginimas, miško gėrybių rinkimas, ekologinių tradicinių augalų auginimas ir perdirbimas). Lietuvos amatininkų suskirstymas pagal amatų rūšis pateiktas 2 paveiksle. Pagal atlikto tyrimo rezultatus galima išskirti šias Lietuvos amatininkų grupes:

- Amatininkai – verslininkai, gaminantys tradicinius amatų gaminius užsienio pirkėjams;
- Amatininkai – puoselėtojai, kurie kuria ir pozicionuoja savo gaminius tam tikrose zonose (pvz., Rumšiškių muziejaus teritorijoje) remdamiesi istoriografinė medžiaga;
- Gyvenantys kaime amatininkai, kurie perima autentiškas amato gudrybes ir gamina tikrą tradicinį kaimo amato gaminį be technologinių pakitimų;
- Amatininkai – kūrėjai, kurie perimdami amato subtilybes kuria tradicinį gaminį modernizuotai aplinkai;
- Amatininkai, kurie gamina prekybai (kuria, tiražuoja, kičas);
- Meno kūrėjai.



2 pav. Lietuvos amatininkų suskirstymas pagal amatų rūšis

Perspektyviausios amatų gaminių grupės yra tos, kurios pagal skirtingas vartotojų poreikius grupes ir poreikių požymius dažniausiai pasikartoja. Amatų gaminių pateikimo strateginiai sprendimai turėtų remtis vartotojų poreikių specifika ir dėsningumais. Amatų gaminių rėmimo strategijos aktyvūs elementai, atlikus tyrimą, yra šie:

1. Reklama (katalogai, kuriuos rengia arba amatininkai verslininkai, arba etnografinių regionų parkų direkcijos, arba Tautodailininkų sąjunga, arba naudojama internetine aplinka individualiai);
2. Pasiūlos stimuliavimas;

3. Populiarinimas nėra kryptingas ir vykdomas ribotoje aplinkoje;
4. Asmeniniai pardavimai populiariausi, tik ženkliai įtakoja tų amatininkų pajamas, kurie tapę pripažintais meno srityje, bet ne tie kurie puoselėja tradicijų puoselėjimą ir dažnai menkai verslūs.

Amatų gaminių rėmimas Lietuvoje vykdomas neatsižvelgiant į amatų gaminių gyvavimo ciklo stadiją, gaminio specifines savybes ir tikslinius segmentus, praktiškai nėra naudojama amatų gaminių tiesioginė reklama, trūksta profesionalaus požiūrio rengiant amatų gaminių katalogus (amatų gaminių katalogų rengimo principai), organizuojant mugės, naudojant asmeninio pardavimo būdus. Difuziniai procesai rodo menką prekių – imitatorių pakeičiamumo rinkoje kitomis greitį. Vadinasi vartotojų galios menkos, kad tinkamai reaguoti į amatų gaminių (menka tradicijų integracija į kasdienybę ir menka perkamoji galia). Tam reikalingas specialus amatų gaminių rėmimo kompleksas ir strategija jį realizuoti.

Struktūriniai pasikeitimai amatų sferoje vykę pasaulyje XX amžiuje yra apibūdinami kaip specializacijos tendencija (mechanizacija ir dalinė automatizacija, perėjimas nuo gamybos prie taisymo, tuo pačiu perimant prekybos funkcijas (vidutiniškai 15 proc. pajamų). Kita vertus stambios įmonės vis labiau plečia amatams būdingą veiklą. Jos pačios instaliuoja, montuoja ir taiso savo gaminius, moko mokinius. Esminiai skirtumai tarp industrinių ir amatininkų įmonių, tuo pačiu tarp patenkinimo vienodų poreikių bei skirtingų poreikių, taip greičiau instrumentinio valdymo bei rankų darbo persikerta ir tampa pereinamojo pobūdžio, bet visiškai nedingsta. Tolimesni pasikeitimai amatuose yra apibūdinami kaip stiprinimas aptarnavimo sferos. Amatų paplitimą stipriai įtakoja amatininkų darbo sąnaudų ypatumai:

1. Didelės darbo sąnaudos, todėl didelė reikšmė tenka darbo išlaidoms bendrose išlaidose (2 lentelė).

2 lentelė. Darbo sąnaudų dalies visoje gaminio savikainoje atskirose ūkio srityse palyginimas

| Ūkinės veiklos sritis | Darbo sąnaudų dalis |
|-------------------------------------|---------------------|
| 1. Perdirbimo pramonė | 47,7 |
| 2. Aprūpinimas energija ir vandeniu | 28,8 |
| 3. Statybos | 70,2 |
| 4. Mažmeninė prekyba | 46,6 |
| 5. Viešbučiai | 46,2 |
| 6. Amatai | 81,2 |

2. Palyginus didelės papildomos personalo išlaidos, kas mažina konkurencingumą lyginant su intensyvaus kapitalo gamyba;
3. Palyginus didelės socialinių garantijų įmokos bei draudimas;
4. Palankesnės sąlygos šešėlinei ekonomikai bei nelegaliam darbui.

Pastaraisiais metais tradicinių amatų ir verslų produkcija įgyja vis didesnę paklausą vidaus ir tarptautinėje rinkoje. Naujas galimybes atveria amatininkų ir kaimo turizmo paslaugų teikėjų bendradarbiavimas (3 lentelė). Lietuviški amatų

gaminiai kaip suvenyrai yra svarbūs, turistams iš kitų valstybių „atrandant“ Lietuvą.

3 lentelė . Kaimo turizmo sodybų savininkų ir amatininkų bendradarbiavimo ekonominė nauda

| Pajamos iš turizmo | Pajamas gaunantys amatininkai | Ekonominė reikšmė |
|--|--|-------------------|
| 1. Tiesioginės (tiesioginės išlaidos vietoje) | | |
| Maitinimas | Konditeris, kepėjas, mėsininkas | didelė |
| Apgyvendinimas | | nedidelė |
| Suvenyrai, dovanos, daiktai prisimintumui | Konditeris, kepėjas, mėsininkas, keramikas, dailidė ir tt. | vidutinė |
| „Neturistiniai“ produktai | Fotografai, dizaineriai, laikrodininkai, juvelyrų | nedidelė |
| Paslaugos | kepėjas, mėsininkas, kirpėjas, kosmetikas, stalius, mechanikas | nedidelė |
| 2. Netiesioginės pajamos (pajamos gaunamos iš išankstinių paslaugų) | | |
| Svečių aptarnavimo sfera | Statybos sferos įmonės, pastatų bei drabužių valymo įmonės | vidutinė |
| Infrastruktūros sukūrimas ir plėtimas – visuomeninis sektorius | Statybos ir rekonstrukcijos sferos įmonės | vidutinė |
| Infrastruktūros sukūrimas ir plėtimas – privatus sektorius | Kalvis | nedidelė |
| Multiplikatoriaus poveikis | Visos įmonės | vidutinė |

Atlikto kokybinis Lietuvos amatininkų tyrimo duomenys rodo, kad Lietuvoje šiuo metu vyrauja šie amatų gaminių pardavimo būdai:

1. Tiesioginiai (asmeninis) pardavimai savo gyvenamojoje aplinkoje;
2. Pardavimai per tarpininkus Lietuvoje ir užsienyje;
3. Darbas ir pardavimai pagal užsakymus iš dirbtuvių;
4. Mugėse, turguose ir parodose;
5. Dovanojimas draugams, giminėms – į rinką nepatenka;
6. Barteriniai mainai.

Rinkos nišos, kuriuose tradiciniai amatai gali sėkmingai gyvuoti ir plėtotis modernėjančioje visuomenėje egzistuoja:

1. Moderni, šiuolaikiška, patogi vartotojui ir išsauganti tradiciją rekreacinė individuali ar vieša paslaugų sfera kaime. Kadangi buvusį vienintelį kaime žemės ūkio gamybinį sektorių papildo paslaugų sektorius, kuris ateityje plėtosis dar sparčiau, atsiranda reali ir ilgalaikė galimybė tradiciniams amatams įsitvirtinti ir plėtotis glaudžiai bendradarbiaujant su kultūriniu ir kaimo turizmo verslu.

2. Lietuviškas suvenyras. Perimant tradicinių amatų formą, dažnai atsietą nuo turinio ir prasmės, palaipsniui prarandant dirbinių tiesioginę funkciją, paprotinę ir pritaikymo erdvę, amatų gaminiai kinta į proginę ir suvenyrinę. Blogiai kai suvenyras kuriamas neatsižvelgdami į Lietuvos etnografinių regionų ypatumus, savo forma, spalva ar ornamentu neturintį sąsajų su lietuvių tautodaile. Suvenyras lieka ir bus svarbus ateityje turistams pažįstant Lietuvą kultūros paveldą.

Be šių tradicinių amatų gaminių rinkos plėtros nišų yra eksporto galimybės. Tačiau šia kyla tam tikros problemos. Pirma, tradicinio amato gaminyje jei „ištrauktas“ iš savo gamybos vietovės, etnografinio regiono, kitos šalies rinkoje tampa vartotojui sunkiai suprantamu ir dažnai menkaverčiu daiktu. Antra, amatininko gaminyje, pagamintas taikant jį kitos šalies rinkai, yra tos šalies tradicijas ir poreikius tenkinantis gaminyje. Todėl tai yra elementarus verslas, neturintis nieko bendra su tradiciniais amatais ir tradicinių amatų skatinimo ar paramos programomis. Dar viena tokio verslo blogybė (tradicinių amatų atžvilgiu) yra ta, kad dalis užsienio rinkoms skirtos produkcijos parduodama Lietuvoje. Taip iškreipiamas visuomenės supratimas apie tautodailę, tradicinius amatus.

Išvados

1. Istoriskai per daugelį šimtmečių susiklostė situacija, kad tradicinių amatų gaminių rinkos vis siaurėja. Kuo daugiau plečiasi pramonė, tuo mažiau vietos rinkoje lieka tradiciniams amatams.
2. Didelė dalis tradicinius amatus plėtojančių amatininkų yra pagyvenę, sunkiai gebantys dirbti rinkos sąlygomis žmonėmis.
3. Menkas amatininkų verslumas ir vadybiniai gebėjimai dirbti šiandieninėmis verslo sąlygomis.
4. Nėra užtikrinamos tradicinių amatų gamintojų lygios galimybės dalyvauti rinkoje (dėl žinių stokos, nutolusių nuo gamintojų pardavimo rinkų).
5. Gamybos technologijos vystosi sparčiais tempais ir vien amatininkų, visuomeninių organizacijų pastangomis nespėjama (ir yra brangu) sukurti amatų gaminių rinkodaros strategiją – nėra nuoseklios amatų gaminių rinkodaros.
6. Nepakankamos, ribotos galimybės amatų gaminių patekti į rinką, būti konkurencingais dėl amatų prekei būdingų savybių nebuvimo.
7. Amatų gaminių gamyba reikalaujanti daug laiko ir dėmesio nėra labai pelninga ekonominė veikla, yra nepatraukli jauniems kaimo gyventojams. nesant amatininkystės perdavimo iš kartos į kartą, nyksta technologijų autentiškumas, nepuoselėjamos tradicijos ir gamybos kultūra.
8. Mažai propaguojama etninė kultūra, kuri neužima deramos vietos šalies visuomenėje.
9. Amatų gaminių populiarumas didėja, tačiau nepakankamai, o geresnes pardavimo sąlygas turi tie amatininkai, kurie pateikia savo gaminius užsienio rinkose, Lietuvoje egzistuoja amatų gaminių perteklius.
10. Daugelio amatininkų nuomone, vienintelė reali rinkos niša amatininkams - dirbiniai, skirti buities puošybai.
11. Vartotojų nebrandumas – nesididžiuojama savo šeima, tarme, kaimu, kraštu, valstybe. per nepriklausomybės metus nesudaromos prielaidos pilietinei visuomenei formotis (tam reikia trijų kartų, esant palankioms sąlygoms) – pilietis turi mažai juridinių ar finansinių svėrtų įtakoti savo kaimo, miestelio, miesto vystymą, pvz., per tiesioginius merų ir seniūnų rinkimus, seniūnijų biudžetus ir gyventojų atstovavimą savivaldybėse.

12. Labai spartus vartotojiškos visuomenės formavimasis, kai vartotojas, remdamasis savo išprusimu, diktuoja sąlygas gamintojui ar paslaugų teikėjui. šian dien, tradicinei šeimai praradus ugdymo funkciją, ypač svarbus vaidmuo tenka formalioms ir neformalioms švietimo ir ugdymo įstaigoms. kultūros nuostatų ir paveldo neperimama gimdami – kultūros mokomės.

13. Silpnos verslo tradicijos – sunkiai formuojasi smulkusis verslas. stokojama ekonominio švietimo.

14. Trūksta populiarios metodinės medžiagos apie tradicinius amatus ir verslus, akcentuojančios etnografinių kraštų savitumą.

Literatūra

1. Tradicinių kaimo amatų gaminių rinkodaros sistemos formavimas, rinkos plėtros galimybės ir sertifikavimo sistemos sukūrimas. Užsakomųjų mokslinių tyrimų 2005 m. ataskaita. Darbo vadovė doc. dr. V. Atkočiūnienė.

2. Aleksandravičius, A. (2005). ES parama tradicinių amatų verslo plėtrai // Tradicinių amatų gaivinimas: problemos ir perspektyvos: mokslinė konferencija. – Akademija: LŽŪU.

3. Aleksandravičius, A. Kairytė, E. (2005). ES parama tradiciniams amatams. Nr. 7 // Mano ūkis.

4. Aleksandravičius, A. Kairytė, E. Navikienė, R. (2004). Kultūros paveldo saugojimas. Lietuvos žemės ūkis ir kaimo plėtra. – Vilnius: Lietuvos agrarinės ekonomikos institutas.

5. Atkočiūnienė, V. Januszewska, R. Raupelienė, A. (2005). The identification of regional products for development of tourism: case of the Telšiai County // Rural development 2005. Globalization and integration challenges to rural development in Eastern and Central Europe: the second International scientific conference. – Akademija: LŽŪU.

THE SITUATION AND DEVELOPMENT POSSIBILITIES OF TRADITIONAL HANDICRAFTS IN LITHUANIA

Vilma Atkočiūnienė, Alvydas Aleksandravičius, Daiva Albrektaitė
Lithuanian University of Agriculture

Summary

The wares of traditional handicrafts get better demand in modern market. Specifically rural handicrafts for rural locality or ethnographical region, recreation are very important for increasing vitality and attraction of the locality. While sponsoring rural people, who do traditional handicrafts, apply them to the needs of modern market and create new workplaces, the government promotes an alternative economic activity to agriculture in countryside and small towns. Presumptions are also made to preserve the cultural heritage of the unique ethnographical regions of the country and to provide a new meaning in the modern world. In addition, the Lithuanian wares of traditional handicrafts are influential to tourists from other countries who want “to discover” Lithuania. Due to this, the situation of traditional handicrafts in Lithuania and the possibilities of development are analyzed in this article.