



# VIEŠINIMO IR INFORMAVIMO PASLAUGŲ PIRKIMŲ APŽVALGA

LAIKOTARPIS 2010–2020 M.

# TURINYS

## Trumpa apžvalga \_ 3

## Ižanga \_ 7

### Viešinimo ir informavimo paslaugų pirkimų apimtis 2010–2014 m. ir 2015–2020 m. \_ 8

Viešinimo ir informavimo paslaugų pirkimų apimties dinamika  
2010–2014 m. ir 2015–2020 m. \_ 9

Viešinimo ir informavimo paslaugų pirkimai pagal paslaugų  
grupes 2015–2020 m. \_ 10

Viešinimo paslaugų apimties dinamika 2015–2020 m. sausio –  
gegužės mėn. \_ 11

Viešinimo paslaugų pirkimų sutartys pagal trukmės ir verčių  
intervalus 2015–2020 m. \_ 12

### Viešinimo ir informavimo paslaugų pirkėjai \_ 14

Pirkimų vykdytojų skaičiaus dinamika \_ 14

Didžiausi pirkimų vykdytojai pagal sudarytų sutarčių vertę \_ 15

Viešinimo ir informavimo paslaugų pirkimų pasiskirstymas  
pagal pirkėjų tipus \_ 16

Centrinių valstybinio administravimo sistemai priklausančių  
perkančiųjų organizacijų viešinimo paslaugų pirkimai \_ 17

Centrinės valdžios institucijų viešinimo ir informavimo  
paslaugų pirkimai \_ 20

Savivaldybių ar teritorinių valstybinio administravimo  
subjektų viešinimo paslaugų pirkimai \_ 21

Kitų klasikinio sektoriaus perkančiųjų organizacijų  
viešinimo paslaugų pirkimai \_ 24

Komunalinio sektoriaus perkančiųjų subjektų viešinimo  
paslaugų pirkimai \_ 26

2015–2020 m. daugiausiai viešinimo paslaugų sutarčių pagal  
vertę sudarę pirkimų vykdytojai pagal laimėjusius tiekėjus \_ 28

### Viešinimo ir informavimo paslaugų tiekėjai \_ 31

Tiekėjų skaičiaus dinamika \_ 31

Didžiausi tiekėjai pagal sudarytų sutarčių vertę \_ 32

Viešinimo paslaugų pirkimai per viešinimo agentūras \_ 34

Viešinimo paslaugų pirkimai tiesiogiai iš žiniasklaidos įmonių \_ 38

Viešinimo paslaugų pirkimai iš viešinimo agentūrų pasiūlymuose

nurodytų galutinių paslaugų tiekėjų – viešinimo kanalų \_ 40

Viešinimo kanalų naudojimo dažnis \_ 41

Sutartyse numatytos paslaugų vykdymo apimties ir lėšų pasiskirstymas  
pagal galutinius viešinimo kanalus \_ 47

### Viešinimo paslaugų pirkimų prevencinė priežiūra ir vertinimas \_ 48

Prevencinė pirkimų peržiūra \_ 49

Pirkimų vertinimai \_ 52

### Išvados, rekomendacijos \_ 55

#### Priedai \_ 56

**1 priedas.** Tiekėjų (be tiekėjų–grupių) reitingas pagal viešinimo  
paslaugų sutarčių vertę 2010–2014 m. \_ 56

**2 priedas.** Tiekėjų (be tiekėjų–grupių) reitingas pagal viešinimo  
paslaugų sutarčių vertę 2015–2020 m. \_ 57

**3 priedas.** 20 didžiausių pagal viešinimo ir informavimo paslaugų  
sutarčių vertę pirkimų vykdytojų, 2015–2020 m. \_ 58

**4 priedas.** 20 didžiausių pagal viešinimo paslaugų sutarčių  
vertę tiekėjų, 2010–2014 m. \_ 59

**5 priedas.** 20 didžiausių pagal viešinimo paslaugų sutarčių  
vertę tiekėjų, 2015–2020 m. \_ 60

**6 priedas.** Didžiausių pagal sudarytų sutarčių vertę tiekėjų  
sutartys pagal galutinius viešinimo kanalus \_ 61

# TRUMPA APŽVALGA



**Viešinimo ir informavimo paslaugoms 2015–2019 m. kasmet išleidžiama apie 35,3 mln. Eur**



Kasmet pirkimus vykdo vidutiniškai **469 pirkimų vykdytojai**

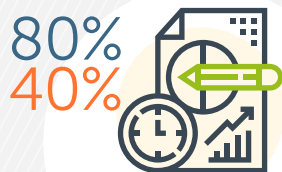


Kasmet sudaromos vidutiniškai **1 737 sutartys**



Sutartys kasmet sudaromos su vidutiniškai **772 tiekėjais**

Per analizuojamąjį laikotarpį viešinimo ir informavimo paslaugoms **daugiausiai lėšų buvo išleista 2016 ir 2019 m.**



Daugiau nei **80 %** visų sudarytų sutarčių **skaičiaus** ir apie **40 %** sudarytų sutarčių **vertės** – sutartys, įvykdžius **mažos vertės** pirkimus



**20 didžiausių** pagal sudarytų sutarčių vertę pirkimų vykdytojų sudarė sutarčių už **daugiau nei pusę** – **53 %** – visos viešinimui ir informavimui skirtos lėšų sumos, **likusieji 969** – **47 %**



**Pirkimų vykdytojų**, pirkusių viešinimo ir informavimo paslaugas, **skaičius išaugo apie 15 %**, laimėjusių tiekėjų skaičius – **apie 8 %**

**67 %** viešinimo ir informavimo paslaugų pirkimų pagal sudarytų sutarčių vertę sudarė **viešinimo paslaugų** – viešųjų ryšių, informacijos skelbimo žiniasklaidos priemonėse, reklamos, rinkodaros ir susijusių paslaugų **pirkimai**, **33 %** – **kitų su viešiniu ir informavimu susijusių paslaugų pirkimai**

## Viešinimo paslaugų pirkimams 2015–2019 m. kasmet išleidžiama vidutiniškai 23,8 mln. Eur



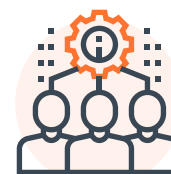
379

Pirkimus kasmet vykdo vidutiniškai **379 pirkimų vykdytojai**

1 133



Kasmet sudaromos vidutiniškai **1 133 sutartys**



451

Sutartis kasmet sudaromos su vidutiniškai **451 tiekėju**

22%  
35%



Viešinimo paslaugas įsigijusių **pirkimų vykdytojų skaičius** 2015–2019 m. išaugo **apie 22 %**, **laimėjusių tiekėjų skaičius – 35 %**



60%

**20 didžiausių tiekėjų** pagal sudarytų sutarčių vertę sudaro vidutiniškai **60 %** viešinimo paslaugų sektoriuje sudarytų sutarčių vertės

**2011–2018 m.** laikotarpiu labiausiai sekėsi įmonei **UAB „VIP Viešosios informacijos partneriai“ (dabar UAB „Berta And“)**. Ši bendrovė iki 2018 m. net **7 kartus** buvo tarp trijų didžiausių pagal per metus sudarytų sutarčių vertę įmonių. **2019 m.** daugiausiai sutarčių pagal vertę sudarė **UAB „CARAT“**

**2020 m. strateginių rodiklių reikšmių viešinimo paslaugų tarptautiniuose ir supaprastintuose pirkimuose (be mažos vertės) palyginimas su bendromis rodiklių reikšmėmis**



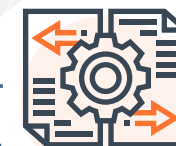
57,2%  
25%

**Ekonomiškai naudingiausio pasiūlymų** vertinimo kriterijus buvo pasirinktas **57,2 %** viešinimo paslaugų pirkimų vertės, atitinkamai visų pirkimų – **apie 25 %**



45,5%  
57,7%

**„Vieno tiekėjo“** pirkimų dalis sudarė **45,5 %** viešinimo paslaugų pirkimų skaičiaus, kai tuo tarpu visų pirkimų – **57,7 %**



3,4  
2,1

**Vidutinis pasiūlymų skaičius**, tenkantis pirkimo objekto daliai, viešinimo paslaugų pirkimuose siekė **3,4 pasiūlymo**, kuomet visų pirkimų – **2,1**

68%



14%

Pagrindiniai viešinimo paslaugų pirkėjai – **klasikinio sektoriaus** perkančiosios organizacijos, kurių sudarytų sutarčių vertė siekė apie **86 %** visos viešinimo paslaugų sutarčių vertės, **komunalinio sektoriaus perkančiųjų subjektų** – **likę 14 %**

**2015–2019 m. beveik pusė – 45 % – viešinimo paslaugų pagal vertę įsigijo centrinių valstybinio administravimo subjektų sistemai priklausančios 97 perkančiosios organizacijos**

77%



**10 didžiausių** pagal sudarytų sutarčių vertę centrinių valstybinio administravimo subjektų sistemai priklausančių perkančiųjų organizacijų įsigijo viešinimo paslaugų už beveik **77 % sutarčių vertės**



19%

Centrinių valstybinio administravimo subjektų sistemai priklausančių perkančiųjų organizacijų (97) tarpe **daugiausiai** viešinimo paslaugų įsigijo **Lietuvos automobilių kelių direkcija prie Susisiekimo ministerijos** – apie **19 % sutarčių vertės**



19,6%

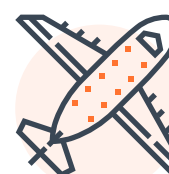
Savivaldybių ar teritorinio valstybinio administravimo subjektų (133) tarpe **daugiausiai** lėšų viešinimo paslaugoms skyrė **Kauno miesto savivaldybės administracija** – apie **19,6 % sutarčių vertės**



13,2%

Kitų klasikinio sektoriaus perkančiųjų organizacijų tarpe (502) **daugiausiai** pagal sudarytų sutarčių vertę viešinimo paslaugų įsigijo **VšĮ Būsto energijos taupymo agentūra** – **13,2 % sutarčių vertės**

18,5%  
18,0%  
17,4%



Komunalinio sektoriaus perkančiųjų subjektų tarpe (77) viešinimo paslaugoms **daugiausiai** lėšų skyrė **VĮ Lietuvos oro uostai** – **18,5 % sutarčių vertės**, **AB Lietuvos paštas** – **18 %**, **AB Lietuvos geležinkeliai** – **17,4 %**

**Apie 17,5 proc. 2019–2020 m. sudarytų viešinio paslaugų sutarčių pagal skaičių ir apie 36 % pagal vertę laimėtojai – viešinio agentūros ir jų nurodyti galutiniai viešinio kanalai**



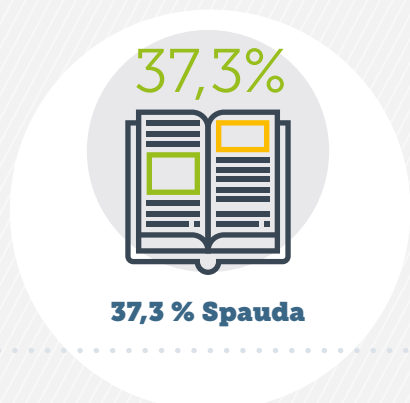
**571**

Iš viso nustatyti **571 skirtingi** viešinio kanalai



Pirkimų vykdytojai dažniausiai viešinio paslaugoms **pasirenka 1 arba 2 viešinio kanalus (63 % sutarčių)**

**Populiariausi galutiniai viešinio kanalai (iš 571), pagal sudarytų sutarčių dalį (proc.)**



**Populiariausi spaudos leidiniai**  
(iš 254), proc. sutarčių

**2,3 % Lietuvos rytas**  
**2,0 % Kauno diena**  
**1,8 % Verslo žinios**



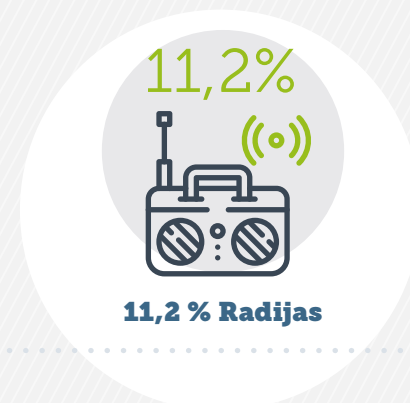
**Populiariausi naujienų portalai**  
(iš 81), proc. sutarčių

**10,4 % 15min.lt**  
**10,4 % Delfi.lt**  
**7,9 % Lrytas.lt**  
**7,5 % Tv3.lt**



**Populiariausi socialiniai tinklai**  
(iš 8), proc. sutarčių

**49,1 % Facebook**  
**18,9 % Youtube**  
**18,4 % Instagram**



**Populiariausios radijo stotys**  
(iš 28), proc. sutarčių

**14,4 % M-1**  
**12,9 % Lietus**  
**10,3 % M-1 plus**  
**9,8 % Laluna**

# IŽANGA

Viešųjų pirkimų tarnyba (toliau – Tarnyba) pristato pirmąją viešinimo ir informavimo paslaugų pirkimų apžvalgą. Nors šioms paslaugoms įsigyti išleidžiama sąlyginai nedidelė visų viešiesiems pirkimams skirtų metinių lėšų suma, viešinimo paslaugų pirkimai patenka tarp rizikingųjų viešųjų pirkimų sektorių. Dalinai tai lemia šios paslaugų grupės specifiškumas – pirkimo rezultatas yra sunkiau apčiuopiamas, sudėtinga įvertinti sutarties įvykdymo kokybę. Apžvalga siekėme detaliau paanalizuoti šį viešųjų pirkimų sektorių, didžiausius pirkimų vykdytojus, tiekėjus ir galutinius informavimo kanalus bei pirkimų apimtį dinamiką – kaip šalyje vykstantys įvykiai įtakoja šių paslaugų poreikį.

Tarnyba viešinimo ir informavimo paslaugų pirkimų apimtį nustatinėti ir stebėti jos pokytį pradėjo 2010 m. Detalesnė analizė nebuvo atliekama, informacija buvo rengiama pagal Centrinėje viešųjų pirkimų informacinėje sistemoje (toliau – CVP IS) pirkimų vykdytojų paskelbtų pirkimų procedūrų ataskaitų duomenis, neįtraukiant į apimtį mažos vertės pirkimų<sup>1</sup>. 2015 m. pirkimų vykdytojams atsirado prievolė CVP IS viešinti visų, tame tarpe mažos vertės pirkimų, sutarčių duomenis. Atsiradus galimybei paanalizuoti visą viešinimo paslaugų imtį, įskaitant sutartis, sudarytas po mažos vertės pirkimų, apžvalgai buvo pasirinktas CVP IS sutarčių viešinimo posistemės duomenų šaltinis.

Išsamesnį viešinimo paslaugų analizės atlikimą sunkina viešai prieinamos informacijos stoka. Viešinimo pirkimų sutartyse stinga informacijos apie numatytą sutarties vykdymo ir lėšų apimtį padalijimą. Taip pat šio proceso atskaitomybė CVP IS yra dalinė – dažniausiai viešinimo paslaugų pirkimų sutartys sudaromos ne su galutiniais informacijos viešintojais, bet su viešinimo agentūromis, kurios skelbiamos kaip pirkimą laimėję tiekėjai. Galutiniai sutarties viešinimo kanalai net ir tais atvejais, kai jie nurodomi sutartyse, nėra struktūruotai kaupiami, todėl atlikti šių pirkimų stebėseną ir nustatyti, kokia agentūra su kokiais viešinimo kanalais dirba daugiausiai, kaip pasiskirsto sudarytų sutarčių vertės tarp viešimo agentūrų ir galutinių viešinimo kanalų praktiškai labai sudėtinga. Šioje apžvalgoje Tarnyba detaliau išanalizavo 2019–2020 m. (iki gegužės mėn.) sutartis,

sudarytas su viešinimo agentūromis bei apibendrino jų pasiūlymuose nurodytą informaciją apie galutinius viešinimo kanalus.

Tarnyba iš įvairių institucijų, žiniasklaidos, aktyviosios visuomenės atstovų nuolat sulaukia paklausimų, susijusių su šio viešųjų pirkimų sektoriaus sutartimis – ką, kada ir už kiek pirkė vienas ar kitas pirkimų vykdytojas, arba kaip sekėsi dalyvauti viešinimo paslaugų pirkimuose vienam ar kitam tiekėjui ir pan. Todėl, norėdama pagelbėti CVP IS naudotojams patogesniu formatu, greičiau analizuoti juos dominančią informaciją, susijusią su viešinimo paslaugų pirkimais, atvėrė viešinimo ir informavimo paslaugų pirkimų duomenis ir paskelbė juos Tarnybos tinklalapyje Excel formatu. Taip pat sukūrė patogią, paprastą naudojimui paieškos pagal norimus kriterijus, analizės priemonę<sup>2</sup>. Atviruose viešinimo ir informavimo paslaugų sutarčių duomenyse skelbiama 2010–2014 m. sudarytų sutarčių informacija iš pirkimų vykdytojų CVP IS kaupiamų procedūrų ataskaitų (be mažos vertės pirkimų), o už 2015–2020 (iki gegužės mėn.) laikotarpį – visų tipų sutarčių informacija, kaupiama CVP IS sutarčių viešinimo posistemėje.

Apžvalgos duomenimis, 2016 m. ir 2019 m. buvo išleistos didžiausios lėšų sumos viešinimui per visą analizuojamąjį laikotarpį. Viešinimo ir informavimo paslaugų pirkimo sutartys neturėtų būti skiriamos politinei reklamai, todėl labai svarbu, kad šių paslaugų pirkimų procedūrų ir sutarčių vykdymo duomenys būtų prieinami savalaikiai ir kuo patogesniu formatu, su paslaugų teikėju būtų atsiskaitoma už galutinį rezultatą, kad nebūtų pagrindo įtarti, jog biudžeto lėšos yra skiriamos ne sutartyje numatytiems tikslams.

Tarnyba tikisi, kad ši apžvalga ir atviri duomenys, kurių pagrindu ji buvo atlikta, padės užtikrinti didesnę skaidrumą viešinimo ir informavimo paslaugų srityje bei pagelbės planuojantiems ir perkantiems šias paslaugas tai atlikti labiau apgalvotai, palyginti savo išleistas lėšas su kitų šalies pirkimų vykdytojų analogiškų pirkimų apimtimi ir priimti tinkamus sprendimus, o visuomenės atstovams padės geriau suprasti, kaip viešinimui leidžiamos mokesčių mokėtojų lėšos.

1 Informacija apie mažos vertės pirkimus skelbiama metinėse pirkimų ataskaitose sumine išraiška, todėl nėra galimybės ją detalizuoti pagal atskiras sutartis, jas laimėjusius tiekėjus.

2 <https://vpt.lrv.lt/viesinimo-paslaugos>

# VIEŠINIMO IR INFORMAVIMO PASLAUGŲ PIRKIMŲ APIMTIS 2010–2014 M. IR 2015–2020 M.

## Duomenų šaltinis

2010–2014 m. informacija parengta pagal viešojo pirkimo ir pirkimo procedūrų ataskaitų, kurias pirkimų vykdytojai<sup>3</sup> pateikė Tarnybai ir paskelbė CVP IS, duomenis. Duomenis apie mažos vertės pirkimus, įvykdytus per aukščiau nurodytą laikotarpį, pirkimų vykdytojai pateikė sumine išraiška, todėl nėra galimybės nustatyti mažos vertės viešinio paslaugų pirkimų apimtys.

2015–2020<sup>4</sup> m. informacija parengta pagal pirkimų vykdytojų CVP IS sutarčių viešinio posistemėje paskelbtų sutarčių duomenis. Analizei buvo pasirinktas CVP IS sutarčių viešinio posistemės duomenų šaltinis, nes čia, priešingai nei viešojo pirkimo ir pirkimo procedūrų ataskaitose, kaupiami duomenys ir apie mažos vertės pirkimų sutartis, kurios dažnu atveju sudaromos įsigyjant viešinio paslaugas.

## Duomenų patikimumas ir interpretavimas

Dėl apžvalgai parengti naudojamų skirtingų duomenų šaltinių ir juose kaupiamos skirtingos duomenų struktūros ne visa 2010–2014 ir 2015–2020 m. laikotarpių informacija palyginama, todėl detalesnė sutarčių informacijos analizė buvo atlikta, naudojant 2015–2020 m. sutarčių duomenis, o 2010–2014 m. duomenys buvo naudojami bendroms tendencijoms nustatyti. Viešinio ir informavimo paslaugų sutarčių duomenys yra tokie, kokius pirkimų vykdytojai paskelbė CVP IS. Išlieka klaidų, netikslumų tikimybė. Taip pat, svarbu atkreipti dėmesį, kad apibendrinant sutarčių duomenis už 2015–2020 m. laikotarpį, nebuvo atsižvelgta į sutarčių vykdymo aplinkybės – ar po sutarties paskelbimo CVP IS, sutartis nebuvo nutraukta, ar ji buvo įvykdyta pilnai. Į analizę CVP IS skelbiami sutarčių pakeitimai neįtraukti. Į bendrą 2015–2020 m. apimtį įtrauktos visų tipų sutartys – įprastos,

preliminariosios ir jų pagrindu sudarytos pagrindinės sutartys. Jei preliminarioji sutartis sudaryta su keliais atskirais tiekėjais ir paskelbtos atskiros tos pačios vertės sutartys dėl to paties sutarties objekto, į bendrą vertę įtraukta tik vienos sutarties vertė, o į bendrą sutarčių skaičių įtrauktos visos preliminariosios sutartys. Dėl nepakankamos sutarties informacijos, ne visais atvejais pavyko nustatyti, kokio tipo sutartis – įprasta, preliminarioji, ar pagrindinė, taip pat sutinkami atvejai, kuomet pirkimų vykdytojas sudarytos sutarties vertę nurodė 0 – dėl šių aplinkybių kai kuriais informacijos pjūviais galimi netikslumai.

## Duomenų imties nustatymas

Viešinio paslaugų pirkimų atranka buvo vykdoma, vadovaujantis Tarnybos parengtomis gairėmis „Viešinio paslaugų pirkimai“ (2020 m. redakcija)<sup>5</sup>. Sutartys viešinio ir informavimo sektoriui buvo priskiriamos pagal sutarčiai pirkimų vykdytojo priskirtą pagrindinį Bendrojo viešųjų pirkimų žodyno (toliau – BVPŽ) kodą, bei papildomai analizuojant sutarties objektą, o kai kuriais atvejais ir pačią sutartį. Pagal CVP IS kaupiamų duomenų bazės struktūrą nėra numatyta paslaugų grupė „Viešinio ir informavimo paslaugos“, todėl šios paslaugų grupės apimtį sistemaiškai nustatyti sudėtinga, atrankos proceso pilnai automatizuoti nėra galimybės. Dėl šios priežasties, jei pirkimų vykdytojas nepakankamai atsakingai sutarčiai priskyrė pagrindinį BVPŽ kodą, ar sutarties objektą nurodė apibendrintai ir iš sutarties objekto pavadinimo sunku spręsti, kad sutartis priskirtina Viešinio ir informavimo pirkimams, ji galėjo nepatekti į šiai analizei naudotų sutarčių imtį.

<sup>3</sup> Perkančiosios organizacijos ir perkantieji subjektai.

<sup>4</sup> Iki 2020-05-31 pavišintos sutartys.

<sup>5</sup> [https://vpt.lrv.lt/uploads/vpt/documents/files/mp/viesinimo\\_paslaugu\\_gaires.pdf](https://vpt.lrv.lt/uploads/vpt/documents/files/mp/viesinimo_paslaugu_gaires.pdf).

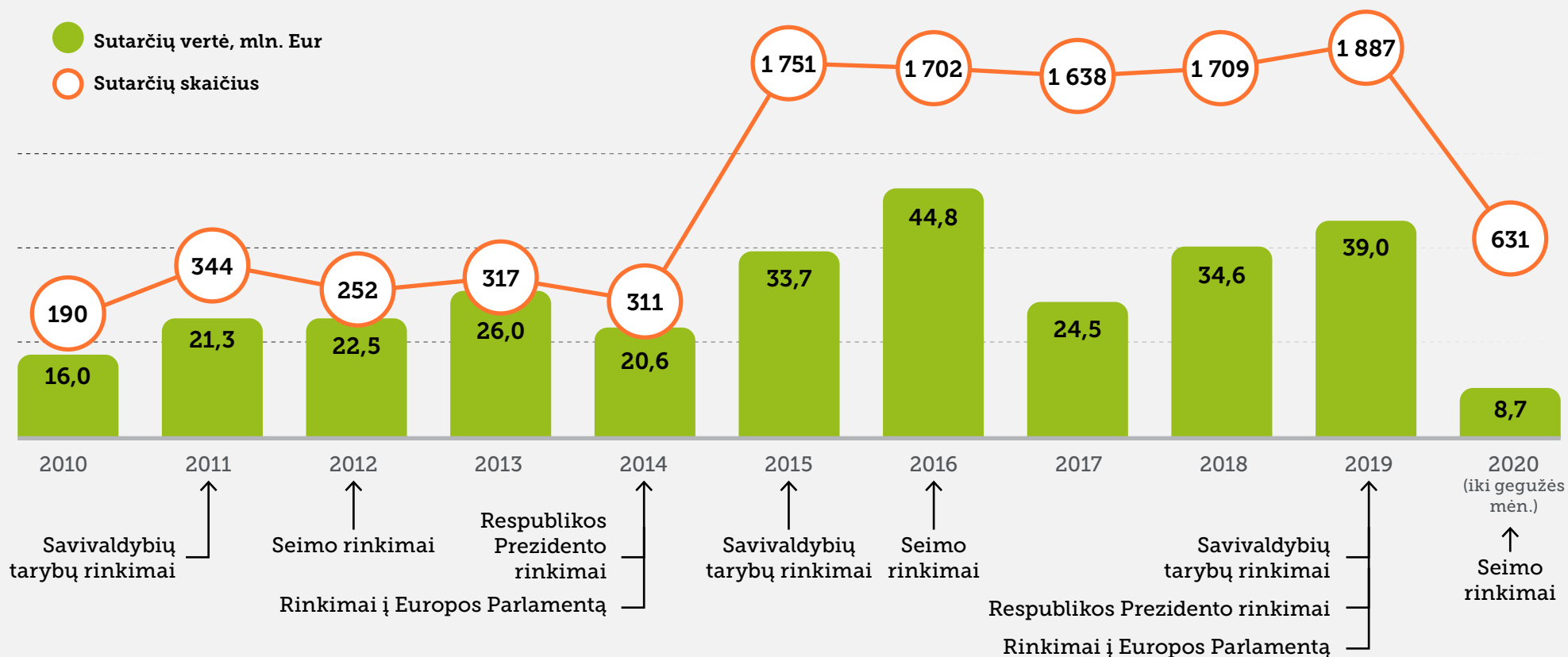


## Viešinimo ir informavimo paslaugų pirkimų apimties dinamika 2010–2014 m.<sup>6</sup> ir 2015–2020 m.<sup>7</sup>

Per metus<sup>8</sup> viešinimo ir informavimo paslaugoms išleidžiama vidutiniškai 35,3 mln. Eur ir sudaromos 1 737 sutartys.

Daugiausiai lėšų viešinimo ir informavimo paslaugoms analizuojamuoju laikotarpiu buvo išleista 2016 ir 2019 metais.

1 pav. Viešinimo ir informavimo paslaugų pirkimų vertės ir sutarčių skaičiaus dinamika 2010–2020 m.



6 Pirkimų vykdytojų CVP IS paskelbtų pirkimo procedūrų ataskaitų duomenimis, be mažos vertės pirkimų.

7 Pirkimų vykdytojų CVP IS paskelbtų visų tipų sutarčių, įskaitant mažos vertės, duomenimis.

8 2015–2019 m. laikotarpiu.

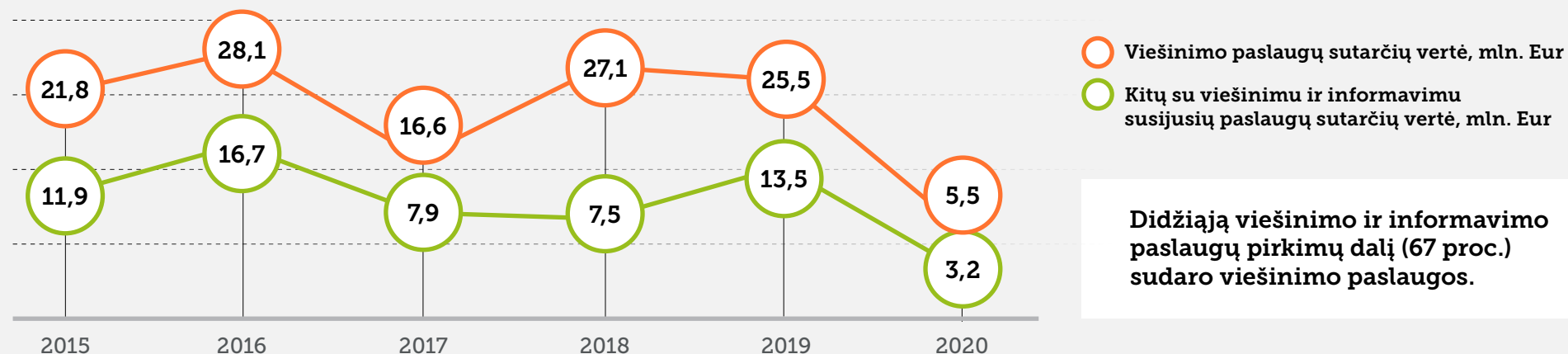
## Viešinimo ir informavimo paslaugų pirkimai pagal paslaugų grupes<sup>9</sup> 2015–2020 m.<sup>10</sup>

Viešinimo ir informavimo paslaugos buvo išskirtos į **dvi pagrindines grupes – Viešųjų ryšių, informacijos skelbimo žiniasklaidos priemonėse, reklamos, rinkodaros ir susijusių paslaugų (toliau – viešinimo paslaugos)**, kuriai priskirtos viešinimo priemonių sukūrimo, informavimo ir viešinimo paslaugos, viešinimo strategijų kūrimo ir įgyvendinimo paslaugos, reklamos vietos spaudoje, radijuje, televizijoje ir kituose viešinimo kanaluose pirkimo paslaugos, žinių agentūrų paslaugos, informavimui ir reklamai skirtų produktų gamybos bei pan. paslaugos ir **kitų su viešiniu ir informavimu susijusių paslaugų**, kuriai priskirtos mokymų bei renginių, susijusių su viešiniu ir informavimu, organizavimo paslaugos (parodos, mugės ir pan. renginiai), kitų viešinimo priemonių (leidinių, skrajučių, lankstinukų, lipdukų ir pan.) kūryba, gamyba, platinimas, **grupės**.

1 lentelė. Viešinimo ir informavimo paslaugų pirkimai pagal paslaugų grupes

Paslaugų grupė	2015	2016	2017	2018	2019	2020	Iš viso, mln. Eur	Iš viso, proc.
Viešųjų ryšių, informacijos skelbimo žiniasklaidos priemonėse, reklamos, rinkodaros ir susijusių paslaugos	21,8	28,1	16,6	27,1	25,5	5,5	<b>124,6</b>	<b>67,2%</b>
Kitos su viešiniu ir informavimu susijusios paslaugos	11,9	16,7	7,9	7,5	13,5	3,2	<b>60,7</b>	<b>32,8%</b>
<b>Iš viso:</b>	<b>33,7</b>	<b>44,8</b>	<b>24,5</b>	<b>34,6</b>	<b>39,0</b>	<b>8,7</b>	<b>185,3</b>	<b>100,0%</b>

2 pav. Viešinimo ir informavimo paslaugų pirkimai pagal paslaugų grupes

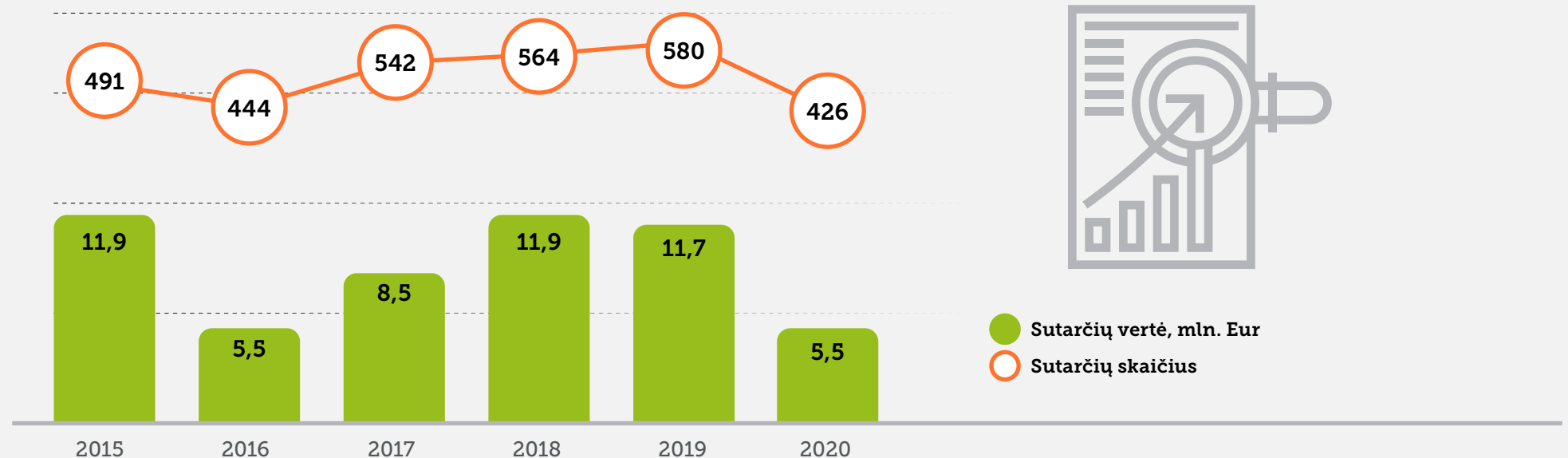


<sup>9</sup> Į pirkimų apimtį įtrauktos visos sutartys: preliminarinės ir pagrindinės. Jei preliminarioji sutartis sudaryta su keliais atskirais tiekėjais ir paskelbtos atskiros tos pačios vertės sutartys dėl to paties sutarties objekto, į bendrą vertę įtraukta tik vienos sutarties vertė, o į bendrą sutarčių skaičių įtrauktos visos preliminarinės sutartys.

<sup>10</sup> T. p., kaip <sup>4</sup>.

## Viešinimo paslaugų pirkimų apimties dinamika 2015–2020 m.<sup>11</sup> sausio – gegužės mėn.

3 pav. Viešinimo paslaugų sutarčių vertės ir skaičiaus dinamika 2015–2020 m. sausio – gegužės mėn.

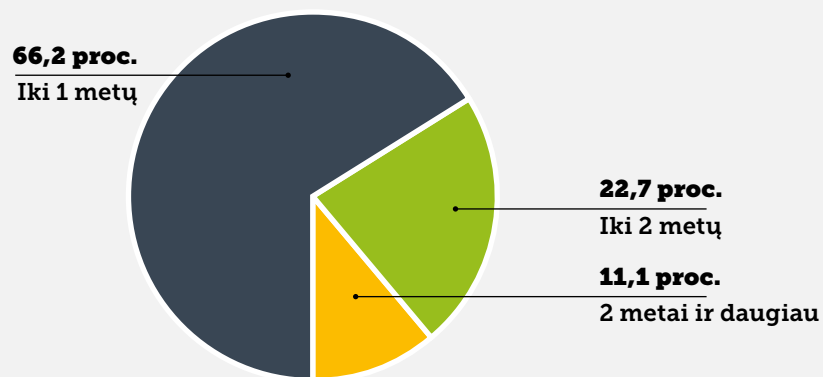


2015–2020 m. sausio – gegužės mėnesiais įvykdytų viešinimo paslaugų dinamika rodo, jog šiuo laikotarpiu kiekvienais metais sudarytų sutarčių vertė siekė apie 50 proc. visų per metus sudarytų sutarčių vertės, išskyrus 2016 m., kuomet viešinimo paslaugoms buvo išleista daugiausiai lėšų per visa analizuojamąjį laikotarpį, o sausio – gegužės mėn. sudaryta tik apie 20 proc. visos per metus sudarytų sutarčių vertės.

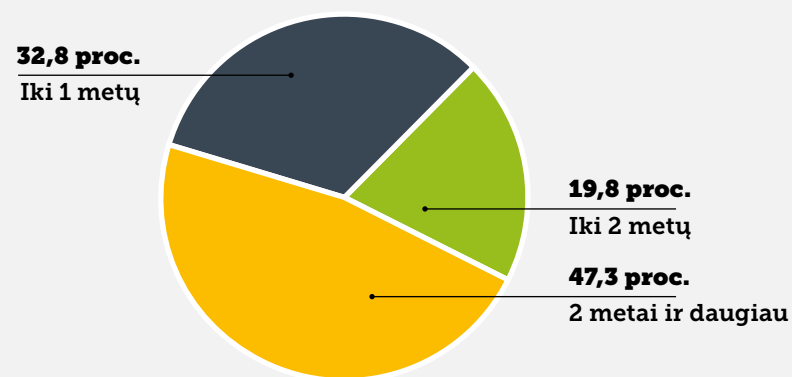
<sup>11</sup> Pirkimų vykdytojų CVP IS paskelbtų visų tipų sutarčių, įskaitant mažos vertės, duomenimis.

## Viešinimo paslaugų pirkimų sutartys pagal trukmės ir verčių intervalus 2015–2020 m.

4 pav. Viešinimo paslaugų sutarčių skaičiaus pasiskirstymas pagal trukmę 2015–2020 m., proc.

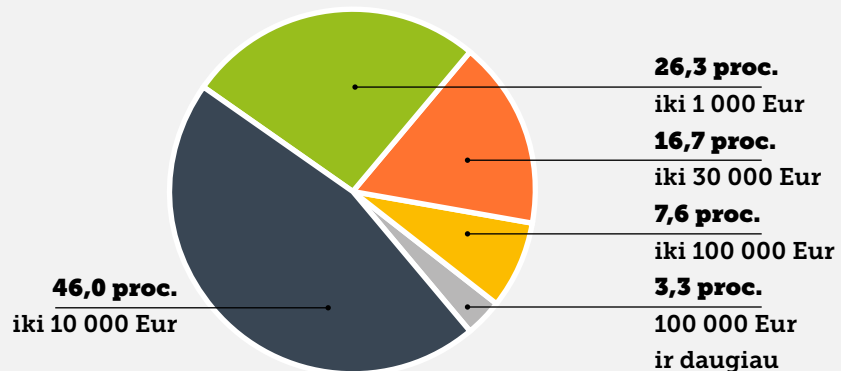


5 pav. Viešinimo paslaugų sutarčių vertės pasiskirstymas pagal trukmę 2015–2020 m., proc.

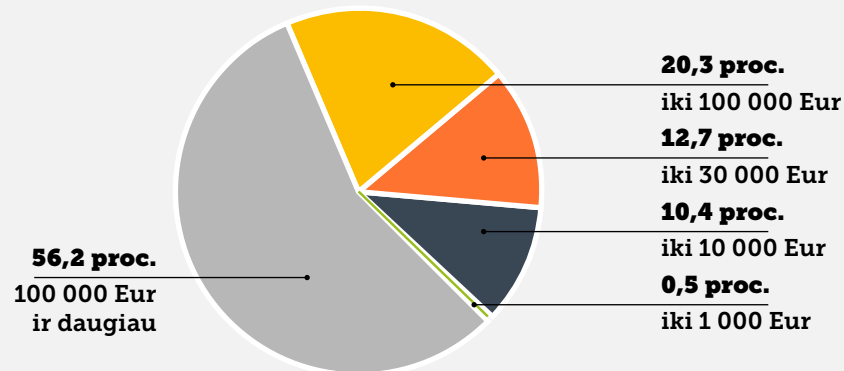


Dažniausiai viešinimo paslaugų sutartys sudaromos iki vienerių metų trukmei – apie 66 proc. sutarčių. Iš jų – daugiau nei 70 proc. trukmė iki pusės metų. Pagal sutarčių vertę didžiausią dalį sudaro 2 metų ir ilgesnės trukmės sutartys – apie 47 proc. sutarčių vertės.

6 pav. Viešinio paslaugų sutarčių skaičiaus pasiskirstymas pagal sutarčių vertės intervalą 2015–2020 m., proc.



7 pav. Viešinio paslaugų sutarčių vertės pasiskirstymas pagal sutarčių vertės intervalą 2015–2020 m., proc.



Viešinio paslaugų sutartys, kurių vertė iki 10 000 Eur sudaro apie 72 proc. visų sutarčių skaičiaus ir apie 11 proc. sutarčių vertės. Sutartys, kurių vertė siekė 100 000 Eur ir daugiau, pagal vertę sudarė daugiau nei pusę visų viešinio paslaugų sutarčių vertės – 56 proc., o pagal skaičių apie 3 proc. visų sutarčių.

# VIEŠINIMO IR INFORMAVIMO PASLAUGŲ PIRKĖJAI

## Pirkimų vykdytojų skaičiaus dinamika

8 pav. Pirkimų vykdytojų skaičiaus dinamika pagal paslaugų grupes

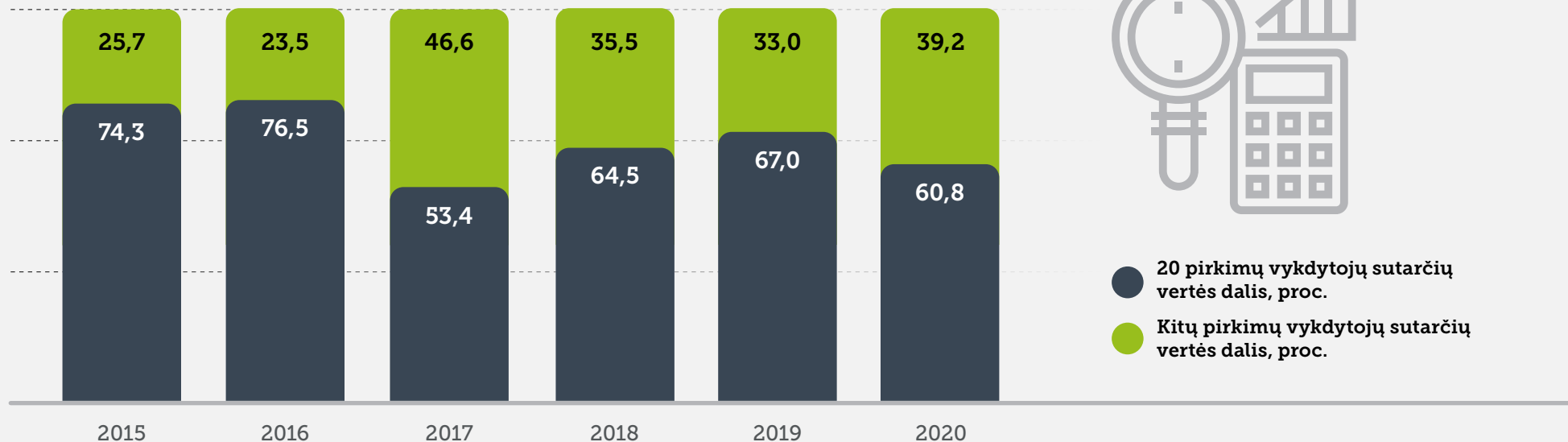


2015–2019 m. laikotarpiu pirkimų vykdytojų, pirkusių viešinio ir informavimo paslaugas, skaičius išaugo beveik 15 proc.

Dėl viešinio ir informavimo paslaugų sutartis 2015–2020 m. laikotarpiu sudarė 989 skirtingi pirkimų vykdytojai, iš jų – 809 dėl viešinio paslaugų.

## Didžiausi pirkimų vykdytojai pagal sudarytų sutarčių vertę

9 pav. Viešinimo paslaugų sutarčių vertė pagal pirkimų vykdytojus, proc.



**20 didžiausių pagal sudarytų sutarčių vertę pirkimų vykdytojų 2015–2020 m. laikotarpiu sudarė apie 66 proc. visų viešinimo paslaugų sutarčių vertės. Likę 789 pirkimų vykdytojai dalijosi apie 34 proc. sutarčių vertės.**

Daugiausiai sutarčių pagal vertę 2015–2020 m. laikotarpiu tiek dėl viešinimo ir informavimo paslaugų bendrai, tiek dėl viešinimo paslaugų sudarė Lietuvos automobilių kelių direkcija prie Susisiekimo ministerijos ir Lietuvos Respublikos (toliau – LR) žemės ūkio ministerija. Didžiausių pirkimų vykdytojų pagal sudarytų sutarčių vertę sąrašai pridedami šios apžvalgos 3 priede.<sup>12</sup>

12 9 pav. 20 didžiausių pagal sudarytų sutarčių vertę pirkimų vykdytojų sutarčių vertės dalis nustatyta pagal kiekvienais atskirais metais sudarytų sutarčių vertės pasiskirstymą, o 3 priede – pagal sutarčių vertės pasiskirstymą 2015–2020 m. laikotarpiu.

## Viešinimo ir informavimo paslaugų pirkimų pasiskirstymas pagal pirkėjų tipus

Viešinimo ir informavimo paslaugų analizė pagal pirkimų vykdytojų tipus<sup>13</sup> parodė, jog apie pusę (45 proc.) visų viešinimo paslaugų įsigyja centrinių valstybinio administravimo subjektų sistemai priklausančios perkančiosios organizacijos (išskyrus krašto apsaugos sistemos karinius vienetus ir tarnybas) (toliau – centrinių valstybinio administravimo subjektų sistemai priklausančios perkančiosios organizacijos), kurioms priskiriamos – LR Prezidento kanceliarija, LR Seimo kanceliarija ir Seimui atskaitingos institucijos, LR Vyriausybės kanceliarija ir Vyriausybei atskaitingos institucijos, LR ministerijos, įstaigos prie ministerijų ir kt.

**Beveik pusę (45,4 proc.) viešinimo paslaugų pagal vertę įsigijo centrinių valstybinio administravimo subjektų sistemai priklausančios 97 perkančiosios organizacijos.**

**Pagal viešinimo paslaugų sutarčių skaičių apie pusę (49,1 proc.) visų sutarčių sudaro kitos 502 klasikinio sektoriaus perkančiosios organizacijos (be centrinio ir savivaldybių ar teritorinio administravimo sistemai priklausančių perkančiųjų organizacijų).**

2 lentelė. Viešinimo ir informavimo paslaugų pirkimų apimtis pagal pirkimų vykdytojų tipus 2015–2020 m.

Pirkimų vykdytojo tipas	Viešinimo ir informavimo paslaugų 2015–2020 m. sudarytų sutarčių				Iš jų – viešinimo paslaugų 2015–2020 m. sudarytų sutarčių			
	vertė mln. Eur	vertės dalis, proc.	skaičius	skaičiaus dalis, proc.	vertė mln. Eur	vertės dalis, proc.	skaičius	skaičiaus dalis, proc.
Centrinių valstybinio administravimo subjektų sistemai priklausančios perkančiosios organizacijos	80,3	43,3%	1 938	20,8%	56,6	45,4%	1 234	20,2%
Savivaldybių ar teritorinio valstybinio administravimo subjektai	20,0	10,8%	1 677	18,0%	15,3	12,3%	1 198	19,7%
Kitos klasikinio sektoriaus perkančiosios organizacijos	59,6	32,2%	4 737	50,8%	34,9	28,0%	2 995	49,1%
Komunalinio sektoriaus perkantieji subjektai	25,4	13,7%	966	10,4%	17,8	14,3%	667	10,9%
<b>Iš viso:</b>	<b>185,3</b>	<b>100,0%</b>	<b>9 318</b>	<b>100,0%</b>	<b>124,6</b>	<b>100,0%</b>	<b>6 094</b>	<b>100,0%</b>

<sup>13</sup> Pirkimų vykdytojai suskirstyti pagal tipus, vadovaujantis Viešųjų pirkimų ir pirkimų ataskaitų rengimo ir teikimo tvarkos aprašu, patvirtintu Viešųjų pirkimų tarnybos direktoriaus 2017 m. birželio 6 d. įsakymu Nr. 1S-80 (4 priedas) (<https://www.e-tar.lt/portal/lt/legalact/784977e04b7f11e7846ef01bfff9b64/asr>). Pirkimų vykdytojo tipas apžvalgoje nurodytas toks, kokį pirkimų vykdytojas nurodė CVP IS, skelbdamas pirkimų procedūrą ar metines pirkimų ataskaitas.



## Centrinių valstybinio administravimo sistemai priklausančių perkančiųjų organizacijų viešinio paslaugų pirkimai

3 lentelė. Centrinių valstybinio administravimo sistemai priklausančių perkančiųjų organizacijų sudarytų viešinio paslaugų pirkimų sutarčių vertės pasiskirstymas pagal perkančiąsias organizacijas 2015–2020 m.

Pirkimų vykdytojo pavadinimas	Viešinio paslaugų 2015–2020 m. sudarytų sutarčių vertė, mln. Eur							Viešinio paslaugų 2015–2020 m. sudarytų sutarčių vertės dalis, proc.						
	2015	2016	2017	2018	2019	2020	Iš viso	2015	2016	2017	2018	2019	2020	Iš viso
Lietuvos automobilių kelių direkcija prie Susisiekimo ministerijos	2,6	5,2	0,2	-	2,5	-	<b>10,5</b>	22,2%	28,4%	4,3%	-	30,1%	-	<b>18,6%</b>
LR žemės ūkio ministerija	0,1	1,2	0,1	5,5	0,1	-	<b>6,9</b>	0,9%	6,6%	2,2%	44,0%	1,2%	-	<b>12,2%</b>
LR aplinkos ministerija	0,4	4,2	0,6	0,2	0,6	-	<b>5,9</b>	3,4%	23,0%	13,0%	1,6%	7,2%	-	<b>10,4%</b>
Nacionalinė mokėjimo agentūra prie Žemės ūkio ministerijos	4,6	-	0,1	1,2	-	-	<b>5,8</b>	39,3%	-	2,2%	9,6%	-	-	<b>10,2%</b>
LR Vyriausybės kanceliarija	0,2	0,3	0,1	1,6	1,3	0,1	<b>3,6</b>	1,7%	1,6%	2,2%	12,8%	15,7%	7,7%	<b>6,4%</b>
Valstybinis turizmo departamentas prie Ūkio ministerijos	0,1	2,0	1,2	0,2	-	-	<b>3,5</b>	0,9%	10,9%	26,1%	1,6%	-	-	<b>6,2%</b>
Valstybinė mokesčių inspekcija prie LR finansų ministerijos	0,2	0,4	0,2	0,3	0,9	0,2	<b>2,2</b>	1,7%	2,2%	4,3%	2,4%	10,8%	15,4%	<b>3,9%</b>
LR ekonomikos ir inovacijų ministerija	0,6	1,0	0,3	-	-	0,4	<b>2,2</b>	5,1%	5,5%	6,5%	-	-	30,8%	<b>3,9%</b>
LR susisiekimo ministerija	0,1	0,7	-	0,5	-	-	<b>1,4</b>	0,9%	3,8%	-	4,0%	-	-	<b>2,5%</b>
LR socialinės apsaugos ir darbo ministerija	0,2	0,2	0,2	0,3	0,4	0,1	<b>1,4</b>	1,7%	1,1%	4,3%	2,4%	4,8%	7,7%	<b>2,5%</b>
<b>10 pirkimų vykdytojų:</b>	<b>9,1</b>	<b>15,2</b>	<b>3,0</b>	<b>9,8</b>	<b>5,8</b>	<b>0,8</b>	<b>43,4</b>	<b>77,8%</b>	<b>83,1%</b>	<b>65,2%</b>	<b>78,4%</b>	<b>69,9%</b>	<b>61,5%</b>	<b>76,7%</b>
<b>Kiti pirkimų vykdytojai (87):</b>	<b>2,6</b>	<b>3,1</b>	<b>1,6</b>	<b>2,7</b>	<b>2,5</b>	<b>0,5</b>	<b>13,2</b>	<b>22,2%</b>	<b>16,9%</b>	<b>34,8%</b>	<b>21,6%</b>	<b>30,1%</b>	<b>38,5%</b>	<b>23,3%</b>
<b>Iš viso (97):</b>	<b>11,7</b>	<b>18,3</b>	<b>4,6</b>	<b>12,5</b>	<b>8,3</b>	<b>1,3</b>	<b>56,6</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>

2015–2020 m. tarp didžiausių centrinių valstybinio administravimo sistemai priklausančių perkančiųjų organizacijų pagal sudarytų sutarčių vertę – **LR ministerijos ir joms pavaldžios institucijos, LR Vyriausybės kanceliarija.**

**10** didžiausių perkančiųjų organizacijų pagal sudarytų sutarčių vertę sudarė **apie 77 proc.** visų šios perkančiųjų organizacijų grupės viešinio paslaugų pirkimų vertės.

Tarp 15 didžiausios vertės 2015–2020 m. sudarytų sutarčių – Nacionalinės mokėjimo agentūros prie Žemės ūkio ministerijos 4,6 mln. Eur vertės Visuomenės informavimo kampanijos parengimo ir įgyvendinimo paslaugų sutartis; 3 LR Žemės ūkio ministerijos sutartys dėl visuomenės informavimo kampanijos, informacijos rengimo ir viešinimo įvairiuose nacionaliniuose informacijos viešinimo kanaluose, kurių bendra vertė – 5,9 mln. Eur; Lietuvos automobilių kelių direkcijos prie Susisiekimo ministerijos 3 sutartys dėl Vaizdo klipų ir reportažų saugaus eismo tema sukūrimo ir transliavimo televizijose paslaugų, Saugaus eismo informacijos interneto naujiųjų portaluose parengimo ir skelbimo paslaugų, kurių bendra vertė – 2,7 mln. Eur; LR Vyriausybės kanceliarijos 2 sutartys dėl Kibernetinių ir informacinių atsparumą skatinančios visuomenės informavimo kampanijos internetinėje žiniasklaidoje įgyvendinimo paslaugų, kurių bendra vertė – 1,5 mln. Eur (žiūr. 4 lent.).

4 lentelė. **Centrinių valstybinio administravimo sistemai priklausančių perkančiųjų organizacijų didžiausios vertės viešinimo paslaugų sutartys, 2015–2020 m.**

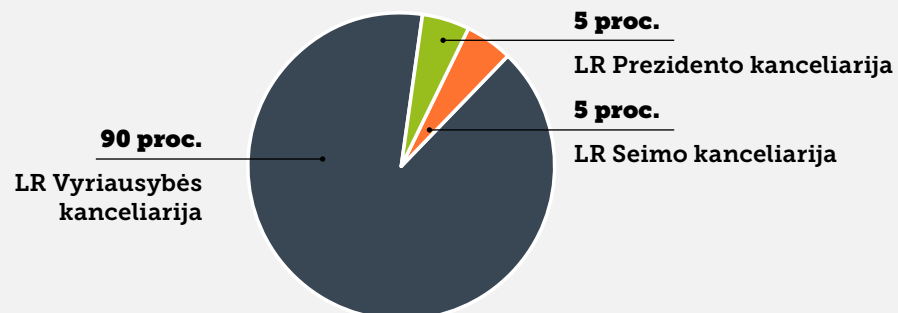
Eil. Nr.	Metai	Pirkimo objekto pavadinimas	Pirkimų vykdytojo pavadinimas	Tiekėjo pavadinimas	Sudarytų sutarčių vertė, mln. Eur	Sudarytų sutarčių vertė, proc.
1	2015	Visuomenės informavimo kampanijos parengimo ir įgyvendinimo paslaugų pirkimas	Nacionalinė mokėjimo agentūra prie Žemės ūkio ministerijos	UAB „Fabula ir partneriai“	4,6	8,0%
2	2018	Visuomenės informavimo kampanijos integruotos internetinės komunikacijos kanaluose, nacionaliniuose spaudos leidiniuose, nacionaliniuose televizijos kanaluose, radijuje parengimo ir įgyvendinimo paslaugų pirkimas	LR žemės ūkio ministerija	Ūkio subjektų grupė: UAB Informacijos vadybos agentūra; UAB „GoMedia“	3,8	6,6%
3	2016	Visuomenės informavimo kampanijos nacionaliniuose spaudos leidiniuose, nacionaliniuose televizijos kanaluose, radijuje ir internete parengimo ir įgyvendinimo paslaugų pirkimas	LR žemės ūkio ministerija	Ūkio subjektų grupė: UAB „Creator“; UAB „CARAT“	1,2	2,1%
4	2016	Vaizdo klipų transliavimo ir reportažų saugaus eismo tema sukūrimo ir transliavimo televizijose paslaugos	Lietuvos automobilių kelių direkcija prie Susisiekimo ministerijos	UAB „Laisvas ir nepriklausomas kanalas“	1,1	1,9%
5	2018	Informacijos rengimo ir publikavimo šalies regioniniuose ir vietiniuose prenumeruojamuose laikraščiuose paslaugų pirkimas	LR žemės ūkio ministerija	UAB „Santarvės laikraštis“	0,9	1,6%
6	2016	Ūkio ministerijos administruojamų Europos Sąjungos investicijų informavimo ir komunikacijos paslaugų pirkimas	LR ekonomikos ir inovacijų ministerija	UAB „Gravitas Partners“	0,9	1,6%
7	2016	Vaizdo klipų transliavimo ir reportažų saugaus eismo tema sukūrimo ir transliavimo televizijose paslaugos	Lietuvos automobilių kelių direkcija prie Susisiekimo ministerijos	UAB All Media Lithuania	0,8	1,4%
8	2018	Kibernetinių ir informacinių atsparumą skatinančios visuomenės informavimo kampanijos internetinėje žiniasklaidoje įgyvendinimo paslaugos	LR Vyriausybės kanceliarija	Ūkio subjektų grupė: UAB „CARAT“; UAB „INTEGRITY PR“	0,8	1,4%

Eil. Nr.	Metai	Pirkimo objekto pavadinimas	Pirkimų vykdytojo pavadinimas	Tiekėjo pavadinimas	Sudarytų sutarčių vertė, mln. Eur	Sudarytų sutarčių vertė, proc.
9	2019	Sąmoningumo ugdymo, mažinant šešėlinę ekonomiką, kampanijos viešinimo paslaugų viešasis pirkimas	Valstybinė mokesčių inspekcija prie LR finansų ministerijos	UAB „Fabula ir partneriai“	0,8	1,4%
10	2016	Saugaus eismo informacijos interneto naujienų portaluose parengimo ir skelbimo paslaugos	Lietuvos automobilių kelių direkcija prie Susisiekimo ministerijos	Ūkio subjektų grupė: UAB All Media Lithuania; UAB „15min“; UAB „Lrytas“; DELFI, UAB	0,8	1,4%
11	2019	Kibernetinį ir informacinį atsparumą skatinančios visuomenės informavimo kampanijos internetinėje žiniasklaidoje įgyvendinimo paslaugos	LR Vyriausybės kanceliarija	Ūkio subjektų grupė: UAB „CARAT“; UAB „INTEGRITY PR“	0,7	1,2%
12	2016	2014-2020 m. ES fondų investicijų veiksmų programos įgyvendinimo ir finansavimo galimybių komunikacija	LR finansų ministerija	Ūkio subjektų grupė: UAB „Idea prima“; UAB „Inspired Communications“	0,7	1,2%
13	2016	Viešųjų renginių, skirtų atliekų susidarymo mažinimui ir prevencijai populiarinti ir skatinti, organizavimo paslaugų pirkimas	LR aplinkos ministerija	Ūkio subjektų grupė: UAB „Idea prima“; UAB „OVERDRAIVAS“	0,7	1,2%
14	2016	Projekto „Visuomenės informavimas ir švietimas apie aplinką ir darnų vystymąsi“ neformalių pamokų, seminarų ir viešųjų akcijų organizavimo paslaugų pirkimas	LR aplinkos ministerija	UAB „Idea prima“	0,7	1,2%
15	2018	Visuomenės informavimo kampanijos nacionalinėje spaudoje ir interneto portaluose įgyvendinimo paslaugos	Nacionalinė mokėjimo agentūra prie Žemės ūkio ministerijos	UAB „VIP Viešosios informacijos partneriai“ (dabar UAB „Berta And“)	0,7	1,2%
<b>15 didžiausios vertės sutarčių:</b>					<b>19,2</b>	<b>33,3%</b>
<b>Kitos (1 219) sutarčių:</b>					<b>38,5</b>	<b>66,7%</b>
<b>Iš viso (1 234) sutarčių:</b>					<b>57,7</b>	<b>100,0%</b>

## Centrinės valdžios institucijų viešinimo ir informavimo paslaugų pirkimai

10 pav. Centrinės valdžios institucijų viešinimo paslaugų sutarčių vertės pasiskirstymas 2015–2020 m., proc.

Centrinės valdžios institucijų – LR Prezidento kanceliarijos, LR Seimo kanceliarijos ir LR Vyriausybės kanceliarijos – tarpe daugiausiai viešinimo paslaugų įsigijo **LR Vyriausybės kanceliarija – 90 proc.** šių trijų institucijų dėl viešinimo paslaugų sudarytų sutarčių vertės.



5 lentelė. Centrinės valdžios institucijų viešinimo paslaugų pirkimų apimtis 2015–2020 m.

Pirkimų vykdytojo pavadinimas	Viešinimo paslaugų 2015–2020 m. sudarytų sutarčių vertė, mln. Eur							Viešinimo paslaugų 2015–2020 m. sudarytų sutarčių vertės dalis, proc.						
	2015	2016	2017	2018	2019	2020	Iš viso	2015	2016	2017	2018	2019	2020	Iš viso
LR Prezidento kanceliarija	0,1	-	-	0,1	-	-	<b>0,2</b>	0,9%	-	-	0,8%	-	-	0,4%
LR Vyriausybės kanceliarija	0,2	0,3	0,1	1,6	1,3	0,1	<b>3,6</b>	1,7%	1,6%	2,2%	12,8%	15,7%	7,7%	6,4%
LR Seimo kanceliarija	0,2	-	-	0,1	-	-	<b>0,2</b>	1,7%	-	-	0,8%	-	-	0,4%
<b>3 pirkimų vykdytojai:</b>	<b>0,5</b>	<b>0,3</b>	<b>0,1</b>	<b>1,8</b>	<b>1,3</b>	<b>0,1</b>	<b>4,0</b>	<b>4,3%</b>	<b>1,6%</b>	<b>2,2%</b>	<b>14,4%</b>	<b>15,7%</b>	<b>7,7%</b>	<b>7,1%</b>
<b>Kiti pirkimų vykdytojai (94):</b>	<b>11,2</b>	<b>18,0</b>	<b>4,5</b>	<b>10,7</b>	<b>7,0</b>	<b>1,2</b>	<b>52,6</b>	<b>95,7%</b>	<b>98,4%</b>	<b>97,8%</b>	<b>85,6%</b>	<b>84,4%</b>	<b>92,3%</b>	<b>92,9%</b>
<b>Iš viso (97):</b>	<b>11,7</b>	<b>18,3</b>	<b>4,6</b>	<b>12,5</b>	<b>8,3</b>	<b>1,3</b>	<b>56,6</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>

Centrinių valstybinio administravimo sistemai priklausančių perkančiųjų organizacijų grupėje centrinės valdžios institucijų dėl viešinimo paslaugų 2015–2020 m. sudarytų sutarčių vertė sudarė **apie 7 proc.** visų šios grupės perkančiųjų organizacijų dėl viešinimo paslaugų sudarytų sutarčių vertės.

## Savivaldybių ar teritorinių valstybinio administravimo subjektų viešinimo paslaugų pirkimai

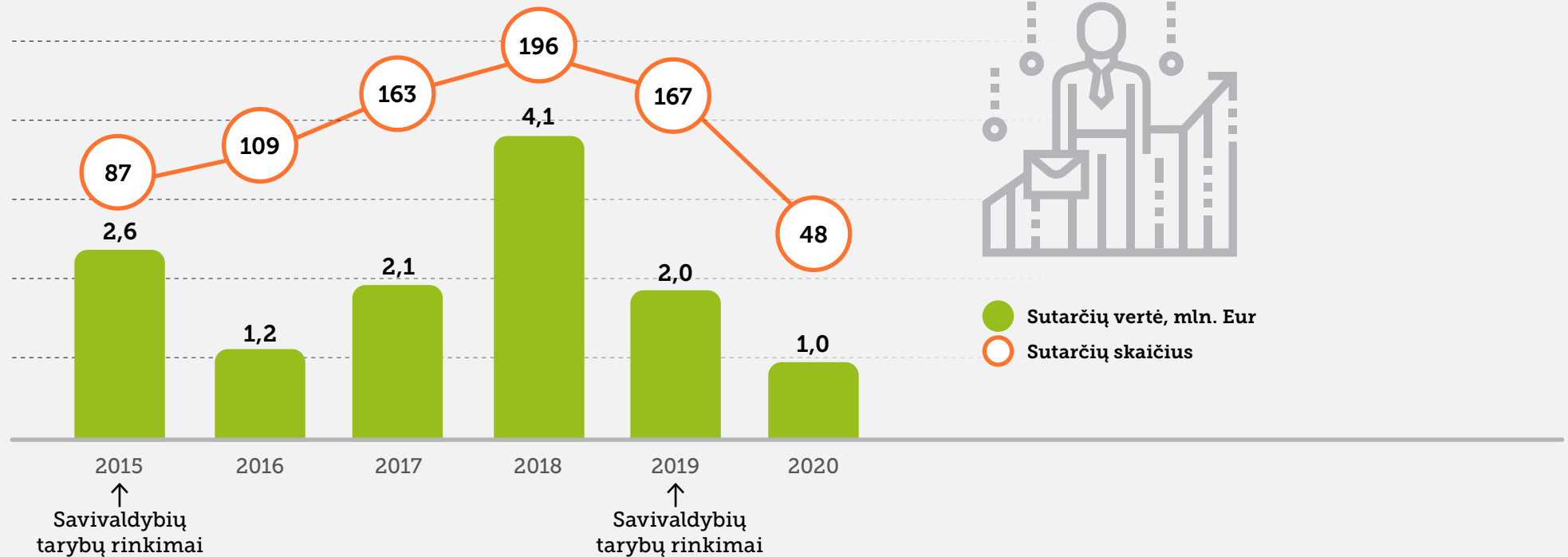
Daugiausiai lėšų viešinimo paslaugoms įsigyti 2015–2020 m. laikotarpiu skyrė **Kauno miesto savivaldybės administracija** – jos sudarytų sutarčių vertė siekė **19,6 proc.** visų savivaldybių ar teritorinio valstybinio administravimo subjektų įsigytų viešinimo paslaugų vertės. Atitinkamai, **Vilniaus miesto savivaldybės administracijos ir Klaipėdos miesto savivaldybės administracijos** – beveik po 8 proc.

6 lentelė. Savivaldybių ar teritorinio valstybinio administravimo subjektų viešinimo paslaugų pirkimų sutarčių vertės pasiskirstymas pagal perkančiąsias organizacijas 2015–2020 m.

Pirkimų vykdytojo pavadinimas	Viešinimo paslaugų 2015–2020 m. sudarytų sutarčių vertė, mln. Eur							Viešinimo paslaugų 2015–2020 m. sudarytų sutarčių vertės dalis, proc.						
	2015	2016	2017	2018	2019	2020	Iš viso	2015	2016	2017	2018	2019	2020	Iš viso
Kauno miesto savivaldybės administracija	1,9	-	0,1	0,7	0,2	0,1	<b>3,0</b>	67,9%	-	4,0%	14,9%	6,7%	9,1%	<b>19,6%</b>
Vilniaus miesto savivaldybės administracija	-	-	0,2	0,5	0,4	0,2	<b>1,2</b>	-	-	8,0%	10,6%	13,3%	18,2%	<b>7,8%</b>
Klaipėdos miesto savivaldybės administracija	-	0,1	0,1	0,5	0,1	0,3	<b>1,2</b>	-	7,7%	4,0%	10,6%	3,3%	27,3%	<b>7,8%</b>
VšĮ „GO Vilnius“	-	-	-	0,3	0,8	0,1	<b>1,2</b>	-	-	-	6,4%	26,7%	9,1%	<b>7,8%</b>
Kauno rajono savivaldybės administracija	0,1	-	0,1	0,3	0,2	-	<b>0,7</b>	3,6%	-	4,0%	6,4%	6,7%	-	<b>4,6%</b>
Vilniaus rajono savivaldybės administracija	0,1	0,1	0,1	0,2	-	0,1	<b>0,6</b>	3,6%	7,7%	4,0%	4,3%	-	9,1%	<b>3,9%</b>
Druskininkų savivaldybės administracija	-	0,1	-	0,1	0,2	-	<b>0,5</b>	-	7,7%	-	2,1%	6,7%	-	<b>3,3%</b>
Utenos rajono savivaldybės administracija	-	0,1	-	0,1	0,1	-	<b>0,4</b>	-	7,7%	-	2,1%	3,3%	-	<b>2,6%</b>
Palangos miesto savivaldybės administracija	-	-	0,2	-	0,1	-	<b>0,4</b>	-	-	8,0%	-	3,3%	-	<b>2,6%</b>
Alytaus miesto savivaldybės administracija	0,1	-	-	0,1	0,1	-	<b>0,4</b>	3,6%	-	-	2,1%	3,3%	-	<b>2,6%</b>
<b>10 pirkimų vykdytojų:</b>	<b>2,2</b>	<b>0,4</b>	<b>0,8</b>	<b>2,8</b>	<b>2,2</b>	<b>0,8</b>	<b>9,6</b>	<b>78,6%</b>	<b>30,8%</b>	<b>32,0%</b>	<b>59,6%</b>	<b>73,3%</b>	<b>72,7%</b>	<b>62,7%</b>
<b>Kiti pirkimų vykdytojai (123):</b>	<b>0,6</b>	<b>0,9</b>	<b>1,7</b>	<b>1,9</b>	<b>0,8</b>	<b>0,3</b>	<b>5,7</b>	<b>21,4%</b>	<b>69,2%</b>	<b>68,0%</b>	<b>40,4%</b>	<b>26,7%</b>	<b>27,3%</b>	<b>37,3%</b>
<b>Iš viso (133):</b>	<b>2,8</b>	<b>1,3</b>	<b>2,5</b>	<b>4,7</b>	<b>3,0</b>	<b>1,1</b>	<b>15,3</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>

Analizuojant savivaldybių viešinimo paslaugų sutarčių vertės dinamiką,  
**didžiausios išlaidos** šioms paslaugoms stebimos **2015 ir 2018 m.**

11 pav. Savivaldybių viešinimo paslaugų pirkimų apimtis 2015–2020 m.



**Didžiausios vertės 2015–2020 m. savivaldybių viešinimo paslaugų sutartys – Kauno miesto savivaldybės administracijos:**

- 2015 m. „Informavimo ir viešinimo paslaugų pirkimas“, sudarius sutartį su **UAB „Point media“** už 1,0 mln. Eur;
- 2015 m. „Informacinių ir reprezentacinių leidinių leidybos ir spausdinimo paslaugų pirkimas“, sudarius sutartį su **AB spaustuve „Titnagas“** už 0,7 mln. Eur;
- 2018 m. „Informavimo ir viešinimo paslaugų pirkimas“, sudarius sutartį su **UAB „Point media“** už 0,6 mln. Eur.

7 lentelė. Savivaldybių ar teritorinio valstybinio administravimo subjektų didžiausios vertės viešinimo paslaugų sutartys, 2015–2020 m.

Eil. Nr.	Metai	Pirkimo objekto pavadinimas	Pirkimų vykdytojo pavadinimas	Tiekėjo pavadinimas	Sudarytų sutarčių vertė, mln. Eur	Sudarytų sutarčių vertė, proc.
1	2015	Informavimo ir viešinimo paslaugų pirkimas	Kauno miesto savivaldybės administracija	UAB „Point media“	1,0	6,5%
2	2015	Informacinių ir reprezentacinių leidinių leidybos ir spausdinimo paslaugų pirkimas	Kauno miesto savivaldybės administracija	AB spaustuvė „Titnagas“	0,7	4,6%
3	2018	Informavimo ir viešinimo paslaugų pirkimas	Kauno miesto savivaldybės administracija	UAB „Point media“	0,6	3,9%
4	2019	Viešųjų ryšių paslaugos	VšĮ „GO Vilnius“	UAB „INTEGRITY PR“	0,3	2,0%
5	2018	Turinio ir internetinės rinkodaros (reklamos) paslaugos	Vilniaus miesto savivaldybės administracija	UAB Du Dvylika	0,3	2,0%
6	2015	Specialios rubrikos spausdinimo nacionaliniame dienraštyje paslaugų pirkimas	Kauno miesto savivaldybės administracija	UAB „LIETUVOS RYTAS“	0,2	1,3%
7	2020	Klaipėdos kultūros komunikacijos programos sukūrimo ir įgyvendinimo 2020–2021 m. paslaugos	Klaipėdos miesto savivaldybės administracija	VšĮ „Klaipėdos šventės“	0,2	1,3%
8	2018	Klaipėdos kultūros viešinimo programos parengimo ir įgyvendinimo paslaugos	Klaipėdos miesto savivaldybės administracija	VšĮ „Klaipėdos šventės“	0,2	1,3%
9	2018	Komunikacija socialiniuose tinkluose	VšĮ „GO Vilnius“	UAB „Open Agency“	0,2	1,3%
10	2018	Klaipėdos miesto ekonominės plėtros galimybių viešinimo kampanijos interneto portaluose ir socialiniuose tinkluose paslauga	Klaipėdos miesto savivaldybės administracija	UAB „Magnet LT“	0,1	0,7%
11	2018	Kauno rajono savivaldybės veiklos informavimas ir viešinimas - informacijos paruošimas ir publikavimas regionų spaudos leidiniuose	Kauno rajono savivaldybės administracija	UAB „Point media“	0,1	0,7%
12	2019	Reklamos įgyvendinimo tarptautiniame interneto kelionių portale paslaugos	VšĮ „GO Vilnius“	TripAdvisor, LTD	0,1	0,7%
13	2019	Viešųjų ryšių agentūros paslaugų pirkimas	Vilniaus miesto savivaldybės administracija	UAB „Gravitas Partners“	0,1	0,7%
14	2020	Informacijos apie svarbiausius sostinėje vykdomus projektus sklaidos planavimo ir viešinimo per žiniasklaidos kanalus paslaugos	Vilniaus miesto savivaldybės administracija	Ūkio subjektų grupė: UAB „CARAT“; UAB „BOSANOVA“	0,1	0,7%
15	2017	Vilniaus miesto savivaldybės viešinimo paslaugų pirkimas	Vilniaus miesto savivaldybės administracija	UAB „Idea prima“	0,1	0,7%
<b>15 didžiausios vertės sutarčių:</b>					<b>4,3</b>	<b>28,1%</b>
<b>Kitos (1 183) sutartys:</b>					<b>11,0</b>	<b>71,9%</b>
<b>Iš viso (1 198) sutartys:</b>					<b>15,3</b>	<b>100,0%</b>

## Kitų klasikinio sektoriaus perkančiųjų organizacijų viešinimo paslaugų pirkimai

8 lentelė. Kitų klasikinio sektoriaus perkančiųjų organizacijų viešinimo paslaugų pirkimų vertės pasiskirstymas pagal perkančiąsias organizacijas

Pirkimų vykdytojo pavadinimas	Viešinimo paslaugų 2015–2020 m. sudarytų sutarčių vertė, mln. Eur							Viešinimo paslaugų 2015–2020 m. sudarytų sutarčių vertės dalis, proc.						
	2015	2016	2017	2018	2019	2020	Iš viso	2015	2016	2017	2018	2019	2020	Iš viso
VšĮ Būsto energijos taupymo agentūra	1,1	1,7	0,6	0,1	1,0	0,1	<b>4,6</b>	26,8%	28,3%	12,2%	1,5%	9,3%	4,0%	<b>13,2%</b>
UAB Verslo aptarnavimo centras	-	-	-	0,2	2,3	-	<b>2,6</b>	-	-	-	3,0%	21,5%	-	<b>7,4%</b>
UAB „Ignitis grupė“	0,6	-	0,1	0,1	1,0	0,4	<b>2,1</b>	14,6%	-	2,0%	1,5%	9,3%	16,0%	<b>6,0%</b>
UAB Lietuvos parodų ir kongresų centras „LITEXPO“	-	0,7	-	0,7	0,1	-	<b>1,5</b>	-	11,7%	-	10,6%	0,9%	-	<b>4,3%</b>
Mokslų, inovacijų ir technologijų agentūra	0,2	0,2	0,3	0,3	0,4	-	<b>1,3</b>	4,9%	3,3%	6,1%	4,5%	3,7%	-	<b>3,7%</b>
VšĮ „Investuok Lietuvoje“	0,1	0,2	0,1	0,4	0,4	0,1	<b>1,2</b>	2,4%	3,3%	2,0%	6,1%	3,7%	4,0%	<b>3,4%</b>
Kvalifikacijų ir profesinio mokymo plėtros centras	0,1	-	0,2	0,9	0,1	-	<b>1,2</b>	2,4%	-	4,1%	13,6%	0,9%	-	<b>3,4%</b>
Asociacija „Langas į ateitį“	-	-	-	0,1	0,9	-	<b>1,0</b>	-	-	-	1,5%	8,4%	-	<b>2,9%</b>
VšĮ „Keliauk Lietuvoje“	-	-	-	-	0,6	0,3	<b>0,9</b>	-	-	-	-	5,6%	12,0%	<b>2,6%</b>
UAB „Investicijų ir verslo garantijos“	-	-	0,6	-	0,1	0,1	<b>0,8</b>	-	-	12,2%	-	0,9%	4,0%	<b>2,3%</b>
<b>10 pirkimų vykdytojų:</b>	<b>2,1</b>	<b>2,8</b>	<b>1,9</b>	<b>2,8</b>	<b>6,9</b>	<b>1,0</b>	<b>17,2</b>	<b>51,2%</b>	<b>46,7%</b>	<b>38,8%</b>	<b>42,4%</b>	<b>64,5%</b>	<b>40,0%</b>	<b>49,3%</b>
<b>Kiti pirkimų vykdytojai (492):</b>	<b>2,0</b>	<b>3,2</b>	<b>3,0</b>	<b>3,8</b>	<b>3,8</b>	<b>1,5</b>	<b>17,7</b>	<b>48,8%</b>	<b>53,3%</b>	<b>61,2%</b>	<b>57,6%</b>	<b>35,5%</b>	<b>60,0%</b>	<b>50,7%</b>
<b>Iš viso (502):</b>	<b>4,1</b>	<b>6,0</b>	<b>4,9</b>	<b>6,6</b>	<b>10,7</b>	<b>2,5</b>	<b>34,9</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>

**Kitų klasikinio sektoriaus perkančiųjų organizacijų (išskyrus centrinio ir savivaldos ar teritorinio administravimo sistemai priklausančias perkančiąsias organizacijas), tarpe daugiausiai viešinimo paslaugų pagal vertę 2015–2020 m. laikotarpiu įsigijo VšĮ Būsto energijos taupymo agentūra (13,2 proc.).**

Didžiausios vertės sutartis šioje perkančiųjų organizacijų grupėje sudarė šalies energetikos įmonės (UAB Verslo aptarnavimo centras, UAB „Ignitis“) bei UAB Lietuvos parodų ir kongresų centras „LITEXPO“ dėl reklamos, planavimo ir sklaidos paslaugų įsigijimo (9 lentelė).



9 lentelė. **Kitų klasikinio sektoriaus perkančiųjų organizacijų didžiausios vertės viešinio paslaugų sutartys, 2015–2020 m.**

Eil. Nr.	Metai	Pirkimo objekto pavadinimas	Pirkimų vykdytojo pavadinimas	Tiekėjo pavadinimas	Sudarytų sutarčių vertė, mln. Eur	Sudarytų sutarčių vertė, proc.
1	2019	(2019-CP-2) Reklamos (žiniasklaidos) planavimo ir sklaidos paslaugų ir priemonių	UAB Verslo aptarnavimo centras	UAB „CARAT“	1,2	3,4%
2	2019	(2019-CP-12) Reklamos kūrimo ir turinio gamybos paslaugos	UAB Verslo aptarnavimo centras	UAB „Milk Agency“	1,1	3,2%
3	2016	Reklamos planavimo ir reklamos sklaidos paslaugos reklamos priemonėse	UAB Lietuvos parodų ir kongresų centras „LITEXPO“	UAB „Open Agency“	0,6	1,7%
4	2019	(2019-CP-2) Reklamos (žiniasklaidos) planavimo ir sklaidos paslaugų ir priemonių	UAB „Ignitis grupė“	UAB „CARAT“	0,6	1,7%
5	2015	Integruotos komunikacijos paslaugos	UAB „Ignitis grupė“	UAB „Idea prima“	0,6	1,7%
6	2017	Komunikacijos kampanijos „Duokit šansą!“ idėjos įgyvendinimo ir komunikacijos paslaugų pirkimas	UAB „Investicijų ir verslo garantijos“	UAB „Idea prima“	0,6	1,7%
7	2018	Reklamos planavimo ir reklamos sklaidos žiniasklaidos priemonėse paslaugos	UAB Lietuvos parodų ir kongresų centras „LITEXPO“	UAB „MEDIA HOUSE“	0,5	1,4%
8	2019	Gyventojų motyvavimo ir skatinimo naudotis informacinėmis ir ryšių technologijomis komunikacijos kampanijos sukūrimo ir įgyvendinimo paslaugos	Asociacija „Langas į ateitį“	UAB „Idea prima“	0,5	1,4%
9	2016	Žiniasklaidos planavimo ir informacijos talpinimo žiniasklaidos priemonėse paslaugos	Kauno technologijos universitetas	UAB „Publicum Media“	0,4	1,1%
10	2018	Žiniasklaidos planavimo ir informacijos talpinimo žiniasklaidos priemonėse paslaugos	Kauno technologijos universitetas	UAB „VIA MEDIA“	0,4	1,1%
11	2019	(2019-CP-12) Reklamos kūrimo ir turinio gamybos paslaugos	UAB „Ignitis grupė“	UAB „Milk Agency“	0,4	1,1%
12	2019	Informacijos rengimo ir skelbimo nacionalinėje ir regioninėje spaudoje, interneto žiniasklaidoje ir socialiniame tinkle paslaugų sutartis	VšĮ Būsto energijos taupymo agentūra	UAB „Gravitas Partners“	0,3	0,9%
13	2019	Informacijos rengimo ir skelbimo nacionalinėje ir regioninėje spaudoje, interneto žiniasklaidoje ir socialiniame tinkle paslaugos (2020 m.)	VšĮ Būsto energijos taupymo agentūra	UAB „Gravitas Partners“	0,3	0,9%
14	2020	Komunikacijos paslaugos	UAB „Ignitis grupė“	UAB „Ignitis grupės paslaugų centras“	0,3	0,9%
15	2020	Turizmo rinkodaros paslaugos Italijoje	VšĮ „Keliauk Lietuvoje“	Aigo Srl	0,3	0,9%
<b>15 didžiausios vertės sutarčių:</b>					<b>8,1</b>	<b>23,2%</b>
<b>Kitos (2 980) sutarčių:</b>					<b>26,8</b>	<b>76,8%</b>
<b>Iš viso (2 995) sutartys:</b>					<b>34,9</b>	<b>100,0%</b>

## Komunalinio sektoriaus perkančiųjų subjektų viešinimo paslaugų pirkimai

Komunalinio sektoriaus perkančiųjų subjektų tarpe pagal viešinimo paslaugoms išleistų lėšų sumą išsiskiria:

- **VĮ Lietuvos oro uostai – 18,5 proc.** visų šio sektoriaus perkančiųjų subjektų sutarčių vertės;
- **AB Lietuvos paštas – 18,0 proc.;**
- **AB „Lietuvos geležinkeliai“ – 17,4 proc.**

10 lentelė. Komunalinio sektoriaus perkančiųjų subjektų viešinimo paslaugų sutarčių vertės pasiskirstymas pagal perkančiuosius subjektus, 2015–2020 m.

Pirkimų vykdytojo pavadinimas	Viešinimo paslaugų 2015–2020 m. sudarytų sutarčių vertė, mln. Eur							Viešinimo paslaugų 2015–2020 m. sudarytų sutarčių vertės dalis, proc.						
	2015	2016	2017	2018	2019	2020	Iš viso	2015	2016	2017	2018	2019	2020	Iš viso
VĮ Lietuvos oro uostai	-	0,2	0,6	1,7	0,8	-	<b>3,3</b>	-	8,0%	13,0%	51,5%	22,2%	-	<b>18,5%</b>
AB Lietuvos paštas	0,7	0,4	1,5	0,1	0,1	0,4	<b>3,2</b>	21,2%	16,0%	32,6%	3,0%	2,8%	66,7%	<b>18,0%</b>
AB „Lietuvos geležinkeliai“	0,7	1,1	-	0,5	0,8	-	<b>3,1</b>	21,2%	44,0%	-	15,2%	22,2%	-	<b>17,4%</b>
UAB „Ignitis“	0,4	-	0,2	-	1,0	-	<b>1,6</b>	12,1%	-	4,3%	-	27,8%	-	<b>9,0%</b>
VĮ Klaipėdos valstybinio jūrų uosto direkcija	0,2	0,2	0,3	0,3	-	-	<b>1,0</b>	6,1%	8,0%	6,5%	9,1%	-	-	<b>5,6%</b>
AB „Energijos skirstymo operatorius“	-	-	0,9	-	-	-	<b>0,9</b>	-	-	19,6%	-	-	-	<b>5,1%</b>
AB „Lietuvos dujos“	0,5	-	-	-	-	-	<b>0,5</b>	15,2%	-	-	-	-	-	<b>2,8%</b>
AB „Klaipėdos energija“	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	-	<b>0,4</b>	3,0%	4,0%	2,2%	3,0%	2,8%	-	<b>2,2%</b>
LITGRID AB	0,2	0,1	0,1	-	0,1	-	<b>0,4</b>	6,1%	4,0%	2,2%	-	2,8%	-	<b>2,2%</b>
AB „Klaipėdos vanduo“	-	0,1	-	-	0,1	-	<b>0,3</b>	-	4,0%	-	-	2,8%	-	<b>1,7%</b>
<b>10 pirkimų vykdytojų:</b>	<b>2,8</b>	<b>2,2</b>	<b>3,7</b>	<b>2,7</b>	<b>3,0</b>	<b>0,4</b>	<b>14,7</b>	<b>84,8%</b>	<b>88,0%</b>	<b>80,4%</b>	<b>81,8%</b>	<b>83,3%</b>	<b>66,7%</b>	<b>82,6%</b>
<b>Kiti pirkimų vykdytojai (67):</b>	<b>0,5</b>	<b>0,3</b>	<b>0,9</b>	<b>0,6</b>	<b>0,6</b>	<b>0,2</b>	<b>3,1</b>	<b>15,2%</b>	<b>12,0%</b>	<b>19,6%</b>	<b>18,2%</b>	<b>16,7%</b>	<b>33,3%</b>	<b>17,4%</b>
<b>Iš viso (77):</b>	<b>3,3</b>	<b>2,5</b>	<b>4,6</b>	<b>3,3</b>	<b>3,6</b>	<b>0,6</b>	<b>17,8</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>

**Tarp didžiausios vertės sutarčių – VĮ Lietuvos oro uostų, AB Lietuvos pašto, UAB „Ignitis“, AB „Lietuvos dujos“ viešinimo paslaugų sutartys.**

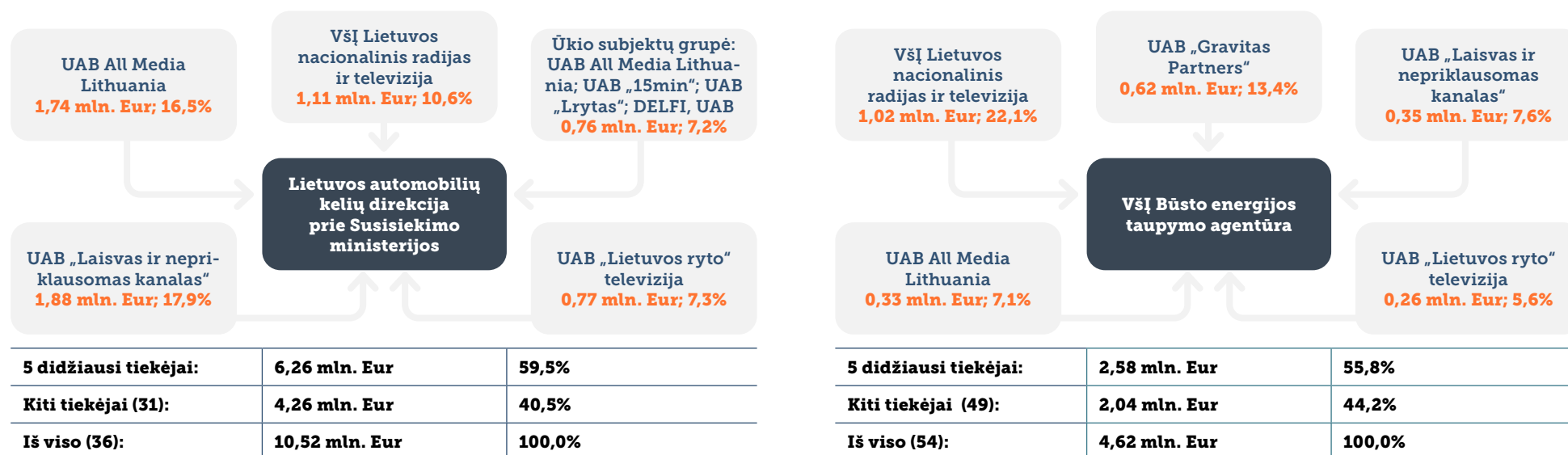
11 lentelė. Komunalinio sektoriaus perkančiųjų subjektų didžiausios vertės viešinimo paslaugų sutartys, 2015–2020 m.

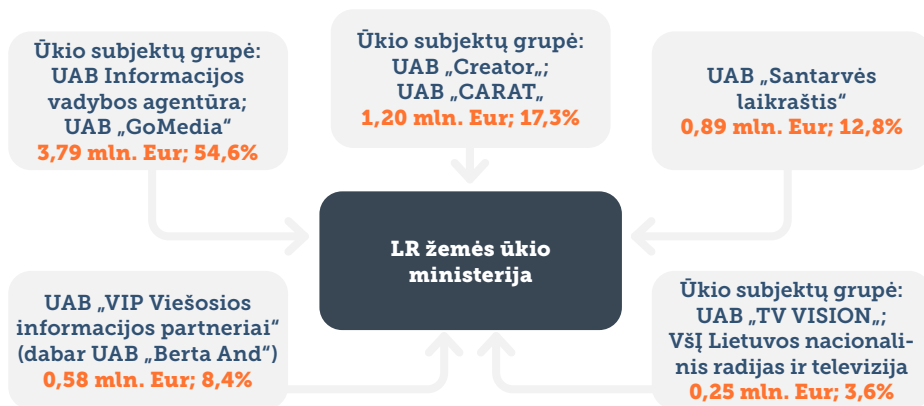
Eil. Nr.	Metai	Pirkimo objekto pavadinimas	Pirkimų vykdytojo pavadinimas	Tiekėjo pavadinimas	Sudarytų sutarčių vertė, mln. Eur	Sudarytų sutarčių vertė, proc.
1	2018	Reklamos atvaizdavimo priemonių diegimas	VĮ Lietuvos oro uostai	UAB „HANSAB“	1,2	6,7%
2	2017	Žiniasklaidos planavimo paslaugų pirkimas	AB Lietuvos paštas	UAB „Open Agency“	1,1	6,2%
3	2019	Komunikacijos paslaugos	UAB „Ignitis“	UAB „Ignitis grupės paslaugų centras“	0,8	4,5%
4	2019	Reklamos paslaugų teikimo ir konsultavimo paslaugų sutartis	VĮ Lietuvos oro uostai	UAB Du Dvylika	0,8	4,5%
5	2015	Integruotos komunikacijos paslaugos	AB „Lietuvos dujos“	UAB „Headline Agency“	0,5	2,8%
6	2017	(893) REKLAMOS PRIEMONIŲ GAMYBA	VĮ Lietuvos oro uostai	UAB „DPS Advertising“	0,5	2,8%
7	2016	Reklamos paslaugų pirkimas (2016/PCPP-7-3)	AB „Lietuvos geležinkeliai“	UAB „Ad Love“	0,5	2,8%
8	2017	(ESO-2017-1387) Integruotos komunikacijos paslaugos	AB „Energijos skirstymo operatorius“	UAB „INTEGRITY PR“	0,5	2,8%
9	2018	Viešųjų ryšių paslaugos	VĮ Lietuvos oro uostai	UAB „VIP Viešosios informacijos partneriai“ (dabar UAB „Berta And“)	0,4	2,2%
10	2015	Integruotos komunikacijos pirkimas	UAB „Ignitis“	UAB „Idea prima“	0,4	2,2%
11	2017	(2017-ESO-1297) Reklamos (media) planavimo ir sklaidos paslaugos	AB „Energijos skirstymo operatorius“	UAB „Inspired Communications“	0,4	2,2%
12	2015	Žiniasklaidos planavimo paslaugų pirkimas	AB Lietuvos paštas	UAB „Open Agency“	0,4	2,2%
13	2015	Reklamos agentūros paslaugų pirkimas	AB Lietuvos paštas	UAB „LUKRECIJOS REKLAMA“	0,4	2,2%
14	2016	Žiniasklaidos planavimo paslaugų pirkimas	AB Lietuvos paštas	UAB „Open Agency“	0,4	2,2%
15	2015	MT-9-13 Viešųjų ryšių paslaugų pirkimas	AB „Lietuvos geležinkeliai“	UAB „VIP Viešosios informacijos partneriai“ (dabar UAB „Berta And“)	0,3	1,7%
<b>15 didžiausios vertės sutarčių:</b>					<b>8,6</b>	<b>48,3%</b>
<b>Kitos (652) sutartys:</b>					<b>9,2</b>	<b>51,7%</b>
<b>Iš viso (667) sutartys:</b>					<b>17,8</b>	<b>100,0%</b>

## 2015–2020 m. daugiausiai viešinimo paslaugų sutarčių pagal vertę sudarę pirkimų vykdytojai pagal laimėjusius tiekėjus

CVP IS duomenimis, 2015–2020 m. laikotarpiu pirkimų vykdytojai viešinimo paslaugas pirkė arba tiesiogiai iš viešinimo paslaugas teikiančių tiekėjų (televizija, spauda ir kt.) arba naudojo agentūrų paslaugomis. Vertinant didžiausių pagal sudarytų viešinimo paslaugų sutarčių vertę pirkimų vykdytojų sutarčių vertės pasiskirstymą pagal laimėjusius tiekėjus, nustatyta, kad ne mažiau, nei apie 50 proc., o kartais ir didžiąją daugumą viešinimo paslaugų (pagal pirkimų vertę) šie pirkimų vykdytojai pirkė dažniausiai iš 5 tiekėjų (toliau – 5 didžiausi tiekėjai).

12 pav. 10 didžiausių pagal sudarytų sutarčių vertę pirkimų vykdytojų viešinimo paslaugų sutarčių vertės pasiskirstymas pagal laimėjusius tiekėjus 2015–2020 m.





<b>5 didžiausi tiekėjai:</b>	<b>6,71 mln. Eur</b>	<b>96,7%</b>
<b>Kiti tiekėjai (11):</b>	<b>0,23 mln. Eur</b>	<b>3,3%</b>
<b>Iš viso (16):</b>	<b>6,94 mln. Eur</b>	<b>100,0%</b>



<b>5 didžiausi tiekėjai:</b>	<b>5,78 mln. Eur</b>	<b>99,0%</b>
<b>Kiti tiekėjai (9):</b>	<b>0,06 mln. Eur</b>	<b>1,0%</b>
<b>Iš viso (14):</b>	<b>5,84 mln. Eur</b>	<b>100,0%</b>



<b>5 didžiausi tiekėjai:</b>	<b>2,51 mln. Eur</b>	<b>69,9%</b>
<b>Kiti tiekėjai (40):</b>	<b>1,08 mln. Eur</b>	<b>30,1%</b>
<b>Iš viso (45):</b>	<b>3,59 mln. Eur</b>	<b>100,0%</b>



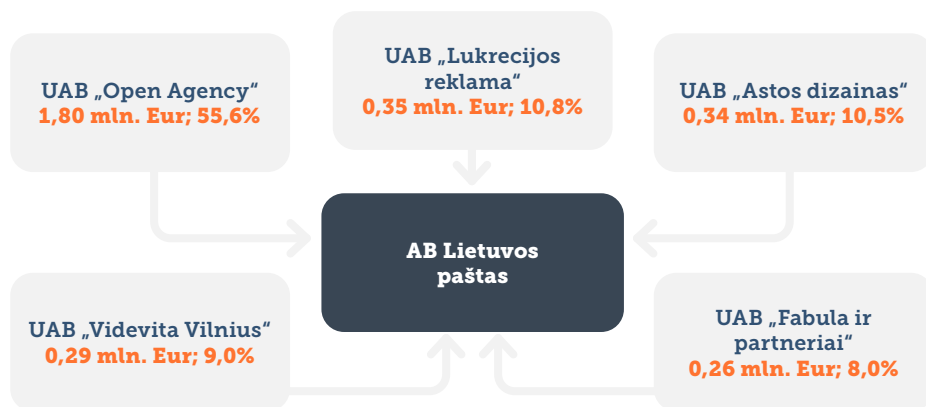
<b>5 didžiausi tiekėjai:</b>	<b>3,37 mln. Eur</b>	<b>57,1%</b>
<b>Kiti tiekėjai (36):</b>	<b>2,53 mln. Eur</b>	<b>42,9%</b>
<b>Iš viso (41):</b>	<b>5,90 mln. Eur</b>	<b>100,0%</b>



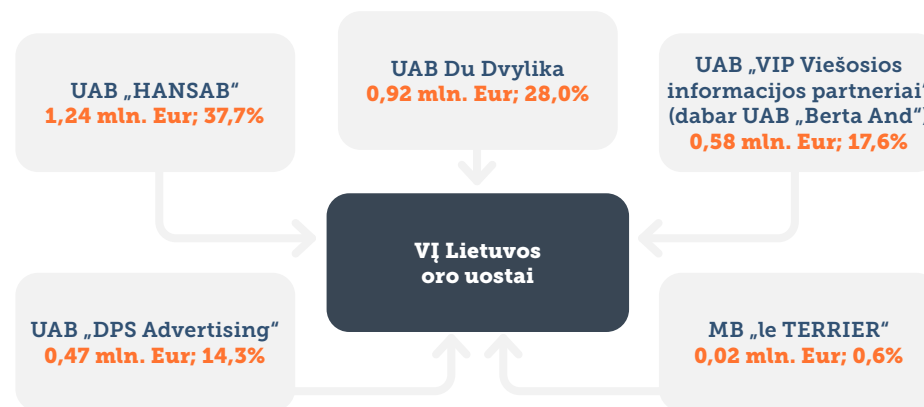
<b>5 didžiausi tiekėjai:</b>	<b>1,66 mln. Eur</b>	<b>48,1%</b>
<b>Kiti tiekėjai (38):</b>	<b>1,79 mln. Eur</b>	<b>51,9%</b>
<b>Iš viso (43):</b>	<b>3,45 mln. Eur</b>	<b>100,0%</b>



<b>5 didžiausi tiekėjai:</b>	<b>2,49 mln. Eur</b>	<b>79,6%</b>
<b>Kiti tiekėjai (14):</b>	<b>0,64 mln. Eur</b>	<b>20,4%</b>
<b>Iš viso (19):</b>	<b>3,13 mln. Eur</b>	<b>100,0%</b>



<b>5 didžiausi tiekėjai:</b>	<b>3,04 mln. Eur</b>	<b>93,8%</b>
<b>Kiti tiekėjai (9):</b>	<b>0,20 mln. Eur</b>	<b>6,2%</b>
<b>Iš viso (14):</b>	<b>3,24 mln. Eur</b>	<b>100,0%</b>



<b>5 didžiausi tiekėjai:</b>	<b>3,23 mln. Eur</b>	<b>98,2%</b>
<b>Kiti tiekėjai (4):</b>	<b>0,06 mln. Eur</b>	<b>1,8%</b>
<b>Iš viso (9):</b>	<b>3,29 mln. Eur</b>	<b>100,0%</b>

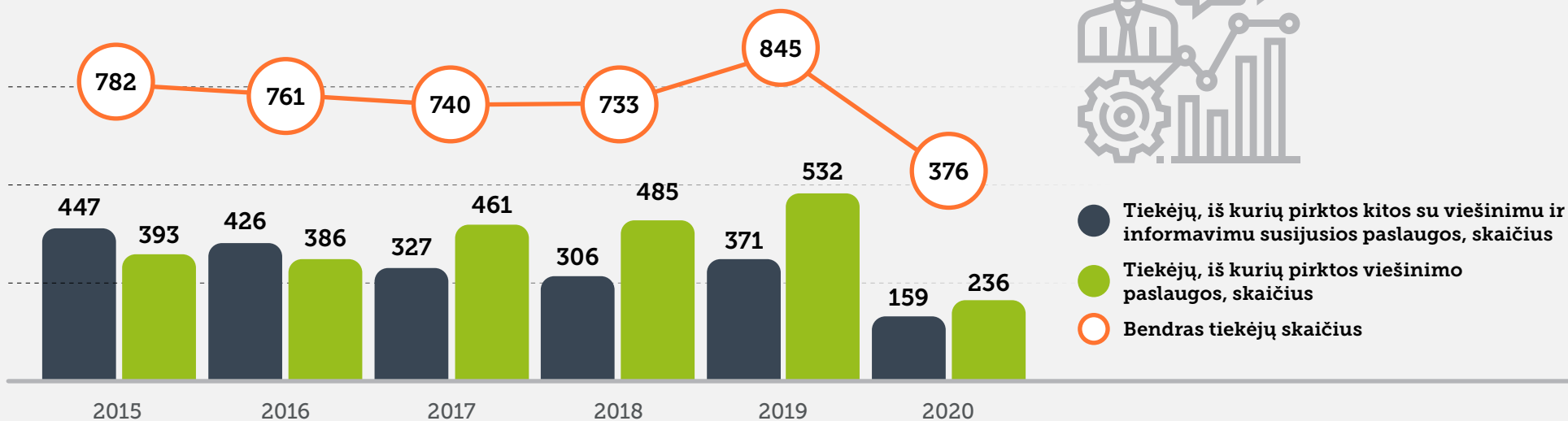
# VIEŠINIMO IR INFORMAVIMO PASLAUGŲ TIEKĖJAI

## Tiekėjų skaičiaus dinamika

Analizuojant viešinio ir informavimo paslaugų sutartis pagal laimėjusius tiekėjus, nustatyta kad 2015–2020 m. laikotarpiu viešinio ir informavimo paslaugų bendras tiekėjų skaičius iki 2019 m. beveik nesikeitė, o 2020 m., lyginant su praėjusiuoju laikotarpiu, išaugo apie 12 proc. Viešinio paslaugų tiekėjų skaičiaus augimas stebimas nuo 2017 m., o 2015–2019 m. laikotarpiu šios paslaugų grupės tiekėjų skaičius išaugo net 35 proc.

Viešinio paslaugų pirkimus laimi kasmet vidutiniškai **daugiau nei 400 tiekėjų**. Tiekėjų, dalyvaujančių ir laiminčių viešinio paslaugų pirkimus, skaičius auga.

13 pav. Tiekėjų skaičiaus dinamika pagal paslaugų grupes

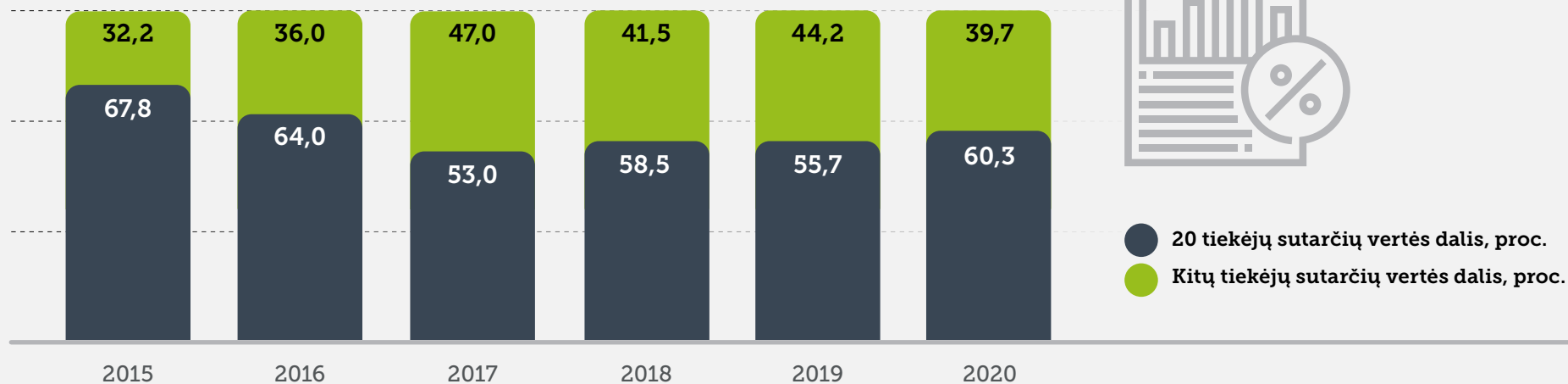


- Tiekėjų, iš kurių pirtos kitos su viešiniu ir informavimu susijusios paslaugos, skaičius
- Tiekėjų, iš kurių pirtos viešinio paslaugos, skaičius
- Bendras tiekėjų skaičius

## Didžiausi tiekėjai pagal sudarytų sutarčių vertę

**20 didžiausių tiekėjų sudaro apie 60 proc.** visų viešinio paslaugų sektoriuje sudarytų sutarčių vertės.

14 pav. Viešinio paslaugų sutarčių vertė pagal tiekėjus, proc.



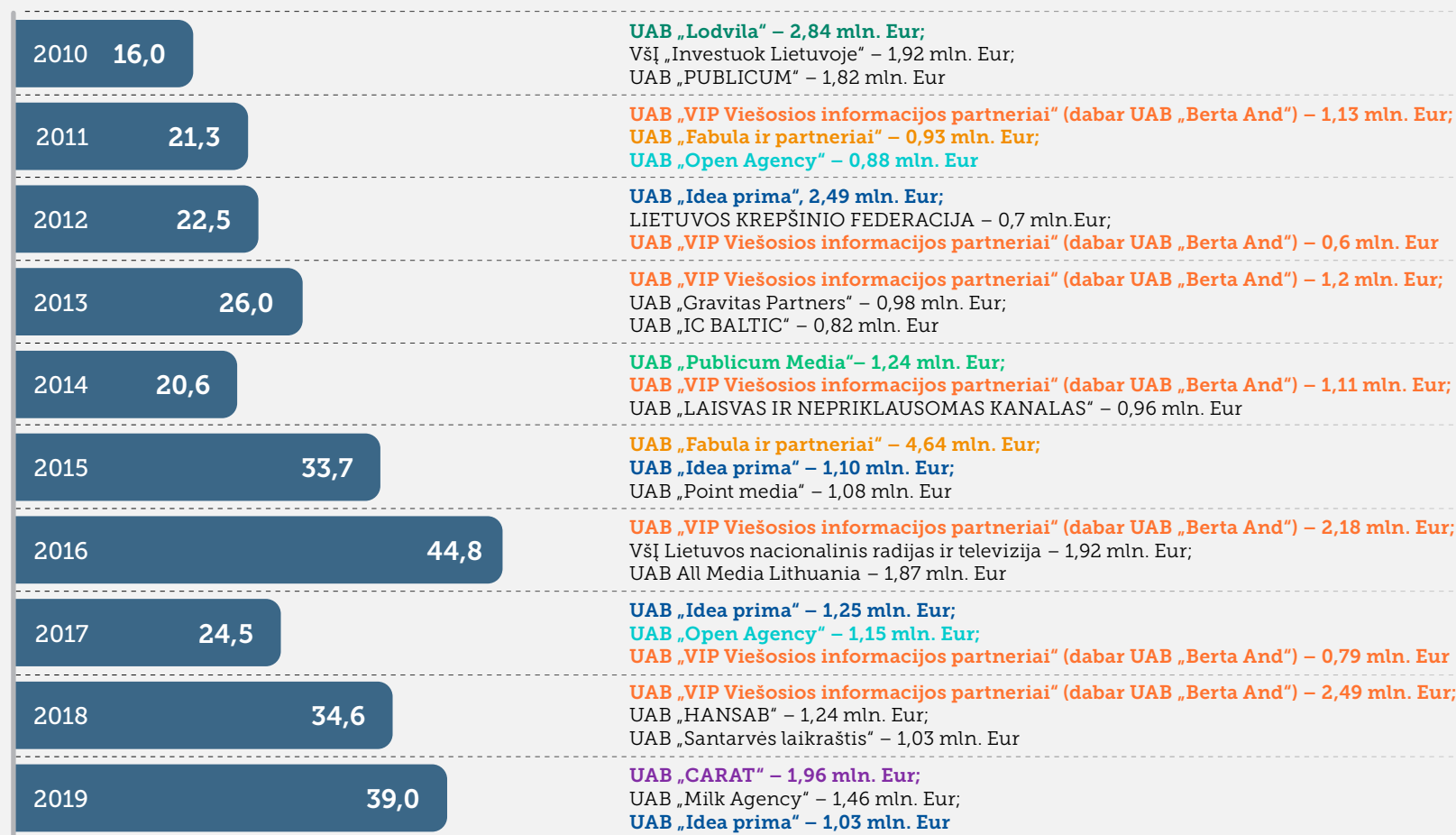
Detalesnė informacija apie didžiausių pagal sudarytų sutarčių vertę tiekėjų viešinio paslaugų sutarčių vertes galima analizuoti šios apžvalgos 4, 5 prieduose.<sup>14</sup>

Kam iš tiekėjų viešinio paslaugų sektoriuje sekėsi geriausiai paanalizavome 2010–2014 m. ir 2015–2019 m. laikotarpiams. Žemiau esančiame 15 pav. pateikti kiekvienų metų 3 didžiausi pagal sudarytų sutarčių vertę tiekėjai (be tiekėjų-grupių).

<sup>14</sup> 14 pav. 20 didžiausių pagal sudarytų sutarčių vertę tiekėjų sutarčių vertės dalis nustatyta pagal kiekvienais atskirais metais sudarytų sutarčių vertės pasiskirstymą, o 4, 5 prieduose – pagal sutarčių vertės pasiskirstymą 2010–2014 ir 2015–2020 m. laikotarpiams.



15 pav. Didžiausi viešinimo paslaugų tiekėjai pagal sudarytų sutarčių vertę 2010–2019 m.



Labiausiai 2010–2014 ir 2015–2019 m. laikotarpiais sekėsi įmonei **UAB „VIP Viešosios informacijos partneriai“ (dabar UAB „Berta And“)**. Ši bendrovė iki 2018 m. net 7 kartus buvo tarp trijų didžiausių pagal per metus sudarytų sutarčių vertę įmonių. 2019 m. ši įmonė nepateko tarp didžiausios vertės sutartis sudariusių įmonių.

Įmonė **UAB „Idea prima“** per 2010–2019 m. tarp didžiausių tiekėjų pagal sudarytų sutarčių vertę pateko 4 kartus – 2010–2014 m. vieną kartą, o 2015–2019 m. – 3 kartus.

Įmonės **UAB „Fabula ir partneriai“** ir **UAB „Open Agency“** 2010–2019 m. į didžiausių pagal sudarytų sutarčių vertę įmonių trejetuką pateko po 2 kartus. Tiekėjų reitingas pagal 2010–2020 m. sudarytų sutarčių vertę pridedamas šios apžvalgos 1 ir 2 prieduose.

## Viešinimo paslaugų pirkimai per viešinimo agentūras

2015–2020 m. viešinimo paslaugų pirkimų analizės rezultatai parodė, kad apie 26 % viešinimo paslaugų (pagal pirkimų vertę) yra perkama iš 10 agentūrų. Šiuo atveju buvo įtrauktos visos su viešinimo agentūromis sudarytos sutartys – tos, kuriose viešinimo agentūros buvo nurodytos kaip galutinis tiekėjas ir tos, kuriose be laimėjusios viešinimo agentūros sutartyje nurodyti ir galutiniai viešinimo kanalai. Daugiausia viešinimo paslaugų sutarčių pagal vertę sudariusių agentūrų penkioliktukas pateiktas 12 lentelėje.

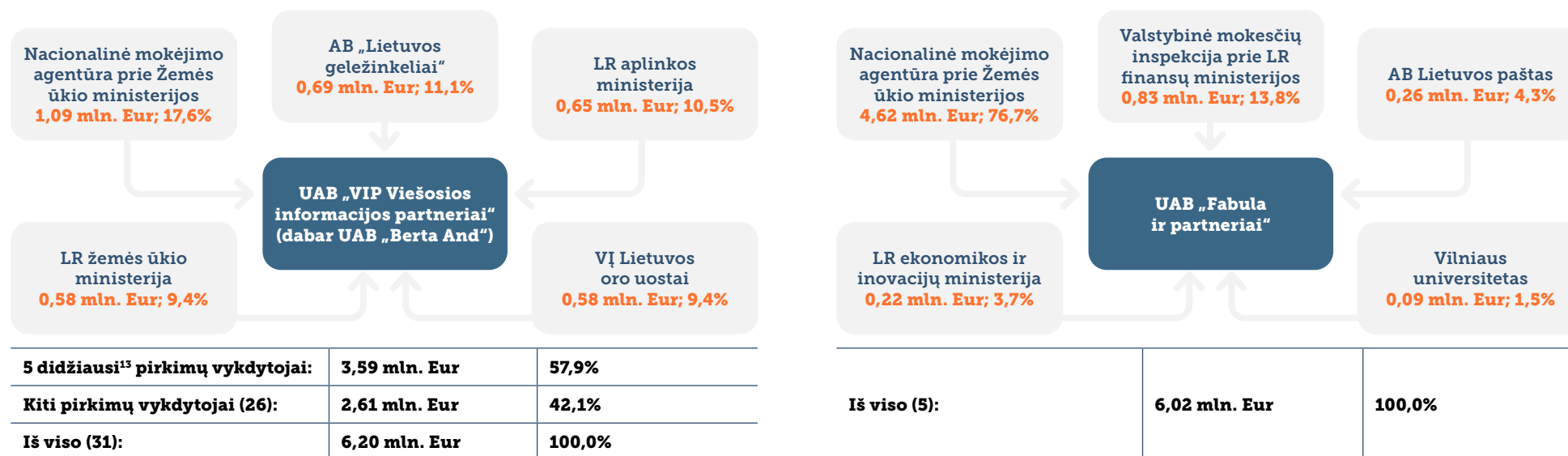
12 Lentelė. **Viešinimo agentūros, iš kurių 2015–2020 m. pirktą daugiausiai viešinimo paslaugų, pagal sudarytų sutarčių vertę**

Eil. nr.	Pavadinimas	2015	2016	2017	2018	2019	2020	Sudarytų sutarčių vertė, mln. Eur	Sudarytų sutarčių vertė, proc.
2	UAB „Fabula ir partneriai“	4,6	0,1	0,2	-	0,8	0,2	6,0	4,8%
3	UAB „Idea prima“	1,1	0,9	1,3	0,2	1,0	0,2	4,7	3,7%
4	UAB „Open Agency“	0,4	1,0	1,2	0,3	0,1	-	3,0	2,4%
5	UAB „Point media“	1,1	0,1	0,2	1,0	0,2	0,1	2,7	2,1%
6	UAB „Gravitas Partners“	0,1	0,9	0,2	0,2	0,9	-	2,3	1,8%
7	UAB „CARAT“	-	-	-	0,2	2,0	-	2,2	1,8%
8	UAB „Headline Agency“	0,7	0,2	0,4	0,4	0,3	-	2,0	1,6%
9	UAB „VIA MEDIA“	0,2	0,4	0,2	0,6	0,1	-	1,5	1,2%
10	UAB „PUBLICUM“	0,6	0,5	-	0,5	-	-	1,5	1,2%
10	UAB „PUBLICUM“	0,6	0,5	-	0,5	-	-	1,5	1,2%
<b>10 tiekėjų</b>		<b>9,5</b>	<b>6,3</b>	<b>4,5</b>	<b>5,9</b>	<b>5,4</b>	<b>0,5</b>	<b>32,1</b>	<b>25,5%</b>
<b>Kiti tiekėjai (1 324):</b>		<b>12,3</b>	<b>22,9</b>	<b>12,1</b>	<b>21,2</b>	<b>20,2</b>	<b>5,0</b>	<b>93,6</b>	<b>74,5%</b>
<b>Iš viso (1 334):</b>		<b>21,8</b>	<b>29,2</b>	<b>16,6</b>	<b>27,1</b>	<b>25,6</b>	<b>5,5</b>	<b>125,7</b>	<b>100,0%</b>

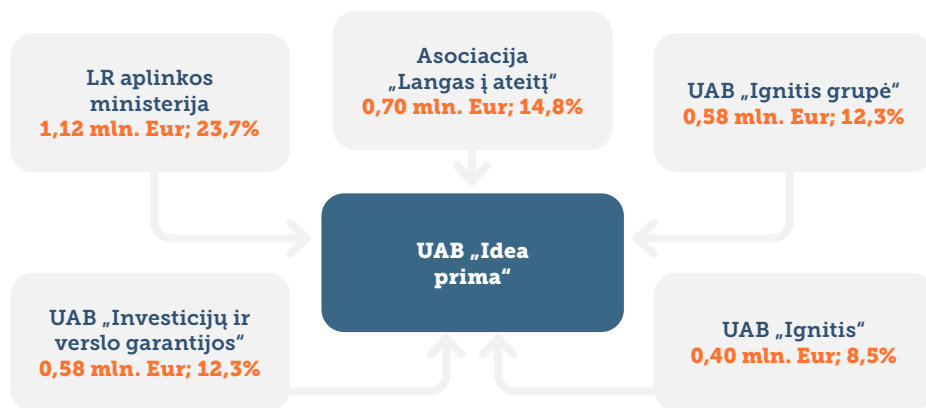
Didžiausi pagal sudarytų sutarčių vertę tiekėjai 2015–2020 m. laikotarpiu neretai su **vienu pirkimų vykdytoju sudarė daugiau, nei pusę** visų per šį laikotarpį savo sudarytų sutarčių vertės, pvz.:

- UAB „Fabula ir partneriai“ apie 77 proc. sutarčių vertės su Nacionalinė mokėjimo agentūra prie Žemės ūkio ministerijos;
- UAB „Point media“ 66 proc. sutarčių vertės su Kauno miesto savivaldybės administracija;
- UAB „PUBLICUM“ 62 proc. sutarčių vertės su AB „Lietuvos geležinkeliai“;
- UAB „Open Agency“ 61 proc. – su AB Lietuvos paštas;
- UAB „CARAT“ – 55 proc. su UAB Verslo aptarnavimo centras ir kt.

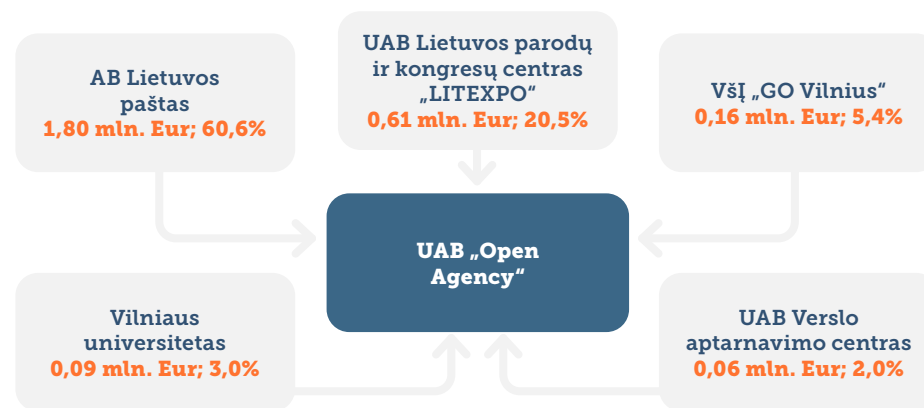
16 pav. 10 didžiausių pagal sudarytų sutarčių vertę viešinimo agentūrų sutarčių vertės pasiskirstymas pagal pirkimų vykdytojus



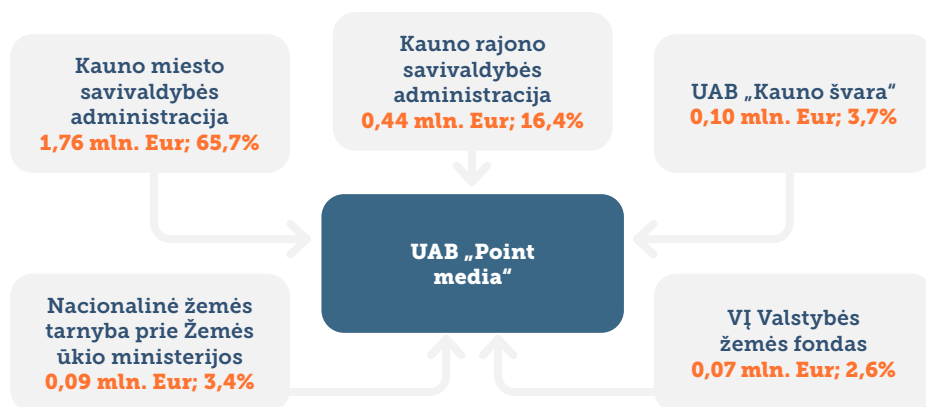
13 Didžiausi pagal sudarytų sutarčių vertę.



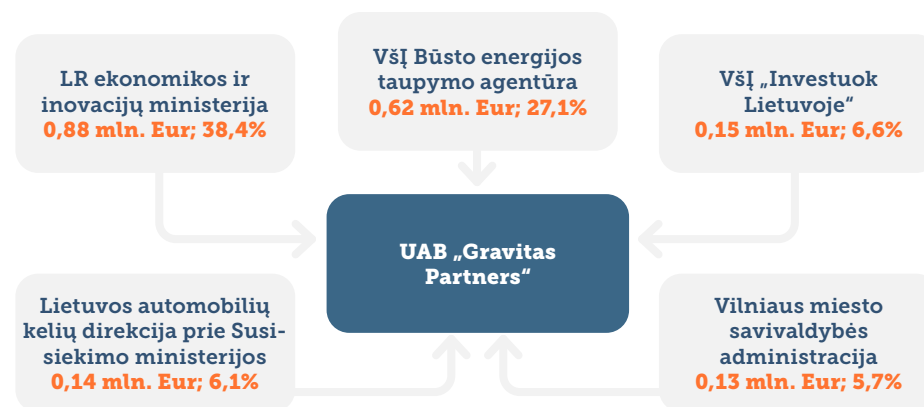
<b>5 didžiausi pirkimų vykdytojai:</b>	<b>3,38 mln. Eur</b>	<b>71,5%</b>
<b>Kiti pirkimų vykdytojai (31):</b>	<b>1,35 mln. Eur</b>	<b>28,5%</b>
<b>Iš viso (36):</b>	<b>4,73 mln. Eur</b>	<b>100,0%</b>



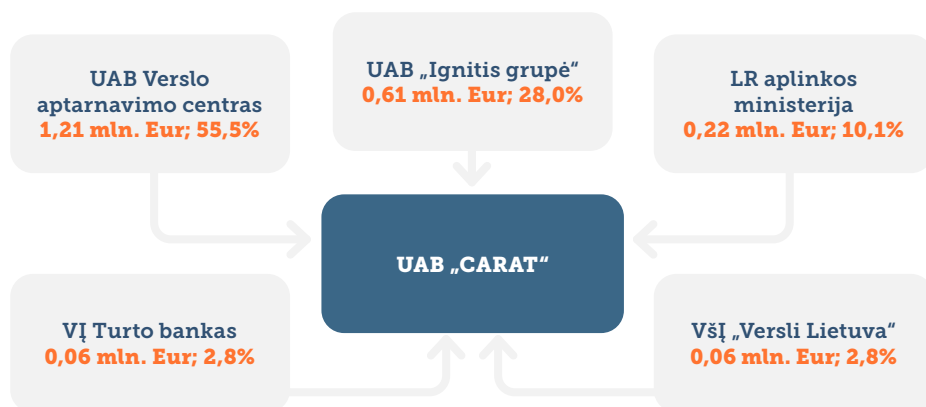
<b>5 didžiausi pirkimų vykdytojai:</b>	<b>2,72 mln. Eur</b>	<b>91,6%</b>
<b>Kiti pirkimų vykdytojai (11):</b>	<b>0,25 mln. Eur</b>	<b>8,4%</b>
<b>Iš viso (16):</b>	<b>2,97 mln. Eur</b>	<b>100,0%</b>



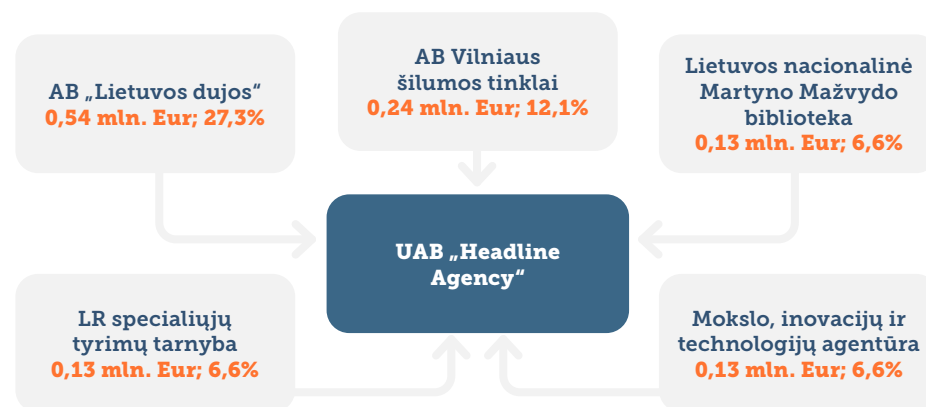
<b>5 didžiausi pirkimų vykdytojai:</b>	<b>2,46 mln. Eur</b>	<b>91,8%</b>
<b>Kiti pirkimų vykdytojai (17):</b>	<b>0,22 mln. Eur</b>	<b>8,2%</b>
<b>Iš viso (22):</b>	<b>2,68 mln. Eur</b>	<b>100,0%</b>



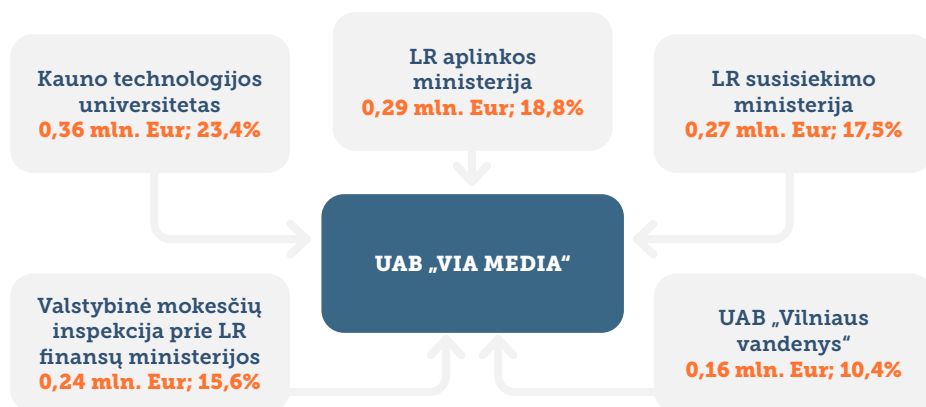
<b>5 didžiausi pirkimų vykdytojai:</b>	<b>1,92 mln. Eur</b>	<b>83,8%</b>
<b>Kiti pirkimų vykdytojai (10):</b>	<b>0,37 mln. Eur</b>	<b>16,2%</b>
<b>Iš viso (15):</b>	<b>2,29 mln. Eur</b>	<b>100,0%</b>



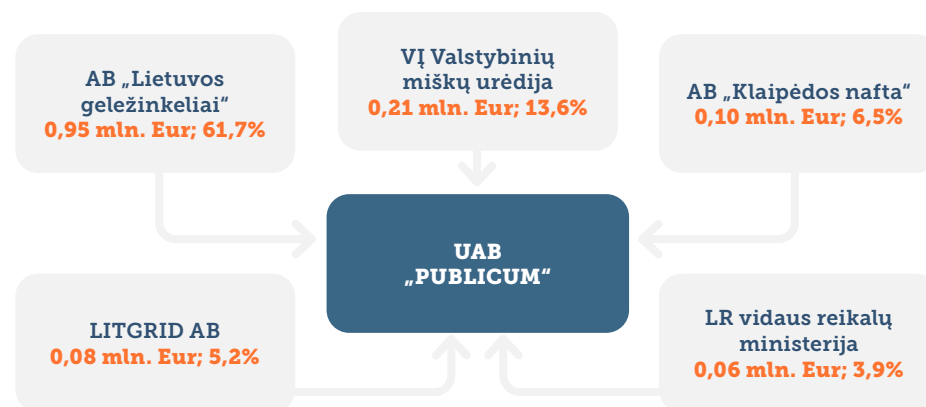
<b>5 didžiausi pirkimų vykdytojai:</b>	<b>2,16 mln. Eur</b>	<b>99,1%</b>
<b>Kiti pirkimų vykdytojai (1):</b>	<b>0,02 mln. Eur</b>	<b>0,9%</b>
<b>Iš viso (6):</b>	<b>2,18 mln. Eur</b>	<b>100,0%</b>



<b>5 didžiausi pirkimų vykdytojai:</b>	<b>1,17 mln. Eur</b>	<b>59,1%</b>
<b>Kiti pirkimų vykdytojai (12):</b>	<b>0,81 mln. Eur</b>	<b>40,9%</b>
<b>Iš viso (17):</b>	<b>1,98 mln. Eur</b>	<b>100,0%</b>



<b>5 didžiausi pirkimų vykdytojai:</b>	<b>1,32 mln. Eur</b>	<b>85,7%</b>
<b>Kiti pirkimų vykdytojai (2):</b>	<b>0,22 mln. Eur</b>	<b>14,3%</b>
<b>Iš viso (7):</b>	<b>1,54 mln. Eur</b>	<b>100,0%</b>



<b>5 didžiausi pirkimų vykdytojai:</b>	<b>1,40 mln. Eur</b>	<b>90,9%</b>
<b>Kiti pirkimų vykdytojai (8):</b>	<b>0,14 mln. Eur</b>	<b>9,1%</b>
<b>Iš viso (13):</b>	<b>1,54 mln. Eur</b>	<b>100,0%</b>

## Viešinimo paslaugų pirkimai tiesiogiai iš žiniasklaidos įmonių

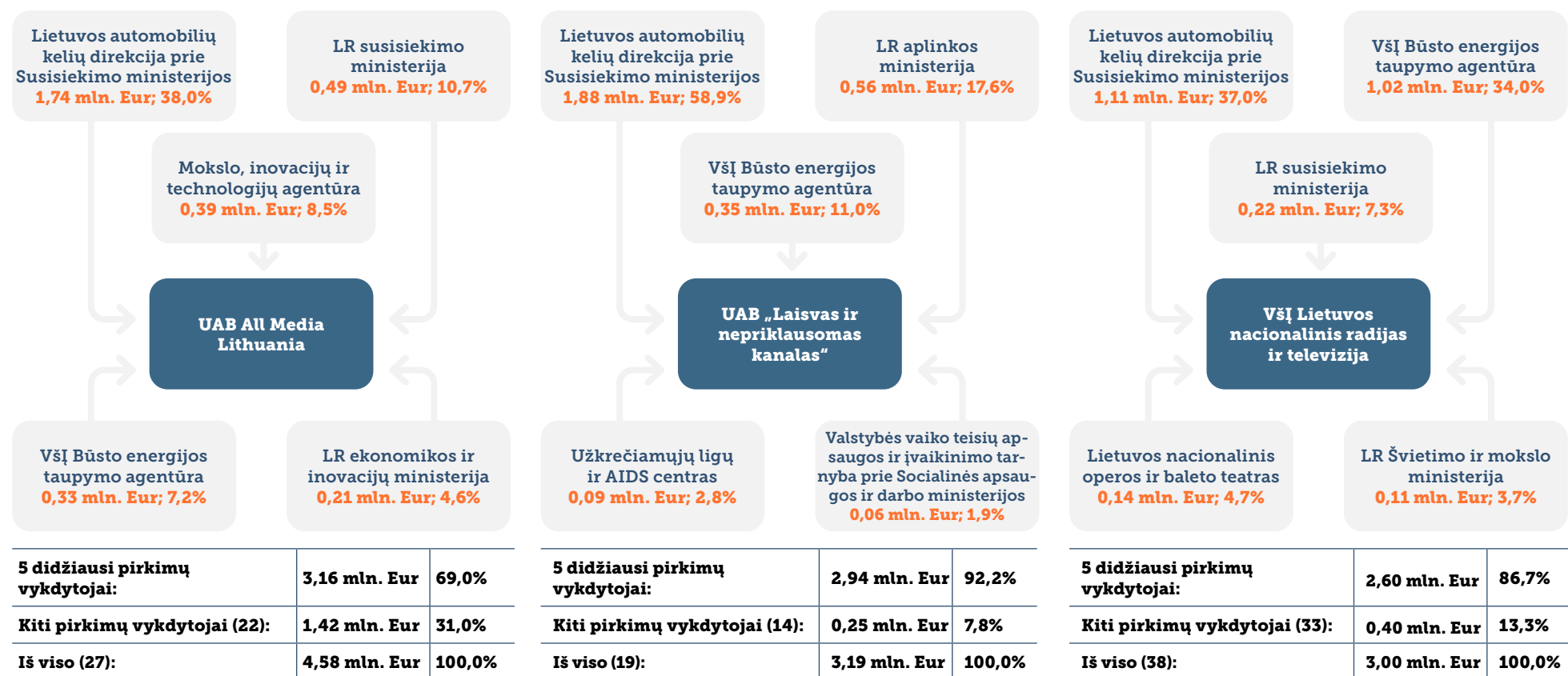
Analizuojant 2015–2020 m. viešinimo paslaugų sutarčių duomenis, matyti, kad apie 18 proc. viešinimo paslaugų (pagal sutarčių vertę) perkama tiesiogiai iš žiniasklaidos (televizijos ar spaudos) įmonių. Didžiausius pirkimus laimėjusių žiniasklaidos įmonių dešimtukas pateiktas 13 lentelėje.

13 Lentelė. Žiniasklaidos įmonės, iš kurių 2015–2020 m. pirka daugiausiai viešinimo paslaugų pagal sudarytų sutarčių vertę

Eil. nr.	Pavadinimas	2015	2016	2017	2018	2019	2020	Sudarytų sutarčių vertė, mln. Eur	Sudarytų sutarčių vertė, proc.
1	UAB All Media Lithuania	0,7	1,9	0,7	0,7	0,6	-	4,6	3,7%
2	UAB „Laisvas ir nepriklausomas kanalas“	0,6	1,5	0,1	0,1	0,8	-	3,2	2,5%
3	VšĮ Lietuvos nacionalinis radijas ir televizija	0,5	1,9	0,1	0,1	0,4	-	3,0	2,4%
4	UAB „DELFI“	0,2	1,0	0,1	0,3	0,5	-	2,1	1,7%
5	UAB „BNS“	0,4	0,3	0,3	0,4	0,4	0,3	2,1	1,7%
6	UAB „Lietuvos ryto“ televizija	0,5	0,8	0,2	0,3	0,2	-	1,9	1,5%
7	UAB „15min“	0,1	0,7	0,2	0,2	0,4	-	1,6	1,3%
8	UAB „Lietuvos rytas“	0,6	0,2	0,2	0,1	0,2	-	1,4	1,1%
9	UAB „Diena Media News“	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,1	1,1	0,9%
10	UAB „Santarvės laikraštis“	-	-	-	1,0	-	-	1,1	0,9%
<b>10 tiekėjų:</b>		<b>3,8</b>	<b>8,5</b>	<b>2,1</b>	<b>3,4</b>	<b>3,7</b>	<b>0,4</b>	<b>22,1</b>	<b>17,6%</b>
<b>Kiti tiekėjai (1 324):</b>		<b>18,0</b>	<b>20,7</b>	<b>14,5</b>	<b>23,7</b>	<b>21,9</b>	<b>5,1</b>	<b>103,6</b>	<b>82,4%</b>
<b>Iš viso (1 334):</b>		<b>21,8</b>	<b>29,2</b>	<b>16,6</b>	<b>27,1</b>	<b>25,6</b>	<b>5,5</b>	<b>125,7</b>	<b>100,0%</b>



17 pav. Daugiausiai viešinimo paslaugų sutarčių pagal vertę 2015–2020 m. sudarę žiniasklaidos įmonės pagal pirkimų vykdytojus



Didžiausios žiniasklaidos įmonės pagal sudarytų sutarčių vertę **didžiąją dalį viešinimo paslaugų** sutarčių sudaro su 5 pirkimų vykdytojais, pvz.:

- UAB „Laisvas ir nepriklausomas kanalas“ – 92 proc. sutarčių vertės;
- VšĮ Lietuvos nacionalinis radijas ir televizija – 87 proc.;
- UAB All Media Lithuania – 69 proc.

## Viešinimo paslaugų pirkimai iš viešinimo agentūrų pasiūlymuose nurodytų galutinių paslaugų tiekėjų – viešinimo kanalų

Analizuojant 2019–2020 m. viešinimo paslaugų sutarčių duomenis nustatyta, kad tik nedidelėje dalyje – 17,5 proc. – sutarčių išvardijami galutiniai viešinimo paslaugų tiekėjai (kanalai). Kitose sutartyse (82,5 proc.) nurodytas tiekėjas, su kuriuo sudaryta sutartis, yra galutinis viešinimo paslaugų tiekėjas arba galutiniai viešinimo kanalai nenurodomi. Tolesnei analizei buvo atrinktos tik tos sutartys, kuriose buvo nurodytas laimėjęs tiekėjas – ne galutinis viešinimo kanalas.

14 lentelė. **Viešinimo paslaugų sutartyse nurodyti tiekėjai pagal jų tipą, 2019–2020 m.**

Tiekėjų grupė	Sudarytų sutarčių skaičius	Vertė iš viso, mln. Eur	Sutarčių skaičius, proc.	Vertė, proc.
Nurodytas tiekėjas galutinis (arba nenurodyti kiti viešinimo kanalai)	1 411	19,91	82,5%	64,0%
Nurodytas negalutinis tiekėjas ir galutiniai viešinimo kanalai	300	11,18	17,5%	36,0%
<b>Iš viso:</b>	<b>1 711</b>	<b>31,09</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>



Nustatyta, kad 300 sutarčių iš peržiūrėtų 1 711 nurodytas ne tik tiekėjas, su kuriuo sudaryta sutartis, bet sutartyje taip pat įvardinti ir galutiniai viešinimo kanalai. Šias sutartis sudarė 150 skirtingų pirkimų vykdytojų. **Iš viso nustatyti 571 skirtingi viešinimo kanalai.**

15 lentelė. **Viešinimo kanalų pasiskirstymas pagal jų tipus, 2019–2020 m.**

Viešinimo kanalų tipai	Kanalų skaičius	Kanalų skaičius, proc.
Spauda	254	44,5%
Internetinės sistemos, katalogai ir pan.	141	24,7%
Naujienų portalai	81	14,2%
Radijas	28	4,9%
Informacijos paieškos sistemos	26	4,5%
Televizija	20	3,5%
Socialiniai tinklai	8	1,4%
Kiti informacijos viešinimo kanalai ar tiekėjai	13	2,3%
<b>Iš viso:</b>	<b>571</b>	<b>100,0%</b>

**Pagal viešinimo kanalų tipus, daugiausiai – 44,5 proc. visų viešinimo kanalų – nustatyta skirtingų spaudos leidinių, ir internetinių sistemų, katalogų ir pan. (25 proc.)**



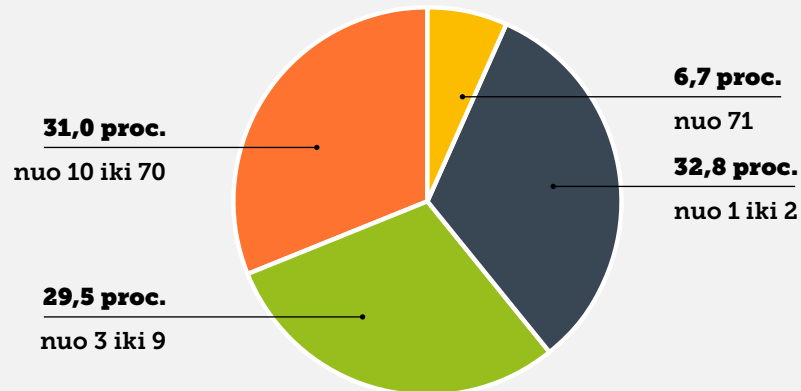
## Viešinimo kanalų naudojimo dažnis

Analizuojant viešinimo kanalų naudojimo dažnį matyti, kad didėjant pasirinktų viešinimo kanalų skaičiui didėja vidutinė sudaromos sutarties vertė. Pirkimų vykdytojai, pasirinkę 1 ar 2 viešinimo kanalus, vidutiniškai išleido 0,03 mln. Eur, o pasirinkę 71 ir daugiau viešinimo kanalų – vidutiniškai išleido 0,19 mln. Eur.

16 lentelė. **Viešinimo kanalų pasiskirstymas pagal jų skaičiaus sutartyse intervalą**

Viešinimo kanalų skaičiaus intervalas	Skirtingų viešinimo kanalų skaičius	Sudarytų sutarčių skaičius	Sudarytų sutarčių skaičius, proc.	Sudarytų sutarčių vertė, mln. Eur	Sudarytų sutarčių vertė, proc.	Vidutinė sutarties vertė, mln. Eur	Pirkimų vykdytojų skaičius	Vidutinė pirkimų vykdytojo išleidžiama suma, mln. Eur
nuo 1 iki 2	80	189	63,0%	3,66	32,7%	0,02	113	0,03
nuo 3 iki 9	122	75	25,0%	3,30	29,5%	0,04	53	0,06
nuo 10 iki 70	254	32	10,7%	3,47	31,0%	0,11	23	0,15
nuo 71	391	4	1,3%	0,75	6,7%	0,19	4	0,19
<b>Iš viso:</b>	<b>571</b>	<b>300</b>	<b>100,0%</b>	<b>11,18</b>	<b>100,0%</b>	<b>0,04</b>	<b>150</b>	<b>0,07</b>

18 pav. **Viešinimo paslaugų sutarčių vertės pasiskirstymas pagal viešinimo kanalų skaičiaus intervalą, proc**



**Daugiau nei pusėje (63 proc.)** analizuotų 2019–2020 m. sudarytų sutarčių pasirenkamai **1–2** galutiniai viešinimo kanalai. Šios sutartys sudaro apie **33 proc.** visų sudarytų sutarčių vertės.

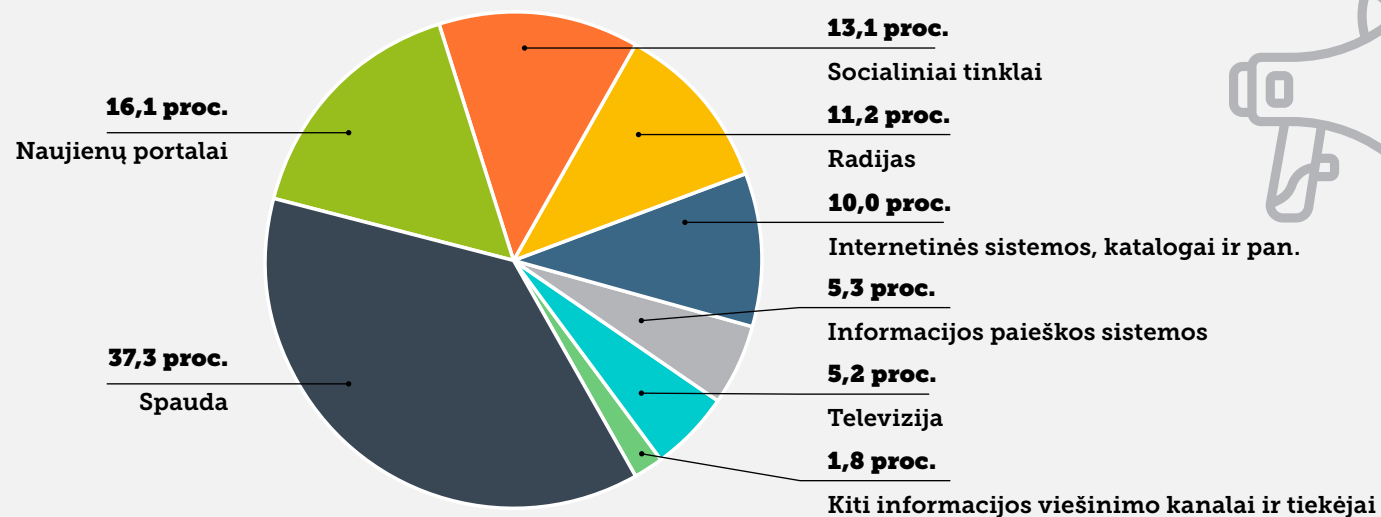
**Po 30 proc. bendros sutarčių vertės** sudaro sutartys, kurių vykdymui pasirenkami **3–9 ir 10–70** galutiniai viešinimo kanalai.

**Daugiau, nei 70 viešinimo kanalų** buvo pasirinkta sutartyse, kurių vertė siekė apie **7 proc.** visų sudarytų sutarčių vertės.

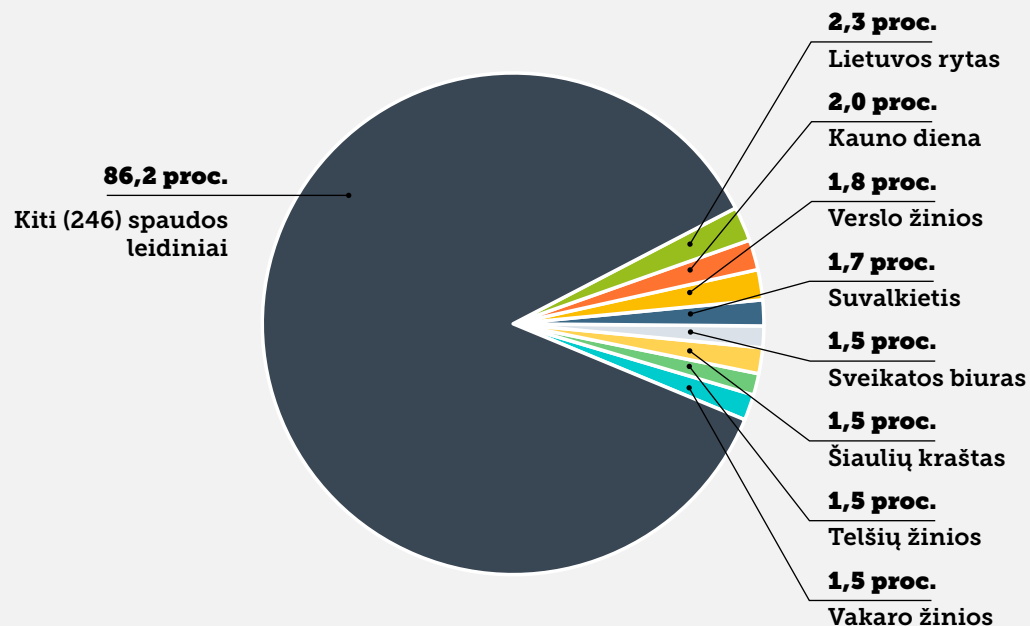
**Iš viso viešinimo kanalų ar kitų (nei sudaryta sutartis) tiekėjų paslaugomis per analizuojamąjį laikotarpį naudotasi 1 738 kartus.**

**Dažniausiai 2019–2020 m. sutartyse, galutinis viešinimo kanalas nurodomas Spauda (37,3 proc.), Naujienų portalai (16,1 proc.), Socialiniai tinklai (13,1 %), Radijas (11,2 proc.).**

19 pav. Viešinio kanalų naudojimo dažnis pagal sudarytų sutarčių skaičių

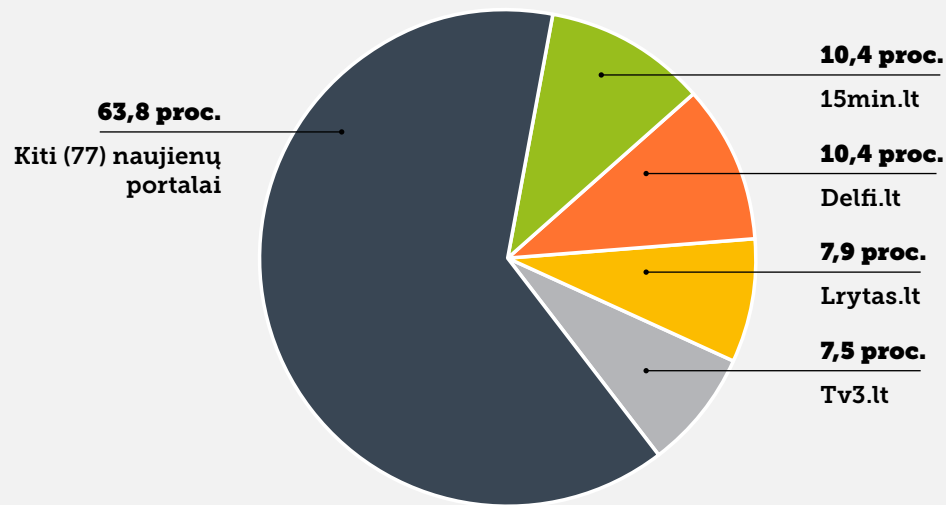


20 pav. Spaudos leidinių pasirinkimo dažnis pagal sudarytų sutarčių skaičių, proc.



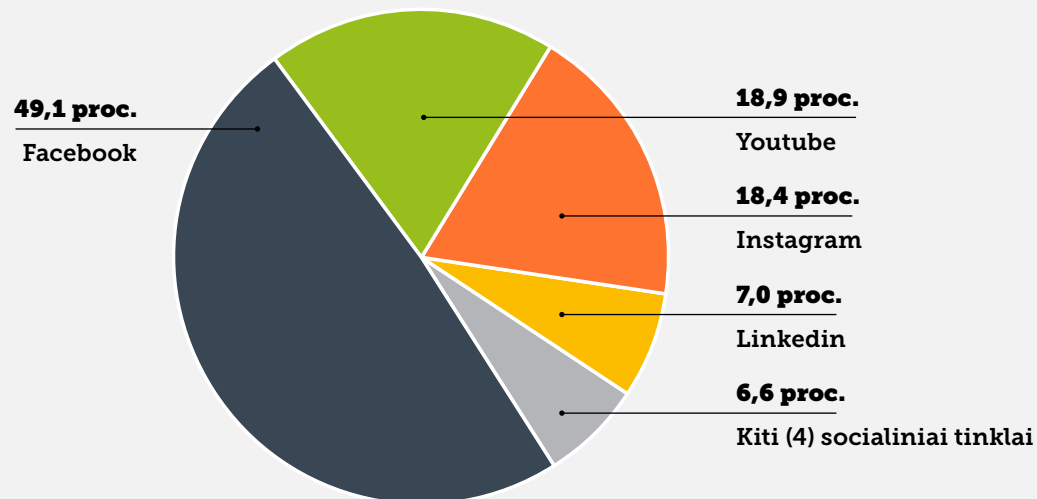
Nustatyta, kad informacijai pavišinti, pirkimų vykdytojai naudojami 254 skirtingų Lietuvos ir užsienio spaudos leidinių paslaugomis. Populiariausi spaudos leidiniai: Lietuvos rytas (2,3 proc.), Kauno diena (2,0 proc.), Verslo žinios (1,8 proc.), Suvalkietis (1,7 proc.), Sveikatos biuras, Šiaulių kraštas, Telšių žinios ir Vakaro žinios (po 1,5 proc.).

21 pav. Naujienų portalų pasirinkimo dažnis pagal sudarytų sutarčių skaičių, proc.



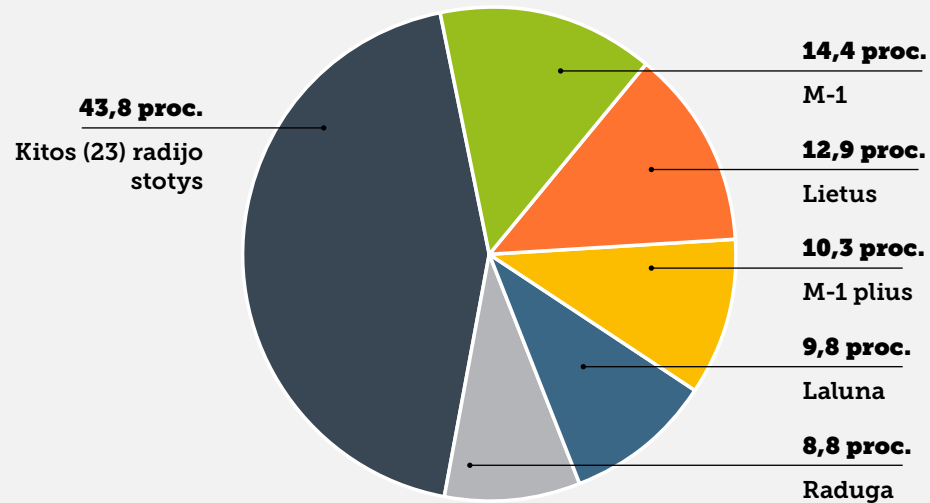
Populiariausi naujienų portalai, kuriuos pirkimų vykdytojai pasirenka kaip viešinimo kanalą, yra 15min.lt ir Delfi.lt (po 10,4 proc.), Lrytas.lt (7,9 proc.), Tv3.lt (7,5 proc.).

22 pav. Socialinių tinklų pasirinkimo dažnis pagal sudarytų sutarčių skaičių, proc.



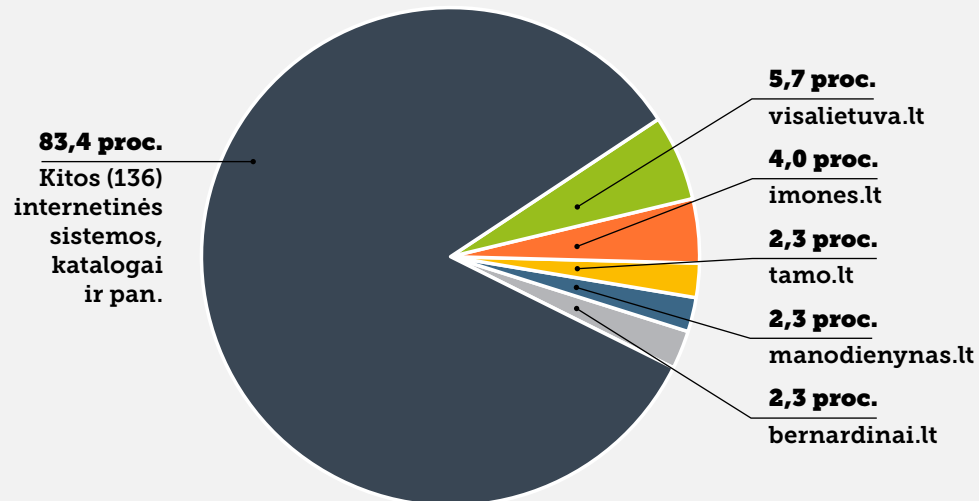
Kaip viešinimo kanalas yra naudojami ir socialiniai tinklai. Dažniausiai pirkimų vykdytojai naudojami Facebook (49,1 proc.), Youtube (18,9 proc.), Instagram (18,4 proc.) paslaugomis.

23 pav. Radijo stočių pasirinkimo dažnis pagal sudarytų sutarčių skaičių, proc.



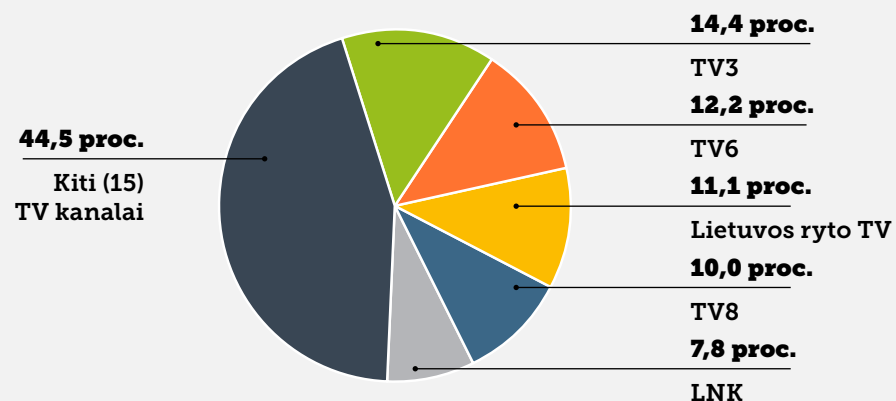
Nustatyta kad dažniausiai informacijos viešinimui pasirenkamos radijo stotys: M-1 (14,4 %), Lietus (12,9 proc.), M-1 plus (10,3 proc.) , Laluna (9,8 proc.) ir Raduga (8,8 proc.).

24 pav. Internetinių sistemų, katalogų ir pan. pasirinkimo dažnis pagal sudarytų sutarčių skaičių, proc.



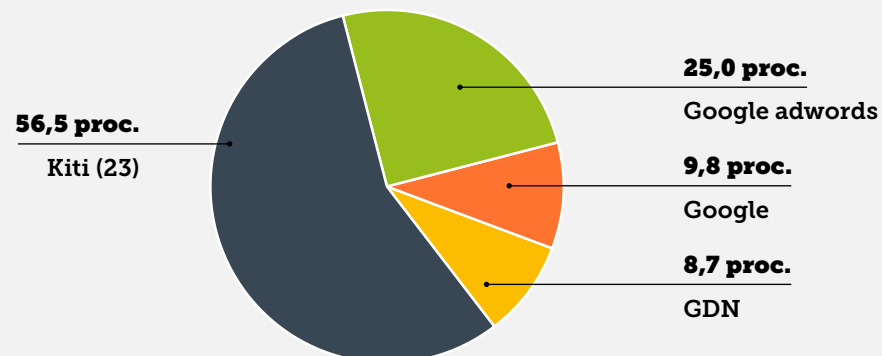
Internetinės sistemos, katalogai ir pan. sudaro net 24,7 proc. visų nustatytų viešinimo kanalų, o jų pasirinkimo dažnis pagal sudarytų sutarčių skaičių – 10 proc. Populiariausias informacinis portalas – visalietuva.lt.

25 pav. **Televizijos kanalų pasirinkimo dažnis pagal sudarytų sutarčių skaičių, proc.**



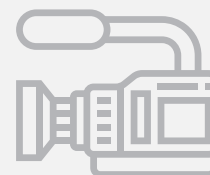
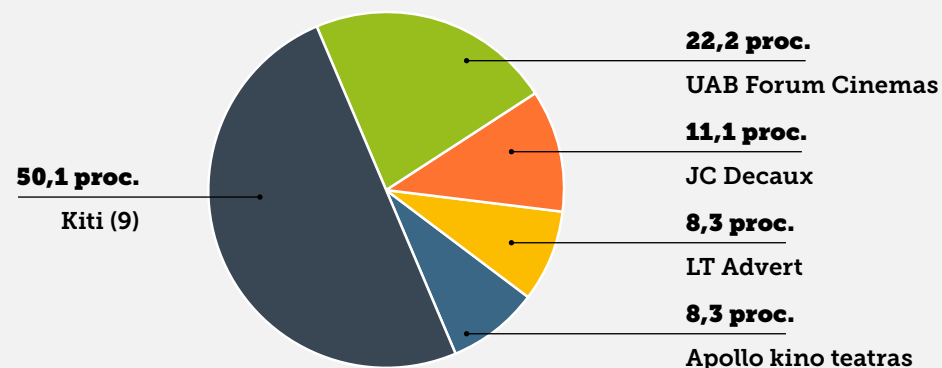
Iš televizijos kanalų informacijos viešinimui dažniausiai renkama TV3 (14,4 proc.), TV6 (12,2 proc.), Lietuvos ryto TV (11,1 proc.), TV8 (10 proc.), LNK (7,8 proc.).

26 pav. **Informacijos paieškos sistemų pasirinkimo dažnis pagal sudarytų sutarčių skaičių, proc.**



Informacijos paieškos sistemos nėra labai dažnai pasirenkama priemonė – jie nurodomi apie 5 proc. sudarytų sutarčių. Populiariausias – Google adwords (25 proc.).

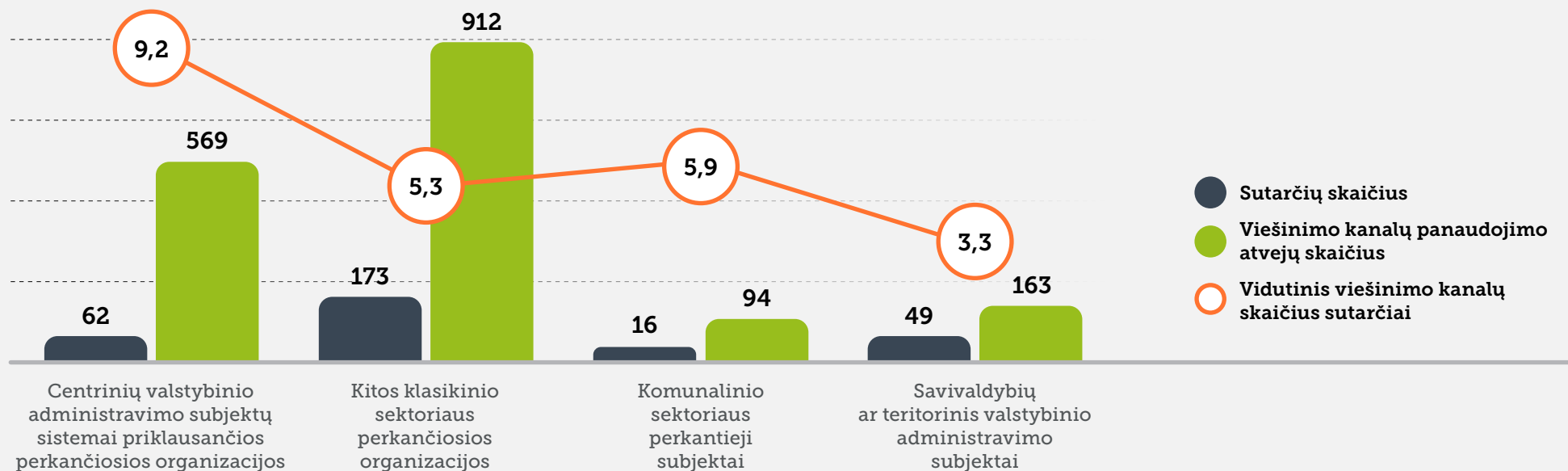
27 pav. **Kitų informacijos viešinimo kanalų pasirinkimo dažnis pagal sudarytų sutarčių skaičių, proc.**



Tarp kitų, nei vienai iš aukščiau išvardintų viešinimo kanalų grupių nepriskirtų viešinimo ir informavimo kanalų (apie 2 proc. sutarčių), sutinkami kino teatrai. Populiariausias iš jų – UAB Forum Cinemas.

**Galutinių viešinimo kanalų skaičius** pagal pirkimų vykdytojų tipus, svyruoja nuo vidutiniškai **3,3** iki **9,2** viešinimo kanalų. Didžiausias viešinimo kanalų panaudojimo atvejų skaičius nustatytas Kitų klasikinio sektoriaus perkančiųjų organizacijų sutartyse, bet **didžiausias vidutinis viešinimo kanalų skaičius sutarčiai – 9,2 – Centrinųjų valstybinio administravimo subjektų sistemai priklausančių perkančiųjų organizacijų sutartyse.**

28 pav. Vidutinis galutinių viešinimo kanalų skaičius sutarčiai pagal pirkimų vykdytojų tipus, 2019–2020 m.



Išanalizavus dažniausiai pasirenkamų galutinių viešinimo kanalų panaudojimo atvejų dažnį skirtingų pirkimų vykdytojų tipų sutartyse, **nestebimas prisirišimas tarp atskirų viešinimo kanalų ir pirkimo vykdytojų tipų.** Pavyzdžiui, informacijos viešinimo spaudoje atveju dažnai viešinimo kanalo pasirinkimą įtakoja regioniškas, o skirtingų spaudos viešinimo kanalų nustatyta net 254. Naujiųjų portalų tarpe visų tipų pirkimų vykdytojų sutartyse dominuoja tie patys populiariausi portalai.

## Sutartyse numatytos paslaugų vykdymo apimties ir lėšų pasiskirstymas pagal galutinius viešinimo kanalus

CVP IS nėra kaupiama ir skelbiama struktūrizuota informacija apie sutartyse nurodytus galutinius viešinimo kanalus. Siekdami nustatyti, kokiais būdais sutartyse apibrėžiama kiekvienam iš sutarties vykdytojų numatyta sutarties vykdymo ir lėšų dalis, paanalizavome 2019–2020 (iki gegužės mėn.) m. laikotarpiu sudarytas viešinimo paslaugų sutartis (300), kuriose buvo nurodyti galutiniai viešinimo kanalai.

Analizės rezultatai parodė, kad sutartyse numatytų vykdyti paslaugų apimties bei lėšų dalis pagal atskirus paslaugų vykdytojus nurodoma įvairiai, priklausomai nuo viešinimo paslaugų objekto specifikos bei pirkime taikyto kainodaros būdo. Nustatyta, kad dauguma analizuotų sutarčių atvejų vienokiu ar kitokiu būdu pateikiama informacija apie galutiniam viešintojui ar jų grupei numatytą viešinimo paslaugų apimtį, įkainius, galutinę kainą ar kitą vertės pasiskirstymo išraišką, pavyzdžiui, nurodant procentinę sutarties lėšų dalį kiekvienam iš sutartyje numatytų galutinių viešinimo kanalų arba nurodant, kuriam iš viešinimo kanalų ar jų grupių numatyta didžioji viešinimo paslaugų svorio dalis ir kt. (apie 2 proc. sutarčių). Taip pat pastebėta, kad iš sutarčių informacijos ne visada galima nustatyti, kokia sutarties lėšų dalis tenka konkrečiam tiekėjui, kadangi nurodomi kiekvieno tiekėjo įkainiai ir bendra paslaugai įsigyti skirta lėšų suma, nedetalizuojant numatomos sutarties vykdymo apimties jokia išraiška (apie 12 proc. sutarčių). Nustatyta,

kad 8 proc. analizuotų sutarčių visa sutartyje numatyta lėšų suma paskirstyta galutiniams viešinimo kanalams. Tokiais atvejais neaišku, kokia sutarties lėšų dalis numatyta viešinimo agentūrai, su kuria sudaryta sutartis.

Pasitaikė atvejų, kuomet sutartyje nurodyti paslaugų įkainiai slepiami, juos „uždengiant“, tačiau nenustatyta, kad kurie nors pirkimų vykdytojai tai darytų tendencingai.

Paanalizavus didžiausių pagal 2019–2020 m. laikotarpiu sudarytų viešinimo paslaugų sutarčių vertę tiekėjų – UAB „CARAT“, UAB „Idea prima“, UAB „Fabula ir partneriai“, UAB „Gravitas Partners“, UAB „MEDIA HOUSE“ – sutartyse nurodytą galutinių viešinimo kanalų informaciją pagal numatytą sutarties vykdymo apimtį, lėšas, nustatyta, kad informacija pateikiama pakankamai detalai, dažnu atveju galima tiksliai nustatyti, kaip sutartyje numatyta paskirstyti tiek sutarties vykdymo apimtį, tiek lėšas. **Tokie informacijos pateikimo būdai sutartyse (pasiūlymuose) galėtų būti taikomi, kaip gerosios praktikos pavyzdžiai.** Apibendrintą minėtų didžiausių pagal sudarytų sutarčių vertę 5 viešinimo agentūrų sutartyse nurodytą informaciją pagal galutinius viešinimo kanalus detalčiau galima paanalizuoti šios apžvalgos 6 priede (19–23 lentelėse).

**Didžiausių pagal 2019–2020 m. laikotarpiu sudarytų viešinimo paslaugų sutarčių vertę tiekėjų – UAB „CARAT“, UAB „Idea prima“, UAB „Fabula ir partneriai“, UAB „Gravitas Partners“, UAB „MEDIA HOUSE“ – sutartyse informacija apie galutinių viešinimo kanalų informaciją pagal numatytą sutarties vykdymo apimtį, lėšas pateikiama pakankamai detalai, dažnu atveju galima tiksliai nustatyti, kaip sutartyje numatyta paskirstyti tiek sutarties vykdymo apimtį, tiek lėšas.**

# VIEŠINIMO PASLAUGŲ PIRKIMŲ PEVENCINĖ PRIEŽIŪRA IR VERTINIMAS

Tarnyba 2020 m. II ketvirtį sistemiškai vertino viešinio paslaugų pirkimų dokumentuose nustatytus reikalavimus pirkimo objektui, tiekėjų kvalifikacijai bei pačių procedūrų vykdymą – pasiūlymų vertinimą. Per šį laikotarpį prevencine tvarka, iki pasiūlymų pateikimo momento, buvo **peržiūrėta 11 skelbiamų viešinio paslaugų pirkimų dokumentų, o 8 pirkimai**, iš kurių dalies pasiūlymų pateikimo terminas jau buvo pasibaigęs, dalies pirkimų procedūros pasibaigę sudarius sutartis, – **buvo vertinami detaliau**. Tiek atliekant prevencinę peržiūrą, tiek atliekant detalesnį pirkimų vertinimą, išryškėjo pirkimų vykdytojų daromos klaidos, kurios daugiausiai susijusios su pirkimo dokumentuose nustatomais pasiūlymų vertinimo kriterijais:

## 1) pirkimuose numatyti pasiūlymų vertinimo kriterijai pagal kainos ir kokybės santykį – subjektyvūs, o vertinimo tvarka nepakankamai aiški

Lietuvos Aukščiausiasis Teismas, formuodamas teisės taikymo praktiką, nurodė<sup>16</sup>, kad „tais atvejais, kai pagal perkančiosios organizacijos parengtas pirkimo sąlygas sprendžiant dėl tiekėjų pasiūlymų ekonominio naudingumo vertinamas ne konkretus matmuo (pvz., fizinis dydis), tačiau prašoma pateikti nurodyto kriterijaus aprašymą, perkančiajai organizacijai kyla pareiga kuo tiksliau ir detaliau aprašyti vertinimo kriterijus, kuriais remiantis bus skiriami konkretūs ekonominio naudingumo balai“. Lietuvos Aukščiausiasis Teismas taip pat pažymėjo, kad pirkimo sąlygose dėl ekonomiškai naudingiausio pasiūlymo kriterijų nenustačius detalios kriterijų vertinimo sistemos, susiklosto situacija, kai konkretaus pasiūlymo vertinimas priklausys nuo subjektyvaus vertintojo požiūrio, perkančiosios organizacijos poreikių ar motyvų, o tai neatitinka VPI įtvirtinto skaidrumo imperatyvo, todėl tokios pirkimo sąlygos neteisėtos.

16 Lietuvos Aukščiausiojo Teismo 2018-05-03 nutartis civilinėje byloje Nr. e3K-3-178-378/2018.

## 2) vertinimo kriterijai neturi sąsajumo su sutarties vykdymu

Ekonomiškai naudingiausio pasiūlymo vertinimo kriterijai pirkimo sąlygose turi būti nustatomi ne dėl to, kad būtų galima palyginti tiekėjų pasiūlymus, o tam, kad pasiūlymų vertinimo metu pamatuota ekonominė nauda būtų įgyvendinta vykdant sudarytą pirkimo sutartį. Lietuvos Aukščiausiasis Teismas, formuodamas teisės taikymo praktiką, nurodė, kad tiekėjų pateikti atitikties nustatytiems ekonominio naudingumo kriterijams aprašymai (juose esantys tiekėjų įsipareigojimai ar patvirtinimai), susiję su įvairiais viešojo pirkimo sutarties vykdymo aspektais, privalo būti įtraukti į viešojo pirkimo sutartį bei vykdomi<sup>17</sup>. Kai tiekėjas pripažintas laimėtoju dėl to, kad jo pasiūlymas geriau už kitų pirkimo dalyvių pasiūlymus atitiko ekonominio naudingumo reikalavimus, toks jo pranašumas turi tiesiogiai atsispindėti ir sutartyje.



17 Lietuvos Aukščiausiojo Teismo 2018-05-03 nutartis civilinėje byloje Nr. e3K-3-178-378/2018.



## Prevencinė pirkimų peržiūra

Tarnyba, siekdama užtikrinti efektyvesnę pirkimų priežiūrą, vis daugiau dėmesio skiria prevencinei pirkimo dokumentų peržiūrai, kai pirkimų dokumentai peržiūrimi iki pasiūlymo pateikimo momento, o nustačius LR viešųjų pirkimų įstatymo (toliau – VPIĮ) ir su jo įgyvendinimu susijusių teisės aktų pažeidimus, yra teikiamos rekomendacijos pirkimų vykdytojams dėl pirkimų dokumentų trūkumų ištaisymo. Toliau pateikiama informacija apie 11 prevencine tvarka peržiūrėtų viešinimo paslaugų pirkimų dokumentų rezultatus.

17 lentelė. Tarnybos prevencine tvarka peržiūrėtų viešinimo paslaugų pirkimų dokumentų rezultatai

Eil. Nr.	Pirkimų vykdytojas	Pirkimo Nr.	Pirkimo pavadinimas	Nustatyti pažeidimai	Pirkimų vykdytojo veiksmai, atsižvelgiant į Tarnybos rekomendacijas	Pirkimo laimėtojas / Sudarytos sutarties vertė, Eur
1.	Būsto energijos taupymo agentūra	477961	Informacijos rengimo ir skelbimo nacionalinėje ir regioninėje spaudoje, interneto žiniasklaidoje ir socialiniame tinkle 2021 m. paslaugos	Nustatytas kvalifikacinis reikalavimas <sup>18</sup> yra perteklinis, neproporcingas, neatitinka Metodikos <sup>19</sup> reikalavimų. Kvalifikacinis reikalavimas <sup>20</sup> yra perteklinis, dirbtinai ribojantis konkurenciją, juo skatinamas priverstinis tiekėjų jungimasis. Pirkimų dokumentuose nustatyta pasiūlymų vertinimo tvarka ir aprašymai yra neaiškūs, neapibrėžti, palieka vietos interpretacijai, dviprasmiški, todėl neatitinka VPIĮ 35 straipsnio 4 dalies reikalavimų <sup>21</sup> . Nustatyta ekonomiškai naudingiausio pasiūlymo vertinimo tvarka suformuluota netinkamai ir neužtikrina objektyvaus bei skaidraus pasiūlymų vertinimo, skaidraus balų skyrimo pasiūlymų vertinimo metu, suteikia pirkimo vykdytojui plačias galimybes subjektyviam pasiūlymų vertinimui, dėl ko nėra užtikrinama veiksminga tiekėjų konkurencija, neatitinka VPIĮ 55 straipsnio 5 dalies reikalavimų ir 17 straipsnio 1 dalyje įtvirtinto skaidrumo principo. Be to, nėra užtikrintas ekonomiškai naudingiausio pasiūlymo vertinimo kriterijų sąsajumas su sutarties vykdymu.	Atsižvelgta į Tarnybos rekomendacijas, pirkimų procedūros nutrauktos.	-
2.	Būsto energijos taupymo agentūra	477964	Informacijos rengimo ir skelbimo nacionalinėje ir regioninėje spaudoje, interneto žiniasklaidoje ir socialiniame tinkle 2022 m. paslaugos			-
3.	Būsto energijos taupymo agentūra	486578	Informacijos rengimo ir skelbimo nacionalinėje ir regioninėje spaudoje, interneto žiniasklaidoje ir socialiniame tinkle 2021 m. paslaugos	Reikalavimų, pažeidžiančių teisės aktų nuostatas, nenustatyta	-	Pasiūlymų pateikimas 2020-06-16

18 „<...> turi turėti ne mažiau kaip 3 viešinimo specialistus, kurie būtų dalyvavę bent dviejuose viešinimo projektuose <...>“.

19 Tiekėjo kvalifikacijos reikalavimų nustatymo metodiką, patvirtintą Viešųjų pirkimų tarnybos direktoriaus 2017 m. birželio 29 d. įsakymu Nr. 1S-105 „Dėl Tiekėjo kvalifikacijos reikalavimų nustatymo metodikos patvirtinimo“.

20 „Tiekėjas turi teisę verstis pirkimo sutarčiai vykdyti reikalinga veikla:

4.1. - 4.2. laikraščių leidyba (Ekonominės veiklos rūšių klasifikatoriaus EVRP 58.13 kodas).

4.3. interneto vartų paslaugų (pagal Ekonominės veiklos rūšių klasifikatorių EVRK 63.12 punktą)“.

21 „<...> Pirkimo dokumentai turi būti tikslūs, aiškūs, be dviprasmybių, kad tiekėjai galėtų pateikti pasiūlymus, o perkančioji organizacija – nupirkti tai, ko reikia.“

Eil. Nr.	Pirkimų vykdytojas	Pirkimo Nr.	Pirkimo pavadinimas	Nustatyti pažeidimai	Pirkimų vykdytojo veiksmai, atsižvelgiant į Tarnybos rekomendacijas	Pirkimo laimėtojas / Sudarytos sutarties vertė, Eur
4.	Būsto energijos taupymo agentūra	478056	Informacijos rengimo ir skelbimo nacionalinio radijo programų transliuotojo programoje, transliuojamoje rusų k., paslaugos	Nustatytas kvalifikacinis reikalavimas <sup>22</sup> yra perteklinis, neproporcingas ir neatitinka Metodikos <sup>23</sup> reikalavimų. Pirkimų dokumentuose nustatyta ekonomiškai naudingiausio pasiūlymo vertinimo tvarka suformuluota netinkamai ir neužtikrina objektyvaus bei skaidraus pasiūlymų vertinimo, skaidraus balų skyrimo pasiūlymų vertinimo metu, suteikia pirkimo vykdytojui plačias galimybes subjektyviam pasiūlymų vertinimui, kas neužtikrina veiksmingos tiekėjų konkurencijos bei pažeidžia VPĮ 55 straipsnio 5 dalies reikalavimus ir 17 straipsnio 1 dalyje įtvirtintą skaidrumo principą. Nėra užtikrintas ekonomiškai naudingiausio pasiūlymo vertinimo kriterijų sąsajumas su sutarties vykdymu.	Atsižvelgta į Tarnybos rekomendacijas, pirkimų procedūros nutrauktos.	-
5.	Būsto energijos taupymo agentūra	478060	Informacijos rengimo ir skelbimo regioninėje/vietinėje radijo programoje, transliuojamoje lenkų kalba paslaugos			-
6.	Nacionalinė mokėjimo agentūra prie Žemės ūkio ministerijos	481477	Visuomenės informavimo kampanijos regioninėje ir vietinėje spaudoje įgyvendinimo paslaugos	Pirkimų dokumentuose nustatyti ekonominio naudingumo balų skyrimo tvarkos aprašymai yra labai platūs, abstraktūs, naudojamos nevienareikšmiškai, subjektyviai interpretuojamos sąvokos. Techninė specifikacija yra abstrakti, pateikiama tik bendro pobūdžio informaciją, dėl ko tiekėjams sudėtinga įvertinti kokie viešinimo kompanijos aspektai (kokios administruojamos programos) turi atsispindėti pasiūlymuose. Tiekėjai, rengdami pasiūlymą, gali klaidingai interpretuoti plačiai aiškinamas sąvokas, kurios sudaro prielaidas subjektyviam pasiūlymų vertinimui. Pasiūlymo naudingumas šiuo atveju būtų apspręstas pasiūlymus vertinančių asmenų subjektyvaus požiūrio, – laimėtoją galimai nulemtų pasiūlymą rengusio asmens sugebėjimas rašyti, dėstyti mintis ir pan. Nėra užtikrintas ekonomiškai naudingiausio pasiūlymo vertinimo kriterijų sąsajumas su sutarties vykdymu.	Atsižvelgta į Tarnybos rekomendacijas, pirkimų procedūros nutrauktos.	-
7.	Nacionalinė mokėjimo agentūra prie Žemės ūkio ministerijos	489013	Visuomenės informavimo kampanijos regioninėje ir vietinėje spaudoje įgyvendinimo paslaugų pirkimas	Reikalavimų, pažeidžiančių teisės aktų nuostatas, nenustatyta.	-	Pasiūlymų pateikimas 2020-06-29

<sup>22</sup> „Tiekėjas turi pasiūlyti bent 2 (du) radijo laidoms sukurti, parengti transliuoti reikalingus pagrindinius specialistus <...>“.

<sup>23</sup> Tiekėjo kvalifikacijos reikalavimų nustatymo metodiką, patvirtintą Viešųjų pirkimų tarnybos direktoriaus 2017 m. birželio 29 d. įsakymu Nr. 1S-105 „Dėl Tiekėjo kvalifikacijos reikalavimų nustatymo metodikos patvirtinimo“.

Eil. Nr.	Pirkimų vykdytojas	Pirkimo Nr.	Pirkimo pavadinimas	Nustatyti pažeidimai	Pirkimų vykdytojo veiksmai, atsižvelgiant į Tarnybos rekomendacijas	Pirkimo laimėtojas / Sudarytos sutarties vertė, Eur
8.	LR Vyriausybės kanceliarija	478319	Kibernetinį ir informacinį atsparumą skatinančios visuomenės informavimo kampanijos įgyvendinimo paslaugos	Reikalavimų, pažeidžiančių teisės aktų nuostatas, nenustatyta.	-	I dalis: ūtkio subjektų grupė: UAB „CARAT“ ir UAB „BOSANOVA“ 450 000,0 Eur II dalis: UAB „Fabula ir partneriai“ 230 000,0 Eur
9.	UAB „Ignitis grupės paslaugų centras“	479266	(2020-GSC-63) Ryšių su visuomene paslaugos	Reikalavimų, pažeidžiančių teisės aktų nuostatas, nenustatyta.	-	UAB „Ad verum“ 60 500,0 Eur
10.	Asociacijos „Langas į ateitį“	480785	Vaizdo klipų transliacijų planavimo ir įgyvendinimo paslaugų pirkimas	Reikalavimų, pažeidžiančių teisės aktų nuostatas, nenustatyta.	-	Pasiūlymų pateikimas 2020-07-01
11.	LR žemės ūkio ministerija	490623	Viešinimo ir informavimo interneto naujienų portaluose paslaugų pirkimas	Reikalavimų, pažeidžiančių teisės aktų nuostatas, nenustatyta.	-	Pasiūlymų pateikimas 2020-07-09

## Pirkimų vertinimai

Tarnyba per 2020 m. II ketv. be aukščiau minėtų vienuolikos pirkimų prevencinės peržiūros, taip pat atliko sisteminių dalinių aštuonių pirkimų procedūrų patikrinimą<sup>24</sup>, kurio metu buvo keliami klausimai:

- ar pirkimuose nustatyta ekonominio naudingumo vertinimo kriterijų balų skyrimo tvarka yra aiškiai, suprantamai apibrėžta ir vienodai vertinama pirkimu suinteresuotų pusių ir pagal šią tvarką galima įvertinti ir palyginti tiekėjų pasiūlymus;
- ar vertinant tiekėjų pasiūlymus apskaičiuota ekonominė nauda bus pasiekta vykdam sutartis.

### Penkiuose iš aštuonių tikrintų pirkimų Tarnyba nustatė pažeidimus.

Dėl nustatytų pažeidimų pirkimų vykdytojai buvo įpareigoti nutraukti vykdomų pirkimų procedūras.

18 lentelė. Tarnybos atlikti viešinimo paslaugų pirkimų vertinimai

Eil. Nr.	Pirkimų vykdytojas	Pirkimo Nr.	Pirkimo pavadinimas	Nustatyti pažeidimai	Pirkimų vykdytojo veiksmai, atsižvelgiant į Tarnybos rekomendacijas	Pirkimo laimėtojas / sudarytos sutarties vertė, Eur
1.	LR švietimo, mokslo ir sporto ministerija	456672	Patyčių dėžutė	<b>Nustatyti pažeidimai:</b> 1. Kokybės kriterijų vertinimo tvarka pažeidžia VPĮ 55 straipsnio 5 dalies reikalavimus bei 17 straipsnio 1 dalyje įtvirtintą skaidrumo principą. 2. Pirkimo vykdytojas, rengdamas pirkimo dokumentus bei nustatydamas kriterijų T2, neužtikrino jo privalomumo pirkimo sutarties vykdymo metu ir tuo pažeidė skaidrumo bei tiekėjų lygiateisiškumo principus (VPĮ 17 straipsnio 1 dalis). <b>Sutartis įvykdyta.</b>	–	UAB „VRS WPI Vilnius“ 14 903,00 Eur
2.	LR švietimo, mokslo ir sporto ministerija	454623	Komunikacijos kampanijos „Pažangus mokslas – komercializuotas mokslas“ sukūrimo ir įgyvendinimo paslaugos	<b>Nustatyti pažeidimai:</b> Kokybės kriterijų vertinimo tvarka pažeidžia VPĮ 55 straipsnio 5 dalies reikalavimus bei 17 straipsnio 1 dalyje įtvirtintą skaidrumo principą.	Pirkimo procedūros nutrauktos, vykdam Tarnybos įpareigojimą	

<sup>24</sup> Tikrinimo ataskaita (2020-06-23 Nr. 4S-570) skelbiama Tarnybos tinklalapyje, adresu <https://vpt.lrv.lt/lt/ukio-subjektu-prieziura/isvados-ataskaitos/tikrinimo-ataskaitos-2/2020-3>.

Eil. Nr.	Pirkimų vykdytojas	Pirkimo Nr.	Pirkimo pavadinimas	Nustatyti pažeidimai	Pirkimų vykdytojo veiksmai, atsižvelgiant į Tarnybos rekomendacijas	Pirkimo laimėtojas / sudarytos sutarties vertė, Eur
3.	LR švietimo, mokslo ir sporto ministerija	474993	Mokiniam skirtas STEAM mokslų konkurso „Mūsų eksperimentas“ organizavimo ir viešinimo paslaugos	<b>Nustatyti pažeidimai:</b> Kokybės kriterijų vertinimo tvarka pažeidžia VPĮ 55 straipsnio 5 dalies reikalavimus bei 17 straipsnio 1 dalyje įtvirtintą skaidrumo principą. Pirkimo procedūros baigėsi atmetus visas paraiškas ar pasiūlymus.	–	
4.	Būsto energijos taupymo agentūra	464086	Vaizdo klipų sukūrimo, pagaminimo ir parengimo transliavimui viešajame transporte paslaugos	<b>Pažeidimų nenustatyta.</b>	–	UAB „Dix LT“ 10 890,00 Eur
5.	VšĮ Centrinė projektų valdymo agentūra	466831	Komunikacijų kampanijų įgyvendinimo paslaugos (I, II dalys)	<b>Pažeidimų nenustatyta.</b>	–	I dalis: UAB „Berta And“ 33 517,00 Eur II dalis: UAB „Idea prima“ 43 995,60 Eur
6.	AB „Amber Grid“	477078	Integruotos komunikacijos paslaugos	<b>Pažeidimų nenustatyta.</b>	–	UAB „Headline Agency“, 157 300,00 Eur
7.	VĮ Lietuvos oro uostai	466722	Integruotos komunikacijos paslaugų pirkimas	<b>Nustatyti pažeidimai:</b> Pirkimo vykdytojas, rengdamas pirkimo dokumentus bei nustatydamas kriterijų T, neuztikrino jo privalomumo pirkimo sutarties vykdymo metu ir tuo pažeidė skaidrumo bei tiekėjų lygiateisiškumo principus (PĮ 29 straipsnio 1 dalis).	Pirkimo procedūros nutrauktos, vykdamas Tarnybos įpareigojimą	
8.	VĮ „ORO NAVIGACIJA“	469270	Viešinimo ir konsultavimo paslaugos	<b>Nustatyti pažeidimai:</b> 1. Kokybės vertinimo kriterijaus T1 parametro (P2) vertinimo tvarka pažeidžia VPĮ 55 straipsnio 5 dalies reikalavimus bei 17 straipsnio 1 dalyje įtvirtintą skaidrumo principą. 2. Pirkimo vykdytojas, rengdamas pirkimo dokumentus bei nustatydamas kriterijų T1, neuztikrino jo privalomumo pirkimo sutarties vykdymo metu ir tuo pažeidė skaidrumo bei tiekėjų lygiateisiškumo principus (VPĮ 17 straipsnio 1 dalis).	Pirkimo procedūros nutrauktos, vykdamas Tarnybos įpareigojimą	

**Dalyje tikrintų pirkimų ekonominio naudingumo metodikų kokybės kriterijai yra objektyviai pamatuojami ir patikrinami, t. y. vertinamas konkretus matmuo, kiti kokybės kriterijai vertinami ekspertinio vertinimo būdu pagal vertinimo metodikose pateiktus aprašymus.**

## Dėl kokybės kriterijų vertinimo tvarkos<sup>25</sup>

Tarnybos vertinimu, Oro navigacijos pirkime ir LR švietimo, mokslo ir sporto ministerijos (toliau – ŠMSP) pirkimuose nurodytos kokybės kriterijų vertinimo tvarkos neužtikrina skaidraus balų skyrimo, pvz., Oro navigacijos praktinės užduoties (P<sub>2</sub>) vertinimo balų reikšmių aprašymai aiškiai neapibrėžia, kaip bus vertinama atitiktis nustatytam kriterijui, kiekvieno balo skyrimo tvarkos aprašymas yra kitokio turinio, nenuoseklus, logiškai nepagrįstas pagal kiekvieną skirtingų balų intervalą.

BETA, CPVA, Amber Grid, Oro uostų ir Oro navigacijos pirkimų sąlygose nurodyti vertinamieji dalykai aprašyti pakankamai tiksliai ir detalai, vertinimų aprašymai yra nuoseklūs bei logiškai pagrįsti pagal kiekvieną skiriamą balų skaičių (didėjimą/mažėjimą), ekspertai ir tiekėjai, būdami srities žinovais, remdamiesi savo žiniomis ir patirtimi, pagal pateiktus vertinimo aprašymus gali identifikuoti, kaip konkretus pasiūlymas turėtų būti įvertintas. Šiuose pirkimuose pretenzijų dėl ekonominio naudingumo vertinimo metodikų (balų skyrimo tvarkų) nebuvo.



<sup>25</sup> Detalesnę informaciją pagal pirkimų vykdytojus galima rasti tikrinimo ataskaitoje<sup>9</sup>.

## Dėl ekonominės naudos gavimo vykdam sutartį<sup>26</sup>

**Oro uostų** ir **Oro navigacijos** pirkimų sąlygose nenurodyta, kad, tiekėjas techninėje specifikacijoje nurodytas paslaugas turi suteikti pagal tuos pačius kokybinius reikalavimus, kurie buvo vertinami ir už kurių išpildymą buvo suteikti balai, o tai reiškia, kad šių pirkimų sutarčių nuostatos neužtikrina potencialios naudos, kuri buvo apskaičiuota vertinant tiekėjų pasiūlymų ekonominį naudingumą, gavimą pirkimų sutarčių vykdymo metu, todėl laikytina, kad ekonomiškai naudingiausio pasiūlymo vertinimo kriterijų sąsajumas su sutarčių vykdymu neužtikrintas. **ŠMSP** patyčių dėžutės viešinimo pirkimo sutarties objektas apima visas tiekėjo pasiūlytoje komunikacijos kampanijos koncepcijoje ir veiksmų plane nurodytas komunikacijos priemones, tačiau pirkimo sąlygose (sudarytoje sutartyje) neapartas komunikacijos plano, kuris buvo vertinamas pirkimo metu, privalomumas, nėra aptarta jo teisinė galia bei tiekėją įpareigojantis pobūdis, t. y., laimėjusiame pasiūlyme pateiktas komunikacijos planas pirkimo sutarties vykdymo metu neturės jokios reikšmės, todėl laikytina, kad ekonomiškai naudingiausio pasiūlymo vertinimo kriterijaus sąsajumas su sutarties vykdymu neužtikrintas.

Analizuojant kitų tikrintų pirkimų dokumentus, Tarnyba nustatė, kad **ŠMSP** pažangaus mokslo komunikacijos kampanijos pirkimo sąlygos, ŠMSP konkurso „Mūsų eksperimentas“ viešinimo pirkimo sąlygos, **CPVA** ir **Amber Grid** pirkimų sąlygos užtikrina potencialios naudos, kuri buvo apskaičiuota vertinant tiekėjų pasiūlymų ekonominį naudingumą, gavimą sutarties vykdymo metu, t. y. ekonomiškai naudingiausio pasiūlymo vertinimo kriterijų privalomumą ir jų sąsajumą su sutarties vykdymu.

<sup>26</sup> T. p., kaip 10.

# IŠVADOS, REKOMENDACIJOS

1. Nepaisant to, kad pasiūlymų kokybės charakteristikų, kurios nėra kiekybiškai įvertinamos, vertinimas visada turi subjektyvumo požymių ir įprastai tokių vertinimą atlieka ekspertai (šiuo atveju viešinimo srities žinovai), pirkimų vykdytojai, rengdami pirkimų dokumentus, privalo kuo tiksliau ir detaliau formuluoti balų skyrimo tvarką (šios tvarkos aprašomąsias nuostatas), kad ji būtų interpretuojama ir aiškinama vienodai visų pirkimu suinteresuotų pusių. Tarnybos nuomone, pirkimų sąlygose privalo būti ne tik tiksliai apibūdinti kokybės kriterijai, bet ir nurodyti konkretūs vertinamieji dalykai (aspektai), kurie, siekiant išvengti abstrakčių sąvokų vartojimo, turi būti kuo detaliau paaiškinti ir atsispindėti kiekviename skirtingų balų skaičiaus (intervalo) vertinimo aprašyme, o tuo atveju, kuomet pirkimų vykdytojas nežino nei galimos koncepcijos, nei priemonių rezultatui pasiekti ir iš tiekėjų tikisi, kad šie pasiūlys optimaliausius jo siekiamiems tikslams tinkamus variantus, t. y. kuomet yra vertinama idėja, svarstyti dėl projekto konkurso procedūros pasirinkimo arba kitais būdais užtikrinti tiekėjų anonimiškumą, kad pasiūlymus vertinantys ekspertai nebūtų informuoti apie pirkime dalyvaujančius tiekėjus.
2. Nustatomi ekonominio naudingumo vertinimo kriterijai skirti ne tik laimėtojui nustatyti ar pasiūlymams palyginti vykdant viešojo pirkimo procedūras, bet privalo būti perkelti ir į sutarties vykdymo etapą, todėl pirkimų dokumentuose turi būti numatytos sutarties sąlygos, kurios užtikrins teikiamų paslaugų kokybės atitiktį tiems kokybiniais reikalavimams, kurie buvo vertinami ir už kurių išpildymą buvo suteikti balai, tokiu būdu užtikrinant potencialios naudos, kuri buvo apskaičiuota vertinant tiekėjų pasiūlymų ekonominę naudingumą, gavimą. Neįtvirtinus ekonominio naudingumo vertinimo kriterijų sudarytose pirkimo sutartyse, pirkimų vykdytojai neįgyvendina tokių kriterijų nustatymo tikslo, t. y. sutarties vykdymo etape gauti tam tikrą ekonominę naudą (pvz., geresnę kokybę).



3. Atsižvelgiant į tai, kad įprastai viešinimo paslaugų suteikimo sutarčių įvykdymo rezultata žino tik sutarčių šalys ir visuomenei dažnu atveju jis nėra akivaizdus, rekomenduojama pirkimų vykdytojams rengti ataskaitas ir jas laisva forma viešinti, kokios paslaugos buvo suteiktos, kokia informacija buvo parengta sutarties vykdymo metu, kokiais kanalais skelbiama, platinama ir koks konkrečiai apibrėžtas rezultatas buvo pasiektas.

# PRIEDAI

## 1 priedas. Tiekėjų (be tiekėjų–grupių) reitingas pagal viešinimo paslaugų sutarčių vertę 2010–2014 m.

Tiekėjo pavadinimas	2010	2011	2012	2013	2014	2010–2014	2010	2011	2012	2013	2014	1–3 vieta, atvejų skaičius
	Vertė, mln. Eur						Reitingas					
UAB „VIP Viešosios informacijos partneriai“ (dabar UAB „Berta And“)	0,56	1,13	0,60	1,20	1,11	<b>4,61</b>		<b>1</b>	<b>3</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	4
UAB „Idea prima“	0,04	0,45	2,49	0,30	0,16	<b>3,44</b>			<b>1</b>			1
UAB „Lodvila“	2,84	0,15	0,09	0,04	-	<b>3,12</b>	<b>1</b>					1
UAB „PUBLICUM“	1,82	0,04	0,30	0,19	0,61	<b>2,97</b>	<b>3</b>					1
UAB „LAISVAS IR NEPRIKLAUSOMAS KANALAS“	0,23	0,47	0,11	0,56	0,96	<b>2,32</b>					<b>3</b>	1
VšĮ „Investuok Lietuvoje“	1,92	-	-	-	-	<b>1,92</b>	<b>2</b>					1
UAB „Fabula ir partneriai“	-	0,93	0,49	-	0,43	<b>1,85</b>		<b>2</b>				1
UAB „Gravitas Partners“	-	-	0,02	0,98	0,80	<b>1,81</b>				<b>2</b>		1
UAB „Publicum Media“	-	-	-	0,48	1,24	<b>1,72</b>					<b>1</b>	1
UAB „Open Agency“	-	0,88	-	0,26	0,35	<b>1,49</b>		<b>3</b>				1
UAB „IC BALTIC“	0,21	-	-	0,82	-	<b>1,03</b>				<b>3</b>		1
LIETUVOS KREPŠINIO FEDERACIJA	-	-	0,70	0,07	-	<b>0,77</b>			<b>2</b>			1
<b>1–3 vietas užėmę tiekėjai (12):</b>	<b>7,62</b>	<b>4,05</b>	<b>4,80</b>	<b>4,90</b>	<b>5,66</b>	<b>27,05</b>						
<b>Kiti tiekėjai (410):</b>	<b>8,42</b>	<b>12,08</b>	<b>14,33</b>	<b>16,02</b>	<b>10,46</b>	<b>61,30</b>						
<b>Iš viso (422):</b>	<b>16,04</b>	<b>16,13</b>	<b>19,13</b>	<b>20,92</b>	<b>16,12</b>	<b>88,35</b>						



## 2 priedas. Tiekėjų (be tiekėjų–grupių) reitingas pagal viešinimo paslaugų sutarčių vertę 2015–2020 m.

Tiekėjo pavadinimas	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2015–2020	2015	2016	2017	2018	2019	2020	1-3 vieta, atvejų skaičius
	Vertė, mln. Eur							Reitingas						
UAB "VIP Viešosios informacijos partneriai" (dabar UAB „Berta And“)	0,70	2,18	0,79	2,49	-	0,03	<b>6,20</b>		<b>1</b>	<b>3</b>	<b>1</b>			3
UAB "Idea prima"	1,10	0,92	1,25	0,21	1,03	0,23	<b>4,73</b>	<b>2</b>		<b>1</b>		<b>3</b>		3
UAB „Fabula ir partneriai“	4,64	0,07	0,21	0,04	0,84	0,22	<b>6,02</b>	<b>1</b>						1
UAB All Media Lithuania	0,65	1,87	0,67	0,70	0,65	0,04	<b>4,58</b>		<b>3</b>					1
VšĮ Lietuvos nacionalinis radijas ir televizija	0,54	1,92	0,07	0,08	0,37	0,02	<b>3,00</b>		<b>2</b>					1
UAB „Open Agency“	0,35	1,04	1,15	0,30	0,07	0,05	<b>2,97</b>			<b>2</b>				1
UAB „Point media“	1,08	0,06	0,23	1,01	0,17	0,14	<b>2,68</b>	<b>3</b>						1
UAB „CARAT“	0,02	0,01	0,01	0,19	1,96	-	<b>2,18</b>					<b>1</b>		1
UAB „Milk Agency“	-	-	-	-	1,46	0,02	<b>1,48</b>					<b>2</b>		1
UAB „HANSAB“	-	-	-	1,24	-	-	<b>1,24</b>				<b>2</b>			1
UAB „Ignitis grupės paslaugų centras“	-	-	-	-	0,82	0,31	<b>1,13</b>						<b>2</b>	1
UAB „Santarvės laikraštis“	0,01	0,01	0,01	1,03	0,01	0,04	<b>1,11</b>				<b>3</b>			1
AIGO srl	0,01	0,36	-	-	-	0,26	<b>0,63</b>						<b>3</b>	1
UAB „ASTOS DIZAINAS“	0,03	-	0,21	0,02	0,01	0,34	<b>0,62</b>						<b>1</b>	1
<b>1–3 vietas užėmę tiekėjai (14):</b>	<b>9,13</b>	<b>8,44</b>	<b>4,60</b>	<b>7,31</b>	<b>7,39</b>	<b>1,70</b>	<b>38,57</b>							
<b>Kiti tiekėjai (1 320):</b>	<b>12,64</b>	<b>20,77</b>	<b>11,97</b>	<b>19,76</b>	<b>18,18</b>	<b>3,81</b>	<b>87,14</b>							
<b>Iš viso (1 334):</b>	<b>21,77</b>	<b>29,21</b>	<b>16,57</b>	<b>27,07</b>	<b>25,57</b>	<b>5,51</b>	<b>125,71</b>							

### 3 priedas. 20 didžiausių pagal viešinimo ir informavimo paslaugų sutarčių vertę pirkimų vykdytojų, 2015–2020 m.

Eil. Nr.	Pirkimų vykdytojas	Viešinimo ir informavimo paslaugų sutartys		Iš jų – Viešinimo paslaugų sutartys	
		Vertė, mln. Eur	Vertė, proc.	Vertė, mln. Eur	Vertė, proc.
1	Lietuvos automobilių kelių direkcija prie Susisiekimo ministerijos	11,61	6,3%	10,52	8,4%
2	LR žemės ūkio ministerija	10,96	5,9%	6,94	5,6%
3	VšĮ „Versli Lietuva“	8,17	4,4%	0,67	0,5%
4	Valstybinis turizmo departamentas prie Ūkio ministerijos	7,30	3,9%	3,45	2,8%
5	LR aplinkos ministerija	6,60	3,6%	5,90	4,7%
6	Nacionalinė mokėjimo agentūra prie Žemės ūkio ministerijos	5,97	3,2%	5,84	4,7%
7	VĮ Lietuvos oro uostai	4,95	2,7%	3,29	2,6%
8	VšĮ Būsto energijos taupymo agentūra	4,81	2,6%	4,62	3,7%
9	LR Vyriausioji rinkimų komisija	4,55	2,5%	0,49	0,4%
10	AB „Lietuvos geležinkeliai“	4,27	2,3%	3,13	2,5%
11	LR Vyriausybės kanceliarija	3,92	2,1%	3,59	2,9%
12	Kauno miesto savivaldybės administracija	3,76	2,0%	3,02	2,4%
13	AB Lietuvos paštas	3,74	2,0%	3,24	2,6%
14	LR ekonomikos ir inovacijų ministerija	2,83	1,5%	2,21	1,8%
15	UAB Lietuvos parodų ir kongresų centras „LITEXPO“	2,82	1,5%	1,52	1,2%
16	UAB Verslo aptarnavimo centras	2,67	1,4%	2,59	2,1%
17	Mokslo, inovacijų ir technologijų agentūra	2,62	1,4%	1,28	1,0%
18	LR finansų ministerija	2,51	1,4%	1,01	0,8%
19	Valstybinė mokesčių inspekcija prie LR finansų ministerijos	2,48	1,3%	2,21	1,8%
20	UAB „Ignitis grupė“	2,39	1,3%	2,10	1,7%
<b>20 didžiausių pirkimų vykdytojų:</b>		<b>98,93</b>	<b>53,4%</b>	<b>67,62</b>	<b>54,3%</b>
<b>Kiti pirkimų vykdytojai (969):</b>		<b>86,33</b>	<b>46,6%</b>	<b>56,97</b>	<b>45,7%</b>
<b>Iš viso (989):</b>		<b>185,26</b>	<b>100,0%</b>	<b>124,59</b>	<b>100,0%</b>

#### 4 priedas. 20 didžiausių pagal viešinimo paslaugų sutarčių vertę tiekėjų, 2010–2014 m.

Eil. Nr.	Tiekėjas	2010	2011	2012	2013	2014	Iš viso	Iš viso, proc.
1	UAB „VIP Viešosios informacijos partneriai“ (dabar UAB „Berta And“)	0,56	1,13	0,60	1,20	1,11	4,61	<b>5,2%</b>
2	Ūkio subjektų grupė: Telia Lietuva, AB; VšĮ Lietuvos nacionalinis radijas ir televizija; UAB „EIT Sprendimai“; UAB „REO Investment“; UAB „Konferenta“	-	-	-	4,29	-	4,29	<b>4,9%</b>
3	Ūkio subjektų grupė: UAB „Gravitas Partners“; Arena Media, UAB	-	-	-	3,52	-	3,52	<b>4,0%</b>
4	Ūkio subjektų grupė: UAB „Virginijaus studija“; UAB „ANTIKOS STILIUS“; UAB „GAUMINA“	-	-	3,46	-	-	3,46	<b>3,9%</b>
5	UAB „Idea prima“	0,04	0,45	2,49	0,30	0,16	3,44	<b>3,9%</b>
6	UAB „Lodvila“	2,84	0,15	0,09	0,04	-	3,12	<b>3,5%</b>
7	UAB „PUBLICUM“	1,82	0,04	0,30	0,19	0,61	2,97	<b>3,4%</b>
8	UAB „Laisvas ir nepriklausomas kanalas“	0,23	0,47	0,11	0,56	0,96	2,32	<b>2,6%</b>
9	VšĮ „Investuok Lietuvoje“	1,92	-	-	-	-	1,92	<b>2,2%</b>
10	Ūkio subjektų grupė: UAB Strateginių komunikacijų centras; UAB „Tekila plus“; VšĮ „Socialiniai partneriai“	-	-	1,85	-	-	1,85	<b>2,1%</b>
11	UAB „Fabula ir partneriai“	-	0,93	0,49	-	0,43	1,85	<b>2,1%</b>
12	UAB „Gravitas Partners“	-	-	0,02	0,98	0,80	1,81	<b>2,0%</b>
13	Ūkio subjektų grupė: UAB „ASTOS DIZAINAS“; UAB „Inspired Communications“	-	-	-	-	1,75	1,75	<b>2,0%</b>
14	UAB „Publicum Media“	-	-	-	0,48	1,24	1,72	<b>1,9%</b>
15	UAB „Open Agency“	-	0,88	-	0,26	0,35	1,49	<b>1,7%</b>
16	Ūkio subjektų grupė: VšĮ Lietuvos žemės ūkio konsultavimo tarnyba; UAB „Gravitas Partners“	1,45	-	-	-	-	1,45	<b>1,6%</b>
17	Ūkio subjektų grupė: UAB „Fabula ir partneriai“; UAB „ARTIUM MAGISTER“; UAB „Box Agency“; UAB „BOSANOVA“	1,45	-	-	-	-	1,45	<b>1,6%</b>
18	Ūkio subjektų grupė: VšĮ „Europos socialiniai, teisiniai ir ekonominiai projektai“; UAB „Idea prima“	-	1,09	-	-	-	1,09	<b>1,2%</b>
19	UAB „IC BALTIC“	0,21	-	-	0,82	-	1,03	<b>1,2%</b>
20	UAB „LUKRECIJOS REKLAMA“	-	0,21	0,20	0,25	0,36	1,02	<b>1,2%</b>
<b>20 didžiausių tiekėjų:</b>		<b>10,52</b>	<b>5,35</b>	<b>9,61</b>	<b>12,89</b>	<b>7,77</b>	<b>46,16</b>	<b>52,2%</b>
<b>Kiti tiekėjai (402):</b>		<b>5,52</b>	<b>10,78</b>	<b>9,52</b>	<b>8,03</b>	<b>8,35</b>	<b>42,19</b>	<b>47,8%</b>
<b>Iš viso (422):</b>		<b>16,04</b>	<b>16,13</b>	<b>19,13</b>	<b>20,92</b>	<b>16,12</b>	<b>88,35</b>	<b>100,0%</b>

## 5 priedas. 20 didžiausių pagal viešinimo paslaugų sutarčių vertę tiekėjų, 2015–2020 m.

Eil. Nr.	Tiekėjas	2015	2016	2017	2018	2019	2020	Iš viso vertė, mln. Eur	Iš viso vertė, proc.
1	UAB „VIP Viešosios informacijos partneriai“ (dabar UAB „Berta And“)	0,70	2,18	0,79	2,49	-	0,03	6,19	<b>4,9%</b>
2	UAB „Fabula ir partneriai“	4,64	0,07	0,21	0,04	0,84	0,22	6,02	<b>4,8%</b>
3	UAB „Idea prima“	1,10	0,92	1,25	0,21	1,03	0,23	4,74	<b>3,8%</b>
4	UAB All Media Lithuania	0,65	1,87	0,67	0,7	0,65	0,04	4,58	<b>3,6%</b>
5	Ūkio subjektų grupė: UAB Informacijos vadybos agentūra; UAB „GoMedia“	-	-	-	3,79	-	-	3,79	<b>3,0%</b>
6	UAB „Laisvas ir nepriklausomas kanalas“	0,65	1,46	0,10	0,11	0,84	0,03	3,19	<b>2,5%</b>
7	VšĮ Lietuvos nacionalinis radijas ir televizija	0,54	1,92	0,07	0,08	0,37	0,02	3,00	<b>2,4%</b>
8	UAB „Open Agency“	0,35	1,04	1,15	0,3	0,07	0,05	2,96	<b>2,4%</b>
9	UAB „Point media“	1,08	0,06	0,23	1,01	0,17	0,14	2,69	<b>2,1%</b>
10	UAB „Gravitas Partners“	0,10	0,89	0,23	0,19	0,87	0,02	2,3	<b>1,8%</b>
11	UAB „CARAT“	0,02	0,01	0,01	0,19	1,96	-	2,19	<b>1,7%</b>
12	UAB DELFI	0,21	0,96	0,12	0,26	0,53	0,01	2,09	<b>1,7%</b>
13	UAB „BNS“	0,36	0,32	0,33	0,42	0,38	0,25	2,06	<b>1,6%</b>
14	UAB „Headline Agency“	0,67	0,23	0,36	0,4	0,32	-	1,98	<b>1,6%</b>
15	UAB „Lietuvos ryto“ televizija	0,46	0,76	0,22	0,26	0,16	0,02	1,88	<b>1,5%</b>
16	UAB „15min“	0,05	0,75	0,18	0,25	0,38	0,02	1,63	<b>1,3%</b>
17	Ūkio subjektų grupė: UAB „CARAT“; UAB „INTEGRITY PR“	-	-	-	0,84	0,74	-	1,58	<b>1,3%</b>
18	UAB „VIA MEDIA“	0,22	0,43	0,23	0,61	0,06	-	1,55	<b>1,2%</b>
19	UAB „PUBLICUM“	0,58	0,49	0,01	0,46	-	-	1,54	<b>1,2%</b>
20	UAB „Milk Agency“	-	-	-	-	1,46	0,02	1,48	<b>1,2%</b>
<b>20 didžiausių tiekėjų:</b>		<b>12,38</b>	<b>14,36</b>	<b>6,16</b>	<b>12,61</b>	<b>10,83</b>	<b>1,10</b>	<b>57,44</b>	<b>45,7%</b>
<b>Kiti tiekėjai (1 314):</b>		<b>9,39</b>	<b>14,85</b>	<b>10,41</b>	<b>14,46</b>	<b>14,74</b>	<b>4,41</b>	<b>68,27</b>	<b>54,3%</b>
<b>Iš viso (1 334):</b>		<b>21,77</b>	<b>29,21</b>	<b>16,57</b>	<b>27,07</b>	<b>25,57</b>	<b>5,51</b>	<b>125,71</b>	<b>100,0%</b>

## 6 priedas. Didžiausių pagal sudarytų sutarčių vertę tiekėjų sutartys pagal galutinius viešinimo kanalus<sup>27</sup>

19 lentelė. 2019–2020 m. UAB „CARAT“ sudarytose sutartyse nurodyti galutiniai viešinimo kanalai

Sutar- ties Eil. Nr.	Pirkimų vykdytojo pavadinimas	Sutarties objekto pavadinimas	Sudarytos sutarties vertė, Eur	Pasiūlymo vertė, Eur	Su / be PVM	Galutiniai viešinimo kanalai	
1	LR aplinkos ministerija	Reklamos kampani- jos planavimo ir įgy- vendinimo paslaugos	107 000	Didžioji reklamos svorio dalis turi teksti televizijai		TV	TV3, LNK, LRT televizija, BTV, Lietuvos ryto TV, TV6, TV8, TV1, Info TV
						Radijas	M-1, LRT radijas, Lietus, Radiocentras, Pūkas, M-1 plius, Power Hit Radio, ZIP FM, Žinių radijas, Gold FM, Laluna, Kelyje
						Lauko reklama	Sutartyje nurodytas bendras subtiekiejų sąrašas
2	UAB „Igni- tis grupė“	(2019-CP-2) Rekla- mos (žiniasklaidos) planavimo ir sklaidos paslaugų ir priemo- nių	605 000	200 000	be PVM	TV	TV3, TV6, TV8, LNK, BTV, TV1, INFO TV, Lietuvos ryto TV
				40 000	be PVM	Radijas	M-1, M-1 plius, Lietus, Laluna, Raduga, Radiocentras, Rusradio, ZIP FM, Relax FM, Rock FM, Žinių radijas, Pūkas, Power Hit radio, Kelyje,
				40 000	be PVM	Lauko reklama	JC Decaux, Chear chanel, LT Advert, Katos grupė
				55 000	be PVM	Spauda	Alytaus naujienos, Etaplus, Kaimo laikraštis, Kalvotoji Žemaitija, Kauno diena, Klaipėda, Laikinoji sostinė, Lietuvos rytas, Lietuvos sveikata, Lietuvos žinios, Ozbor, Pajūrio naujienos, Panevėžio balsas, Panevėžio kraštas, Pensioner, Respublika mūsų, Sekundė, Sostinė, Suvalkietis, Šiaulių kraštas, Šiaulių naujienos, Tauragės kurjeris, Tauragės žinios, Telšių žinios, TV publika, Ūkininko patarėjas, Utenis, Utenos apskrities žinios, Utenos diena, Vakaro žinios, Vakarų ekspresas, Valstiečių laikraštis, Verslo žinios
				40 000	be PVM	Internetas	Delfi.lt, 15min.lt, TV3.lt, lrt.lt, lrytas.lt, Adnet, Diginet, Tipro, Media bitės
				125 000	be PVM	RTB	GDN, Google adwords, Facebook, Instagram, LinkedIn, Delfi.lt, 15min.lt, Lrytas.lt, Tv3.lt, Lrt.lt
3	UAB Verslo aptarnavi- mo centras	(2019-CP-2) Rekla- mos (žiniasklaidos) planavimo ir sklaidos paslaugų ir priemo- nių	1 210 000	400 000	be PVM	TV	TV3, TV6, TV8, LNK, BTV, TV1, INFO TV, Lietuvos ryto TV
				80 000	be PVM	Radijas	M-1, M-1 plius, Lietus, Laluna, Raduga, Radiocentras, Rusradio, ZIP FM, Relax FM, Rock FM, Žinių radijas, Pūkas, Power Hit radio, Kelyje,
				80 000	be PVM	Lauko reklama	JC Decaux, Chear chanel, LT Advert, Katos grupė
				110 000	be PVM	Spauda	Alytaus naujienos, Etaplus, Kaimo laikraštis, Kalvotoji Žemaitija, Kauno diena, Klaipėda, Laikinoji sostinė, Lietuvos rytas, Lietuvos sveikata, Lietuvos žinios, Ozbor, Pajūrio naujienos, Panevėžio balsas, Panevėžio kraštas, Pensioner, Respublika mūsų, Sekundė, Sostinė, Suvalkietis, Šiaulių kraštas, Šiaulių naujienos, Tauragės kurjeris, Tauragės žinios, Telšių žinios, TV publika, Ūkininko patarėjas, Utenis, Utenos apskrities žinios, Utenos diena, Vakaro žinios, Vakarų ekspresas, Valstiečių laikraštis, Verslo žinios
				80 000	be PVM	Internetas	Delfi.lt, 15min.lt, TV3.lt, lrt.lt, lrytas.lt, Adnet, Diginet, Tipro, Media bitės
				250 000	be PVM	RTB	GDN, Google adwords, Facebook, Instagram, LinkedIn, Delfi.lt, 15min.lt, Lrytas.lt, Tv3.lt, Lrt.lt

<sup>27</sup> Įtrauktos tik pasiūlymų, susijusių su informacijos viešiniu galutiniuose kanaluose, vertės, Eur

20 lentelė. 2019–2020 m. UAB „Fabula ir partneriai“ sudarytose sutartyse nurodyti galutiniai viešinimo kanalai

Sutarties Eil. Nr.	Pirkimų vykdytojo pavadinimas	Sutarties objekto pavadinimas	Sudarytos sutarties vertė, Eur	Pasiūlymo vertė, Eur	Su / be PVM	Galutiniai viešinimo kanalai	
1	LR ekonomikos ir inovacijų ministerija	Informavimo ir komunikavimo apie LR ekonomikos ir inovacijų ministerijos administruojamas Europos Sąjungos investicijas paslaugų pirkimas I ir III d.	220 000	7 260	su PVM	Spauda	Respublika
				12 360	su PVM		Lietuvos rytas
				10 920	su PVM		Valstiečių laikraštis
				10 320	su PVM		Verslo žinios
				9 680	su PVM		Verslo klasė
				9 680	su PVM		IQ
				36 542	su PVM		Naujienu portalai
				23 474	su PVM	Lrytas.lt	
				21 780	su PVM	15min.lt	
				27 830	su PVM	TV3.lt	
				2 354,4	su PVM	Radijas	Žinių radijas
				1 468,8	su PVM		Pūkas
				2 224,8	su PVM		M-1 plus
				4 579,2	su PVM		M-1
				3 520,8	su PVM		Lietus
3 931,2	su PVM	Radiocentras					
1 749,6	su PVM	ZIP FM					
2	Valstybinė mokesčių inspekcija prie LR finansų ministerijos	Sąmoningumo ugdymo, mažinant šešėlinę ekonomiką, kampanijos viešinimo paslaugų viešasis pirkimas	835 000	4 800	su PVM	Kita	Google
				5 082	su PVM	Socialiniai tinklai	Facebook

21 lentelė. 2019–2020 m. UAB „Gravitas Partners“ sudarytose sutartyse nurodyti galutiniai viešinimo kanalai

Sutarties Eil. Nr.	Pirkimų vykdytojo pavadinimas	Sutarties objekto pavadinimas	Sudarytos sutarties vertė, Eur	Pasiūlymo vertė, Eur (be PVM)	Galutiniai viešinimo kanalai	
1	VšĮ Būsto energijos taupymo agentūra	Informacijos rengimo ir skelbimo nacionalinėje ir regioninėje spaudoje, interneto žiniasklaidoje ir socialiniame tinkle paslaugos (2020 m.)	307 543,8	22 440	Spauda	Lietuvos rytas
				18 190		Vakaro žinios
				14 195		Lietuvos žinios
				17 170		Verslo žinios
				8 018,4		Prie kavos
				14 400		Kauno diena
				6 600		Panevėžio kraštas
				5 400		Šiaulių naujienos
				7 200		Klaipėda
				3 300		Dainavos žodis
				3 900		Tauragės žinios
				4 575		Telšių žinios
				9 300		Utenos diena
				6 000		Suvalkietis
				3 920		Obzor
				3 160	Kurier Wilenski	
				33 700	Portalai	delfi.lt
				36 350		15min.lt
				23 150		tv3.lt
				13 200	Socialiniai tinklai	Facebook

Sutarties Eil. Nr.	Pirkimų vykdytojo pavadinimas	Sutarties objekto pavadinimas	Sudarytos sutarties vertė, Eur	Pasiūlymo vertė, Eur (be PVM)	Galutiniai viešinimo kanalai	
2	VšĮ Būsto energijos taupymo agentūra	Informacijos rengimo ir skelbimo nacionalinėje ir regioninėje spaudoje, interneto žiniasklaidoje ir socialiniame tinkle paslaugų sutartis	307 543,8	22 440	Spauda	Lietuvos rytas
				18 190		Vakaro žinios
				14 195		Lietuvos žinios
				17 170		Verslo žinios
				8 018,4		Prie kavos
				14 400		Kauno diena
				6 600		Panevėžio kraštas
				5 400		Šiaulių naujienos
				7 200		Klaipėda
				3 300		Dainavos žodis
				3 900		Tauragės žinios
				4 575		Telšių žinios
				9 300		Utenos diena
				6 000		Suvalkietis
				3 920		Obzor
				3 160		Kurier Wilenski
				33 700		Portalai
36 350	15min.lt					
23 150	tv3.lt					
13 200	Socialiniai tinklai	Facebook				
3	Mokslo, inovacijų ir technologijų agentūra	Komunikacijos plano socialiniuose tinkluose parengimo ir įgyvendinimo paslaugos	3 605,8	nenurodyta	Socialiniai tinklai	Facebook, linkedin



22 lentelė. 2019–2020 m. UAB „Idea prima“ sudarytose sutartyse nurodyti galutiniai viešinimo kanalai

Sutarties Eil. Nr.	Pirkimų vykdytojo pavadinimas	Sutarties objekto pavadinimas	Sudarytos sutarties vertė, mln. Eur	Pasiūlymo vertė, Eur	Su / be PVM	Galutiniai viešinimo kanalai	
1	Valstybinė mokesčių inspekcija prie LR finansų ministerijos	Skaitmeninės komunikacijos (viešinimo) paslaugų viešasis pirkimas	70 000	726,73	su PVM	Kita	Google Adwords
				3 571,92	su PVM		Google Display Network
				2 606,34	su PVM		Google Remarketing
				8 954	su PVM	Socialiniai tinklai	Youtube
				16 636,29	su PVM		Facebook, Instagram
2	Asociacija „Langas į ateitį“	Jaunimo informavimo kampanijos sukūrimas ir įgyvendinimas	248 003,3	54 155	be PVM	Socialiniai tinklai	Facebook, Instagram, Youtube
				4 950	be PVM	Radijas	Power Hit Radio, M-1 plus, Lietus
				3 040,2	be PVM		FM99, Kapsai, Utenos radijas, Pulsas, Mano FM, laluna, Tauragės radijas, Saulės radijas, Mažeikių aidas
3	Asociacija „Langas į ateitį“	Gyventojų motyvavimo ir skatinimo naudotis informacinėmis ir ryšių technologijomis komunikacijos kampanijos sukūrimo ir įgyvendinimo paslaugos	453 333	3 852,65	be PVM	Spauda	Lietuvos žinios, Vakaro žinios, Respublika
				24 033,2	be PVM	Portalai	delfi.lt, 15min.lt, lrytas.lt
				8 666,6	be PVM	Radijas	M-1, M-1 plus, Lietus
				24 360	be PVM	Socialiniai tinklai	Facebook
4	LR Vyriausybės kanceliarija	Struktūrinių reformų viešinimo socialiniame tinkle „Facebook“ paslaugos	2 700	2 700	su PVM	Socialiniai tinklai	Facebook

23 lentelė. 2019–2020 m. UAB „MEDIA HOUSE“ sudarytose sutartyse nurodyti galutiniai viešinimo kanalai

Sutar- ties Eil. Nr.	Pirkimų vykdytojo pavadinimas	Sutarties objekto pavadinimas	Sudarytos sutarties vertė, Eur	Pasiūlymo vertė, Eur	Su / be PVM	Galutiniai viešinimo kanalai	
1	Valstybės vaiko teisių apsaugos ir įvaikinimo tarnyba prie Socialinės apsaugos ir darbo ministerijos	Vaizdo klipų transliavimo kino teatruose paslauga	8 266,72	8 266,72	su PVM	kiti	Forum Cinemas, Dainava, Spindulio kino teatras
2	Valstybės vaiko teisių apsaugos ir įvaikinimo tarnyba prie Socialinės apsaugos ir darbo ministerijos	Institucinės globos pertvarkos socialinės reklamos radijuje paslaugos	24 000	888	be PVM	Radijas	RadijoGama
				200	be PVM		Mano FM
				1 302	be PVM		Utenos Radijas
				1 260	be PVM		Kapsai
				1 262	be PVM		FM99
				1 176	be PVM		Saulės radijas
				960	be PVM		Pulsas
				400	be PVM		XXL FM
				816	be PVM		Tauragės radijas
4 026	be PVM	Radio centras					
3	Valstybės vaiko teisių apsaugos ir įvaikinimo tarnyba prie Socialinės apsaugos ir darbo ministerijos	Institucinės globos pertvarkos socialinės reklamos televizijoje paslaugos	77 761	46 900	be PVM	TV	LRT televizija LTR plus Lietuvos ryto TV
4	LR Vyriausioji rinkimų komisija	Rinkimų, demokratijos ir jos svarbos populiarinimo internete paslaugos	54 329	50 % 40 %		Portalai	Delfi.lt lrytas.lt
5	LR socialinės apsaugos ir darbo ministerija	Viešinimo kampanijos įgyvendinimo paslaugų sutartis	64 562,6	13 600	be PVM	TV	TV3
				13 800	be PVM		LNK
				8 350	be PVM	Radijas	M-1
				4 380	be PVM		Lietus
				4 402,5	be PVM	Portalai	Radiocentras
				4 505	be PVM		15min.lt
4 320	be PVM	Lrytas.lt					
6	LR sveikatos apsaugos ministerija	Socialinės reklamos klipų sveikos gyvensenos tema transliavimo Lietuvos televizijose ir interneto naujienų portaluose paslaugos	192 012,5	45 738	be PVM	TV	TV3
				22 680			Lryto TV
				75 600			BTv
				5 670	be PVM	Portalai	15min.lt
				4 500			lrytas.lt
4 500		tv3.lt					