

Vilniaus
Dailės
Akademija
Dizaino
Inovacijų
Centras

Lietuvos dizaino sektoriaus plėtros galimybių studija

Vilnius, 2014 m. gruodžio 19 d.

Dizaineris yra tarp visko: meno ir gamybos,
poezijos ir ekonomikos,
savotiškoje niekieno žemėje.
Boris Berlin

Projektas finansuojamas Lietuvos Respublikos Kultūros ministerijos ir Lietuvos kultūros tarybos lėšomis.



GALIMYBIŲ STUDIJOS RENGIME DALYVAVĘ ASMENYS

Darbo grupės nariai:

Marius Urbanavičius, Vilniaus dailės akademija, darbo grupės vadovas
Audrius Klimas, Vilniaus dailės akademija
Marius Dirgėla, Vilniaus dailės akademija, Lietuvos dizaino forumas
Artūras Jakubavičius, Vilniaus Gedimino technikos universitetas, Lietuvos inovacijų centras
Sigitas Besagirskas, Lietuvos pramoninkų konfederacija
Giedrė Kasparavičienė, VšĮ „Ekonominių tyrimų centras“
Rasa Morkūnaitė, VšĮ „Ekonominių tyrimų centras“

Ekspertai:

Evelina Karkutyte, LR Ūkio ministerija
Ieva Dičmonaitė, LR Kultūros ministerija
Dalia Jancevičienė, LR Kultūros ministerija
Dovilė Lideikytė, Mokslo, inovacijų ir technologijų agentūra
Julijonas Urbonas, Vilniaus dailės akademija
Juozas Brundza, Vilniaus dailės akademija
Šarūnas Šlektavičius, Vilniaus dailės akademija
Saulius Vengris, Vilniaus dailės akademija
Jonas Malinauskas, Vilniaus dizaino ir technologijų kolegija
Mantas Lesauskas, Vilniaus dizaino kolegija
Vaidotas Norkus, Kauno technologijos universitetas
Raimundas Balčiūnaitis, Lietuvos pramonininkų konfederacija
Rolandas Bučys, LPK patarėjas kūrybinėms industrijoms
Algirdas Orantas, grafikos dizaineris, Lietuvos grafinio dizaino asociacija
Gediminas Lašas, grafikos dizaineris, Lietuvos grafinio dizaino asociacija
Tautvydas Kaltenis, Lietuvos dizainerių sąjunga
Vita Ramanauskaitė, asociacija „Lietuvos mediena“
Giedrius Paulauskas, mados dizaineris
Moses Kang, pramoninis dizaineris
Ignas Rumbutis, UAB „ACME Europe“
Jūratė Paulauskienė, AB „Stumbras“
Neila Šveikauskaitė, AB „Vilniaus kailiai“
Raimonda Kripliukaitė, UAB „Biržų duona“
Petras Narbutas, UAB „Narbutas“
Jonas Daukantas, UAB „LMT Garments“
Andrius Černiauskas, UAB „Kalvis“
Gytis Mikuličius, UAB „Rubineta“
Paulė Stulginskaitė, VšĮ „Ekonominių tyrimų centras“
Raimonda Ivaškevičienė, VšĮ „Ekonominių tyrimų centras“

Vilniaus dailės akademijos užsakymu ataskaitą parengė:
VšĮ „Ekonominių tyrimų centras“
www.erc.lt



TURINYS

TURINYS	4
1. SANTRAUKA	5
2. ESAMA SITUACIJA	7
2.1. DIZAINO SEKTORIUS PASAULINIU MASTU	7
2.1.1. <i>Dizaino sektoriaus svarba</i>	7
2.1.2. <i>Pagrindiniai dizaino sektoriaus rodikliai</i>	11
2.2. DIZAINO SEKTORIAUS VAIDMUO IR SAVEIKA SU KITOMIS EKONOMIKOS SRITIMIS EUROPOJE	12
2.2.1. <i>Dizaino sąvokos pokyčiai</i>	12
2.2.2. <i>Dizaino sektoriaus dydis ir reikšmė Europos šalių ekonomikai</i>	15
2.2.3. <i>Dizaino politika, paramos ir skatinimo priemonės</i>	21
2.3. LIETUVOS DIZAINO SEKTORIAUS APŽVALGA	25
2.3.1. <i>Dizaino naudotojai</i>	25
2.3.2. <i>Dizaino propagavimas</i>	30
2.3.3. <i>Dizaino tarpininkai</i>	34
2.3.4. <i>Profesionalus dizaino sektorius</i>	40
2.3.5. <i>Dizaino edukacija</i>	44
2.3.6. <i>Tyrimai ir žinių perdavimas</i>	53
2.3.7. <i>Dizaino finansavimas</i>	57
2.3.8. <i>Politika, valdymas ir reguliavimas</i>	67
2.4. SITUACIJA KAIMYVINĖSE ŠALYSE.....	72
2.4.1. <i>Estija</i>	72
2.4.2. <i>Latvija</i>	75
2.4.3. <i>Lenkija</i>	77
3. LIETUVOS DIZAINO SEKTORIAUS SWOT	81
4. PRIORITETINĖS KRYPTYS	83
4.1. DIZAINO EDUKACIJOS STIPRINIMAS	83
4.2. MOKSLO IR ŽINIŲ PERDAVIMO PLĖTRA	83
4.3. BENDRADARBIAVIMO STIPRINIMAS	84
4.4. SUVOKIMO DIDINIMAS.....	85
5. REKOMENDACIJOS IR PASIŪLYMAI	86
6. PRIEDAI	92

1. SANTRAUKA

Ši ataskaita pristato Lietuvos dizaino sektoriaus plėtros galimybių studijos rezultatus.

Pagal Europos Sąjungoje rengiamą Dizaino politikos monitoringą, 2014 m. **Lietuva priskiriama šalims, neturinčioms dizaino politikos**. Dizaino politikos neturėjimas sudaro kliūtis nuosekliai ir kryptingai vystyti dizaino sektorių, siekti ir koordinuoti iškeltų prioritetų ir tikslų įgyvendinimą. Tuo tarpu dizaino politikos suformavimas ir įgyvendinimas gali sukurti sąlygas inovacijų ir naujų verslo modelių plėtrai šalies ekonomikoje.

Galimybių studijos tikslas prisidėti prie Lietuvos dizaino sektoriaus formavimo ir įgyvendinimo.

Galimybių studijos rengime iš viso dalyvavo 36 ekspertai. Šio tyrimo metu buvo suorganizuotos 3 grupinės diskusijos, atlikti 9 individualūs giluminiai interviu su įvairių interesų grupių atstovais, atlikta antrinių šaltinių analizė (apžvelgti ES ir Lietuvos teisiniai dokumentai, tyrimų ataskaitos). Tyrimo pasekoje buvo išskirtos 4 prioritetinės Lietuvos dizaino sektoriaus plėtros kryptys ir parengtos 32 rekomendacijos bei pasiūlymai sprendimų priėmėjams.

Ataskaita susideda iš 4-ių pagrindinių dalių: „Esama situacija“, „Lietuvos dizaino sektoriaus SWOT“, „Prioritetinės kryptys“ bei „Rekomendacijos ir pasiūlymai“.

Ataskaitos dalyje „Esama situacija“ yra pristatomas dizaino sektorius pasaulyje ir Europoje, pateikiama detali Lietuvos dizaino sektoriaus analizė ir apžvelgiama situacija kaimyninėse šalyse - Latvijoje, Estijoje, Lenkijoje. Iš pateiktos informacijos matyti, jog nacionalinės ir tarptautinės organizacijos skirtingai apibrėžia dizainą, tačiau visos jos pripažįsta neabejotiną dizaino svarbą ekonomikai ir visuomenei. Pastaruosius keletą metų (ypač 2009-2013 m.) vyksta aktyvūs Europos Komisijos veiksmai dizaino politikos formavime. Kaimyninės šalys - Latvija, Estija, Lenkija jau priskiriamos prie šalių, turinčių viziją (planą, strategiją) pramoninio dizaino politikai.

Ataskaitos dalyje „Lietuvos dizaino sektoriaus SWOT“ pateikiamos sugrupuotos šio sektoriaus stiprybės, silpnybės, galimybės ir grėsmės, atsižvelgiant į esamos situacijos analizės, apimančios dizaino naudotojus, propagavimą, tarpininkus, profesionalų dizaino sektorių, edukaciją, tyrimus ir žinių perdavimą, finansavimą, taip pat politiką, valdymą ir reguliavimą, rezultatus.

Ataskaitos dalyje „Prioritetinės kryptys“ yra pristatomos 4 Lietuvos dizaino sektoriaus plėtros prioritetinės kryptys, kuriose būtina aktyviai veikti, siekiant stiprinti Lietuvos dizaino sektorių ir paspartinti jo integravimą į inovacijų sistemą, t.y.:

- Dizaino edukacijos stiprinimas;
- Mokslo ir žinių perdavimo plėtra;
- Bendradarbiavimo stiprinimas;
- Suvokimo didinimas.

Ataskaitos dalyje „Rekomendacijos ir pasiūlymai“ detalizuojami kiekvienoje prioriteto kryptyje rekomenduojami įgyvendinti uždaviniai ir veiksmai, numatant potencialias įgyvendinančias institucijas, finansavimo šaltinius ir stebėsenos rodiklius.

Reikia atkreipti dėmesį, jog 2008 m. buvo parengta pirmoji Lietuvos dizaino galimybių studija. Nemažą dalį šioje studijoje rekomenduotų veiksmų šalies dizaino sektoriaus atstovai įgyvendino savo iniciatyva ir pajėgomis.

Tačiau, atsižvelgiant į šiandien kitose ES šalyse vykdomą dizaino politiką, rėmimo ir propagavimo programas, akivaizdu, jog spartesnei Lietuvos dizaino sektoriaus plėtrai ir konkurencingumo augimui yra **būtinai deramas valstybės dėmesys ir finansavimas**. Vienas svarbiausių ir artimiausio laikotarpio veiksmų - nacionalinės dizaino tarybos įsteigimas ir jos veiklos užtikrinimas, bei įsijungimas į Europoje vykstančias dizaino sektoriaus plėtrai skirtas iniciatyvas.

Ataskaitoje pristatomos Lietuvos dizaino sektoriaus plėtros prioriteto kryptyje ir veiksmų planas yra parengti, atsižvelgiant į galimybių studijoje dalyvavusių ekspertų išvalgas ir pasiūlymus, Europos Komisijos strateginiuose dokumentuose pateikiamas rekomendacijas bei Lietuvos dizaino sektoriaus ir jo aplinkos analizės rezultatus. Numatoma, jog šie veiksmai turės ženklų indėlį „Lietuvos inovacijų plėtros 2014-2020 metų programos“ ir „Kultūrinių ir kūrybinių industrijų 2014-2020 m. plėtros strategijos“ įgyvendinimui.

2. ESAMA SITUACIJA

2.1. DIZAINO SEKTORIUS PASAULINIU MASTU

2.1.1. DIZAINO SEKTORIAUS SVARBA

Pasauliniu mastu nėra vieningo dizaino apibrėžimo¹ - kiekvienas regionas apibrėžia dizainą skirtingai, priklausomai nuo unikalių regiono pramonės ir kultūros veiksnių. Nacionalinės ir tarptautinės organizacijos pateikia skirtingus dizaino apibrėžimus, tačiau tuo pačiu pripažįsta neabejotiną dizaino svarbą ekonomikai ir visuomenei.

Jungtinėje Karalystėje George Cox kūrybiškumo versle apžvalgoje (2005 m.)² nurodoma, kad „dizainas yra tai, kas jungia kūrybiškumą ir inovacijas. Jis formuoja idėjas į praktinius ir patrauklius pasiūlymus vartotojams.“

Singapūro dizaino strategijoje dizainas apibrėžiamas, priklausomai nuo jo poveikio objekto:

- individui. Dizainas įgalina individą vystyti naujas koncepcijas ir paradigmas, spręsti problemas, rasti inovatyvius sprendimus kasdieniniam gyvenimui;
- visuomenei. Gyventojų populiacijai senėjant ir didėjant skirtumams tarp įvairių visuomenės sluoksnių ir narių, dizainas siekia integruoti individus į visuomenę užtikrindamas aukštos kokybės produktus, paslaugas ir aplinką didžiausiam gyventojų skaičiui. Dizainas taip pat gali pagerinti dabartines gyvenimo sąlygas;
- verslui. Dizainas ir inovacijos gali būti svarbiausia įmonės strategijos dalis, skatinanti naujos vertės kūrimą ir didinanti šalies įmonių bei verslo konkurencingumą tarptautinėje rinkoje.

Hongkongo Dizaino centras dizainą apibrėžia kaip jungtį tarp kūrybiškumo ir inovacijos, viso verslo sudėtinę dalį, daugiadisciplinį mokslą ir vertę kuriantį įrankį. Seulo Pasaulio dizaino sostinės vizijoje konstatuojama, kad „didžiausia dizaino vertė yra žmonių gyvenimo kokybės gerinimas ir harmoningo pasaulio kūrimas, kuriame žmonės gali bendrauti be jokių kliūčių“.³

¹ Sąvokos „dizainas“ kilmė siejama su J.Gutenbergu, kai jis sukūrė spaudos presą (1455 m.) ir apibrėžė procesus, kurie reikalingi leidinių, jungiančių tekstą ir vaizdinę medžiagą, spaudai. Dizainas reiškė specifinių problemų sprendimų paiešką. Tolesnė sąvokos evoliucija XX amžiuje sąlygojo tai, kad dizainas tapo siejamas daugiau su estetika nei su sprendimų paieška. Tačiau dabartiniu metu ryškėja tendencija dizaino nesulyginti su estetinė verte, bet dažniau grįžti prie pradinės sąvokos kilmės ir priskirti dizainą prie praktinių ir funkcinių veiksnių, kurie sukuria pridėtinę vertę vartotojams.

² Cox Review of Creativity in Business: Building on the UK's Strengths, G. Cox, London, Design Council, 2005.

³ Šaltinis: Mapping of international design policies and strategies for leading design schools and research institutions, Quartz+Co, the Danish Enterprise and Construction Authority, Danish Ministry of Culture, 2011.

Jungtinių Tautų Vystymo Programos (UNDP) ir Jungtinių Tautų Prekybos ir Vystymo Konferencijos (UNSTAD) pranešime apie Kūrybines Industrijas pateiktas toks dizaino aprašymas:

„Dizainas kuria produktų formas ir išvaizdą. Kūrybinis dizainas yra išreiškiamas keletu būdu: 1) dekoratyviais prabangos daiktais, tokiais kaip juvelyriniai dirbiniai, 2) unikaliomis funkcinėmis paslaugomis, tokiomis kaip architektūrinis pastatų dizainas, arba 3) vartotojiškomis masinės gamybos prekėmis, tokiomis kaip vidaus apdaila arba namų apyvokos prekės. Dizaino produktai dažniausiai yra estetiškai funkcionalūs kūriniai, pagrįsti koncepcijomis ir specifikacijomis. Dizaino apibrėžimas siejasi su intelektinės nuosavybės teise (dizainas gali tapti intelektinės nuosavybės teisės objektu). Daugumai dizainas yra gamybos proceso veiksnys ir negali būti atskirtas nuo bet kurio galutinio fizinio produkto.“⁴

Amerikos Pramoninio Dizaino Draugija dizainą apibrėžia kaip „kūrimą ir vystymą koncepcijų ir specifikacijų, kurios optimizuoja funkcijas ir suteikia vertę produktų ir sistemų išvaizdai bendrai vartotojų ir gamintojų naudai“.

Tarptautinė Pramoninio dizaino susivienijimų taryba (ICSID) dizainą apibrėžė taip: „Dizainas yra kūrybinė veikla, kurios tikslas yra sukurti daugiabriaunes objektų, procesų, paslaugų ir jų sistemų kokybines savybes visame jų gyvavimo cikle. Todėl dizainas yra pagrindinis veiksnys inovatyviam technologijų humanizavimui ir reikšmingas veiksnys kultūrinei ir ekonominei sąveikai.“

Amerikos dizaino bendruomenę vienijanti asociacija (AIGA) pateikia tokį grafinio dizaino apibrėžimą: „Grafinis dizainas, dar vadinamas komunikacijos dizainu, apima planavimo ir projektavimo idėjas bei patirtis su vizualiniu ir tekstiniu turiniu. Komunikacijos forma gali būti fizinė ir virtuali, ją sudaro vaizdai, žodžiai, grafinės formos. Ilgą laiką dizaineriai projektavo plakatus, reklamas taip pat įvairią vizualinę informaciją, skirtą laikraščiams ir žurnalams. Dabar dizaineriai kuria ne tik konkrečius objektus, bet ir sistemas, kurios padeda orientuotis laike ir erdvėje. Pvz. aplinkos grafikos forma yra wayfinding'as, kuris apima ženklinių pritaikomą pastatams. Kiekvienas dizaino simbolis ar ženklas ant pastato yra pastato sistemos dalis ir kuria papildomą vertę. Dizainas taip pat pritaikomas internetui, telefonams, interneto svetainių, mobiliųjų programėlių, blog'ų kūrimui.“

Daugiau dizaino apibrėžimų, naudojamų Europos ir Lietuvos dokumentuose, pateikta galimybių studijos 2.2.1. ir 2.3.8. skyriuose.

Siekiant įvertinti atskirų šalių dizaino sektoriaus svarbą tarptautiniu mastu, 2009 m. Kembridžo Universitetas, remiamas Jungtinės Karalystės Dizaino Tarybos, pirmą kartą surangavo 12 pasaulio šalių pagal dizaino sektoriaus būklę jose⁵. Šalys buvo suranguotos dviem būdais:

⁴ Šaltinis: World Design Survey 2010, IcoGrada, IDA, <http://www.icograda.org>.

⁵ Šaltinis: International Design Scoreboard: Initial indicators of international design capabilities, University of Cambridge, <http://www.ifm.eng.cam.ac.uk/resources/design/international-design-scoreboard>

- pagal absoliutinius rodiklius: viešosios išlaidos dizaino skatinimui ir rėmimui, dizaino studijas baigusių studentų skaičius; pasauliniu mastu registruoto dizaino skaičius, pasauliniu mastu registruotų prekės ženklų skaičius, dizaino įmonių skaičius, dizaino paslaugų sektoriaus apyvarta, dirbančiųjų skaičius dizaino srityje;
- pagal santykinius rodiklius: viešųjų išlaidų dizaino skatinimui ir rėmimui procentinė dalis nuo BVP, dizaino studijas baigusių studentų skaičius milijonui gyventojų; pasauliniu mastu registruoto dizaino skaičius milijonui gyventojų, pasauliniu mastu registruotų prekės ženklų skaičius milijonui gyventojų, dizaino įmonių skaičius milijonui gyventojų, dizaino paslaugų sektoriaus apyvartos procentinė dalis nuo BVP, dirbančiųjų skaičius dizaino srityje milijonui gyventojų.

Pagal absoliutinius rodiklius **pirmąją vietą užėmė JAV, antrą – Pietų Korėja, trečią – Japonija**. Jungtinė Karalystė liko ketvirtoje vietoje, o likusios šalys surikiuotos taip: Kanada, Singapūras, Švedija, Honkongas, Norvegija, Danija, Suomija, Islandija.

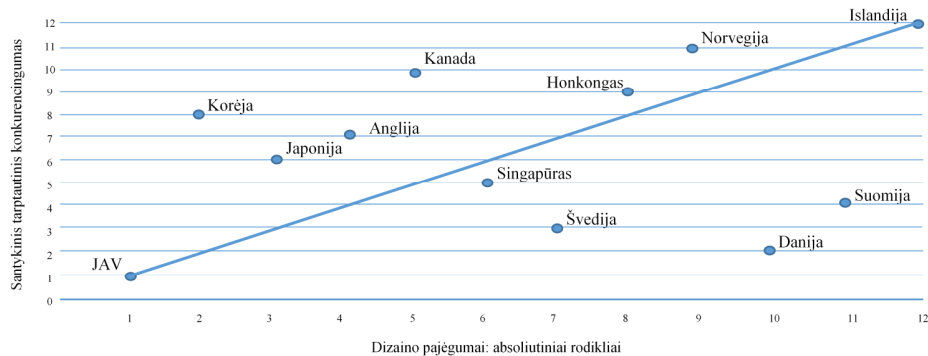
Pagal santykinius rodiklius JAV ir Japonijos vietos ženkliai pakito – JAV atsidūrė 11-oje, o Japonija – 10-oje vietoje. Pirmoje vietoje iškilo Singapūras, o trečiąją užėmė Islandija. Korėjos ir Kanados vietos pagal santykinius rodiklius išliko stabilios – antra ir penkta. Ketvirtoje vietoje atsidūrė Švedija, o likusios šalys buvo suranguotos taip: Jungtinė Karalystė, Danija, Norvegija, Suomija, jau minėtos Japonija ir JAV bei paskutinis – Honkongas.

Šis šalių vertinimas parodė keletą dizaino tendencijų tarptautiniu mastu. JAV, kuri pagal absoliutinius rodiklius yra pirma, pagal santykinius rodiklius yra 11 iš 12. Taigi, dėl šalies dydžio (gyventojų skaičiaus) dizaino intensyvumas yra žemas. Tai nėra stebėtina, nes dizaino pajėgumai koncentruojasi pramoniniuose pakrančių regionuose. Ir atvirkščiai, Islandijos dizaino pajėgumas absoliutiniais dydžiais yra žemas, tačiau dizaino sektorius yra svarbus, palyginti su mažu gyventojų skaičiumi ir BVP. Korėja išlieka antroje vietoje pasaulyje tiek pagal absoliutinius, tiek pagal santykinius dizaino rodiklius – tai rodo Korėjos dizaino sektoriaus augimo potencialą ir dizaino svarbą visai šalies ekonomikai. Tyrimas taip pat atskleidė Singapūro, Kinijos ir Taivano ambicijas vystyti jų vietinius dizaino pajėgumus. **Šalys, kurios praeityje konkuravo maža kaina ir pigia darbo jėga, vis labiau konkuruoja dizainu.**

Singapūre ir Korėjoje, pastovios viešojo sektoriaus investicijos į dizainą pradeda rodyti aiškius rezultatus, ką liudija dizaino švietimo būklė ir tarptautiniu mastu registruotų prekės ženklų ir dizaino skaičius. Valstybės parama šiose šalyse yra išskirtinai didelė, realizuojama aiški šalių dizaino vizija. Abejose šalyse dizaino sektorius yra tebesivystantis, tačiau konkurencingas tarptautiniu mastu.

Jungtinė Karalystė yra įvertinta pasaulyje dėl dizaino švietimo pajėgumų ir dizaino naudojimo pramonėje. Jungtinės Karalystės Dizaino taryba teikia paramą įmonėms dizaino naudojimo srityje, taikydama daugybę inovacinių schemų. Ši organizacija yra viena aktyviausių dizaino propaguotojų Europoje (plačiau žr. <http://www.designcouncil.org.uk>).

1 paveikslas. Dizaino sektoriaus pajėgumų ir tarptautinio konkurencingumo ryšys



Šaltinis: International Design Scoreboard: Initial indicators of international design capabilities, University of Cambridge, London, 2009.

Siekiant įvertinti šalių dizaino reikšmę šalių ekonomikai, šalys buvo sugrupuotos pagal jų eiliškumą Tarptautinėje konkurencingumo ataskaitoje ir pagal dizaino sektoriaus būklę (žr. 1 paveikslą). JAV ir Islandijoje konkurencingumo reitingas (1 ir 12) pilnai atitiko dizaino sektoriaus lygį absoliutiniais rodikliais, kitose šalyse ryšys yra ne toks tiesioginis. Tačiau visuotinai pripažįstama, kad ryšys tarp dizaino sektoriaus būklės ir šalies konkurencingumo egzistuoja.

2011 m. Seulo miesto valdžia kartu su partneriais (International Council of Graphic Design Associations (Icograda), International Design Alliance (IDA), Seulo Dizaino centru) užbaigė tarptautinį projektą, kurio metu buvo atliktas dizaino sektoriaus tyrimas 17 pasaulio regionų:

- *6 miestuose*: Pekinas, Honkongas, Stambulas, Monrealis, Seulas, Viktorija (Australijos valstija)
- *11 šalių*: Indija, Indonezija, Airija, Japonija, Pietų Korėja, Nyderlandai, Singapūras, Pietų Afrika, Taivanas, Jungtinė Karalystė, Čilė.

Tyrimo metu buvo surinkta ir išanalizuota 20 tarptautiniu mastu palyginamų rodiklių, apibūdinančių dizainą regionuose⁶.

⁶ Buvo analizuojami šie rodikliai: šalį ar miestą atstovaujanti dizaino organizacija (organizacijos); deklaruojamas dizaino apibrėžimas; kiekvieno dizaino sektoriaus apibūdinimas; šalies arba miesto dizaino politika; su dizainu susijusių profesionalių institutų, organizacijų, ir asociacijų skaičius (visuomeninis sektorius); dizaino įmonių skaičius; dizaino įmonių pajamos; dizainerių skaičius (dirbantieji); su dizainu susijusių registruotų patentų skaičius (per metus); dizaino srities mokslo įstaigų skaičius; dizaino srities dėstytojų skaičius mokslo įstaigose; studentų skaičius dizaino mokslo įstaigose; metinis dizaino studijas baigusių skaičius; dizaino ir su dizainu susijusių muziejų/galerijų skaičius; dizaino ir su dizainu susijusių bibliotekų skaičius; dizaino žurnalų skaičius; dizaino interneto portalų skaičius; dizaino TV programų skaičius; dizaino konkursų ir apdovanojimo ceremonijų skaičius; dizaino renginių (moksliniai renginiai, festivaliai ir parodos).

Pagal visus rodiklius Jungtinė Karalystė ir Singapūras užėmė santykinai aukštesnes vietas negu kitos šalys. Taivanas užėmė aukščiausią vietą pagal intelektinės nuosavybės registracijų skaičių dizaino srityje. Jungtinė Karalystė ir Singapūras užėmė aukščiausią vietą pagal metines dizaino sektoriaus pajamas, jas trečioje vietoje sekė Airija.

Palyginant dizaino švietimo būklę, Azijos regionų rodikliai buvo žymiai aukštesni, negu kitų regionų. Tai nulėmė ženklios investicijos į dizaino žmogiškųjų išteklių augimą, siekiant sumažinti Azijos šalių atsilikimą nuo Europos ir Šiaurės Amerikos šalių, įtakotą vėlyvu dizaino pripažinimu. Kita vertus, pastebima, jog pvz. Korėjos atveju, dizaino studijas baigiančių studentų skaičius yra neadekvatus rinkos poreikiams, o tai ilgalaikėje perspektyvoje sąlygoja bedarbystę.

Pagrindinių dizaino sektoriaus rodiklių apžvalga, remiantis aukščiau nurodytų tyrimų duomenimis pateikiama tolimesnėje galimybių studijos dalyje.

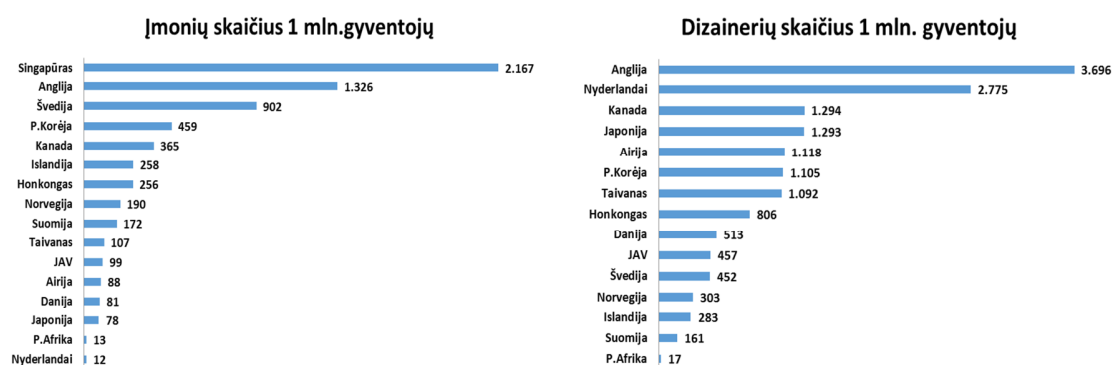
2.1.2. PAGRINDINIAI DIZAINO SEKTORIAUS RODIKLIAI

Šioje dalyje pateikiama įvairių pasaulio šalių pagrindinių dizaino sektoriaus rodiklių apžvalga pagal tarptautiniu mastu atliktus tyrimus. Atskirų Europos šalių dizaino sektoriaus duomenys pateikiami galimybių studijos dalyje 2.2.2. „Dizaino sektoriaus dydis ir reikšmė ES šalių ekonomikai“.

Pagal dizaino įmonių skaičių pirmoje vietoje iš apklaustų šalių yra Jungtinę Karalystę reprezentuojanti Anglija, kurioje yra 83.200 dizaino įmonių, antroje vietoje – JAV su 30.485 dizaino įmonėmis, trečioje – Pietų Korėja (22.684 įmonės). Anglija yra pirmoje vietoje ir pagal dizainerių (dirbančiųjų dizaino sektoriuje skaičių) - 232.000 dizainerių. Antroje vietoje – Japonija (164.741 dizaineris), trečioje – JAV (141.390 dizainerių).

Pagal santykinį rodiklį – dizaino įmonių skaičių milijonui gyventojų – pirmoje vietoje iš apklaustų šalių yra Singapūras, antroje – Anglija, trečioje – Švedija. Anglija yra pirmoje vietoje pagal santykinį dizainerių (dirbančiųjų dizaino sektoriuje) skaičių milijonui gyventojų, antroje vietoje – Nyderlandai, trečioje – Kanada. Plačiau žr. 2 paveikslą.

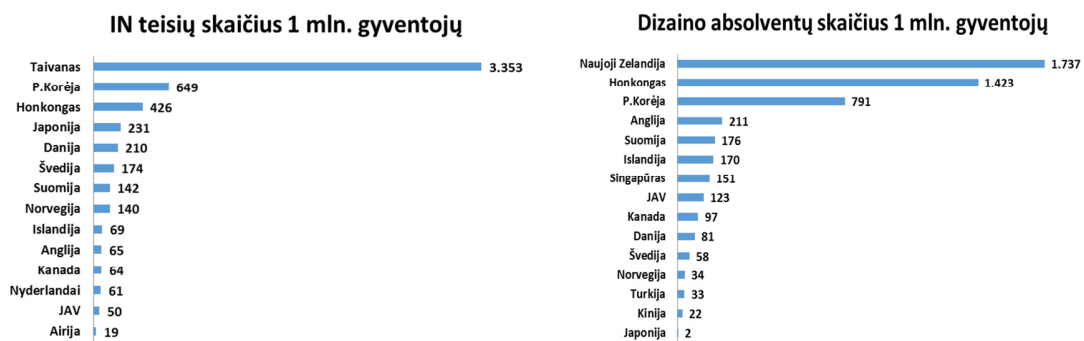
2 paveikslas. Šalių palyginimas pagal dizaino įmonių ir dizainerių (dirbančiųjų dizaino sektoriuje) skaičių, tenkantį 1 mln. gyventojų



Šaltinis: Parengta pagal International Design Scoreboard: Initial indicators of international design capabilities, University of Cambridge, London, 2009 ir World Design Survey 2010, Icograda, IDA, <http://www.icograda.org>. Remiamasi World Bank teikiama statistika apie gyventojų skaičių 2010 m.

Daugiausia intelektinės nuosavybės teisių, susijusių su dizainu, registruota Taivane (77.661). Antroje vietoje – Pietų Korėja (32.091 registracija), trečioje – Japonija (29.382 registracijos). Pagal intelektinės nuosavybės teisių, susijusių su dizainu, skaičių 1 milijonui gyventojų, pirmoje vietoje yra Taivanas, antroje vietoje – Pietų Korėja, trečioje – Honkongas. Žr. 3 paveikslą.

3 paveikslas. Šalių palyginimas pagal su dizainu susijusių registruotų intelektinės nuosavybės (IN) teisių skaičių ir dizaino studijas baigusiujų skaičių, tenkantį 1 mln. gyventojų



Šaltinis: Parengta pagal International Design Scoreboard: Initial indicators of international design capabilities, University of Cambridge, London, 2009 ir World Design Survey 2010, Icograda, IDA, <http://www.icograda.org>. Remiamasi World Bank teikiama statistika apie gyventojų skaičių 2010 m.

Pagal kasmet dizaino studijas baigusiu studentų skaičių, pirmauja JAV – kasmet šalyje dizaino studijas baigia 38.000 absolventų. Nedaug nuo jos atsilieka Kinija, kurioje kasmet dizaino studijas baigia 30.000 absolventų. Trečioje vietoje yra Pietų Korėja – 18.313 dizaino studijas baigusiu studentų kasmet. Tuo tarpu pagal santykinį rodiklį - dizaino studijas baigusiu studentų skaičių, tenkantį 1 milijonui gyventojų, pirmoje vietoje yra Naujoji Zelandija, antroje – Honkongas, trečioje – Pietų Korėja.

2.2. DIZAINO SEKTORIAUS VAIDMUO IR SĄVEIKA SU KITOMIS EKONOMIKOS SRITIMIS EUROPOJE

2.2.1. DIZAINO SĄVOKOS POKYČIAI

Esminiai dizaino sąvokos pokyčiai Europoje prasidėjo 2009 m., Europos Komisijai paskelbus darbinį dokumentą „Dizainas – į vartotoją orientuotų inovacijų variklis“⁷, kuriuo buvo siekiama pradėti diskusiją apie tai, kas yra dizainas ir kaip jis susijęs su inovacijomis.

Iki 2009 m. Europoje buvo vadovaujama dviem pagrindiniais inovacijų vertinimo vadovais (Frascati 2002 ir Oslo 2005), paskelbtais Ekonominio bendradarbiavimo ir plėtros organizacijos (OECD).

⁷ EU Commission “Staff Working Document Design as a Driver of User-Centered Innovation” SEC(2009)501 final.

Frascati vadove apibrėžiant mokslinius tyrimus ir eksperimentinę plėtrą (toliau - MTEP) nurodyta, kad „**produktų ir dizaino inžinerija gali būti MTEP projekto dalis kaip pagrindinį projektą paremiantis darbas**“. Vadovas teigia, kad prototipų gamybos ir pramoninio dizaino veikla, reikalinga vykdant MTEP, statistiniais tikslais turėtų būti įtraukiama į MTEP. Atkreiptinas dėmesys, kad dizainas kaip mokslinio ir (arba) technologinio neapibrėžtumo, kai asmeniui, gerai susipažinusiam su visiems prieinamomis pagrindinėmis žiniomis konkrečioje srityje, problemos sprendimas nėra lengvai matomas, sprendinys (ar dedamoji) laikytina MTEP. Mažiau techninės dizaino veiklos nėra priskiriama MTEP. Kitos, ne pramoninio dizaino formos, pvz. paslaugų dizainas, taip pat nėra įtraukiamas į MTEP.

Oslo vadovas detalizuoja dizainą, kaip sudėtinę inovacijų dalį: „Dizainas yra sudėtinė produkto inovacijos vystymo ir įgyvendinimo dalis. Tačiau dizaino pakeitimai, kurie neapima ženklaus pokyčio produkto funkcinėms charakteristikoms ar potencialioms panaudojimo sritims, nėra produkto inovacija. Tai gali būti priskiriama marketingo inovacijoms (...). Įprastiniai atnaujinimai ar pastovūs sezoniniai pakeitimai taip pat nėra produkto inovacijos.“⁸

Kaip ir Frascati vadovas, Oslo vadovas kai kuriuos pramoninio dizaino elementus pripažįsta MTEP veikla. Kitos dizaino veiklos yra priskiriamos marketingo inovacijoms arba, jeigu naujumo lygis yra nepakankamas, visiškai nepriskiriamos inovacijoms.

Europos Komisija, remdamasi atliktais tyrimais, 2009 metais publikuotame darbiname dokumente „Dizainas – į vartotoją orientuotų inovacijų variklis“ pateikia tokias išvadas:

1. **Dizainas yra svarbi inovacijų proceso dalis.** Tyrimų rezultatai rodo, kad įmonės, vykdančios dizaino veiklą yra labiau inovatyvios negu kitos įmonės. Komisija neturi tikslo šiame dokumente rasti visuotinai priimtina dizaino apibrėžimą, tačiau siekia išsiaiškinti ryšius tarp dizaino ir inovacijų tam, kad darbinis dizaino apibrėžimas galėtų būti suformuluotas ir pritaikytas Europos inovacijų politikos kontekstui.
2. **Dizainas vis labiau pripažįstamas strateginiu įrankiu į vartotoją orientuotoms inovacijoms.** Toks įrankis remiasi holistiniu ir daugiadiscipliniu problemų sprendimo požiūriu, kuris sukonzentruotas į vartotojo poreikius, siekius ir gebėjimus. Pastaraisiais metais taip pat vis didėjo dėmesys dizaino potencialui labiau pritaikyti produktus, paslaugas ir sistemas aplinkosaugos ir socialinėms reikmėms.
3. **Dizainas kaip inovacinė veikla transformuoja tyrimus į komerciškai gyvybingus produktus ir paslaugas bei priartina inovacijas prie vartotojo poreikių.** Nors dizaino naudojimo srityje egzistuoja skirtumai tarp įvairių sektorių ir dydžių įmonių, dizainas turi potencialą platesniam naudojimui, ypač SVV, žemų technologijų įmonėse ir paslaugų sektoriuje.

⁸ Šaltinis: Oslo Manual, <http://www.oecd.org>

Jau 2009 m. Europos Komisija pradėjo kalbėti apie **dizainą kaip inovacijų politikos dalį**, kuri skatina visuomenės ir vartotojo reikmėmis paremtas inovacijas ir papildo egzistuojančias Europos stiprybes – paveldą, kūrybiškumą ir įvairovę, darydamas Europą dar labiau konkurencingą.

2009-2013 m. vyko aktyvūs Europos Komisijos veiksmai dizaino politikos formavime (plačiau apie tai dalyje 2.2.3. „Dizaino politikos, paramos ir skatinimo priemonių plėtros tendencijos“), o to pasekoje 2013 m. rugsėjo 23 d. Europos Komisijos paskelbtame darbiname dokumente „Dizainu grindžiamų inovacijų skatinimo veiksmų plano įgyvendinimas“⁹ dizainas apibrėžiamas kaip „į žmones orientuota inovacinė veikla – paklausių ir patrauklių naudoti produktų ir paslaugų kūrimas ir pateikimas“. Remiantis šia plačia apibrėžtimi dizainas veiksmų plane laikomas ne tik stiliaus ar estetikos dalyku, bet ir **strategine priemone inovacijoms skatinti**.

Viename iš ES finansuojamų projektų dizaino politikos vystymo srityje – „€Design“ (dizaino vertės nustatymas) tobulinamas **dizaino, kaip ekonominio vertės kūrimo veiksnio**, vertinimas. Projekto galutinėje ataskaitoje¹⁰ teigiama, kad „dizainas prisideda prie unikalių konkurencinių pranašumų kūrimo, kurie padeda pereiti nuo grynos kainų konkurencijos, kuriant ir stiprinant įmonių ar produktų identitetą ir prekės ženklą. Be to, dizainas turi potencialą sumažinti gamybos, surinkimo, pakavimo, saugojimo, transportavimo ir paskirstymo kaštus, ir tokiu būdu padidinti pelningumą ir konkurencingumą.

„€Design“ ir kitų projektų tyrimai, tikimasi, padės pagrindus naujo, išskirtinai dizainui skirto **Barselonos Dizaino vadovo (Barcelona Manual on Design)**¹¹ sukūrimui.

Dizaino sektoriaus apimties matavimo srityje taip pat vyksta pokyčiai. Pirmiausia atkreiptinas dėmesys, kad dizaino veikla apima daugiau negu vieną ekonominę veiklą pagal Ekonominės veiklos klasifikatorių (NACE 2). Europoje statistikos tikslais dažnai buvo vertinama 71.1 kodu pažymėta veikla „Architektūros ir inžinerijos veikla bei su ja susijusios techninės konsultacijos“. Į šią grupę įeina architektūros, inžinerijos, techninio braižymo, statybos darbų kontrolės, vietovės nuotraukų darymo ir žemėlapių braižymo bei panašių paslaugų veikla. Tuo tarpu pramoninis projektavimas (dizainas) priskiriamas **74.10 kodui „Specializuota projektavimo veikla“**, į kurį įeina:

- pramoninis projektavimas (dizainas), t. y. kūrimas ir vystymas projektų ir techninių reikalavimų, kurie optimizuoja produkto vartojimą, vertę ir išvaizdą, įskaitant produkto medžiagų, konstrukcijos, formos, spalvos ir paviršiaus apdailos nustatymą, atsižvelgiant į žmogiškąsias charakteristikas ir poreikius, saugumą, pardavimo patrauklumą ir gamybos efektyvumą, paskirstymą, vartojimą ir techninę priežiūrą;

⁹ Commission staff working document Implementing an Action Plan for Design-Driven Innovation, SWD(2013) 380 final.

¹⁰ Guidelines for collecting and interpreting design data, A proposal for a future Barcelona Manual on Design, „€Design“, June 2014.

¹¹ Plačiau apie tai žr. <http://www.measuringdesignvalue.eu/?pg=4&ft=#1187>

- modeliavimas, susijęs su tekstilės dirbiniais, drabužiais, avalyne, juvelyriniais dirbiniais, baldais ir kitu meniniu patalpų vidaus įrengimu, kitais madingais daiktais, taip pat asmeniniais ar namų ūkio reikmenimis;
- dailininkų-apipavidalinimo specialistų (grafikos dizainerių) veikla;
- meninio patalpų vidaus įrengimo (interjero) specialistų veikla.

Europos pramoninio dizaino srities tarybos parengtoje 2012 m. ataskaitoje, rekomenduojama stiprinti specialiai dizaino veiklai skirto dabartinio NACE kodo 74:10 įgyvendinimą visose valstybėse narėse ir prireikus užtikrinti atnaujinimą, būtiną standartams nustatyti ir palyginamajai valstybių narių analizei atlikti¹².

Europos Sąjungos lygmenyje vykdytame tyrime „€Design“ svarstomas dar platesnis dizaino sektoriaus pajamų nustatymo būdas, kuris apima ne tik dizaino sektoriaus pajamų nustatymą, bet ir **dizaino veiklos pajamų dalį kitose pramonės šakose**. Ši dalis įvertinama proporcingai dizaino funkcijas vykdančių darbuotojų skaičiui.

2.2.2. DIZAINO SEKTORIAUS DYDIS IR REIKŠMĖ EUROPOS ŠALIŲ EKONOMIKAI

Dizaino sektoriaus dydis Europos šalyse varijuoja – vienos šalys pirmauja dizaino švietimo, kitos – dizaino verslo pajamų srityje. Tai priklauso nuo valstybės politikos dizaino srityje, t.y. dizaino svarbos pripažinimo, skatinimo ir rėmimo. Žemiau pateikiami atskirų Europos šalių pagrindiniai dizaino sektorių apibūdinantys rodikliai.

Atkreiptinas dėmesys į tai, jog dizaino įmonių ir dirbančiųjų dizaino sektoriuje rodiklių skaičiavimo metodika įvairiose Europos šalyse stipriai skiriasi. Pvz. vienos šalys į bendrą dizaino įmonių skaičių įtraukia ir savarankiškai dirbančius asmenis, kitos – tik juridinius asmenis, tuo tarpu dirbančiųjų dizaino sektoriuje rodiklis vienoje šalyje apima tik samdomus darbuotojus, kitose – ir individualią veiklą vykdančius asmenis. Toliau pateikiama informacija **siekiami tik supažindinti, kokiais rodikliais atskiros šalys pristato savo dizaino sektorių.**

Jungtinėje Karalystėje yra 33 dizaino švietimo įstaigos, dizaino sektoriuje studijuojančių studentų skaičius – 91.510, iš kurių 60.285 – dizaino studijose, 7.474 – kūrybinių menų ir dizaino studijose, 21.930 – architektūroje, 1.820 – kraštovaizdžio projektavime, dizaino studijas baigusių studentų metinis skaičius – 13.270, tarptautiniu mastu apsaugotos intelektinės nuosavybės skaičius – 9.192 dizainai ir 32.044 prekės ženklai.

Dizaino įmonių Jungtinėje Karalystėje yra 83.200, iš kurių 10.800 dizaino konsultavimo įmonės, 65.900 – individualus (laisvai samdomas) dizaino verslas, 6.500 – dizaino komandos (padaliniai) įmonėse, o dirbančiųjų dizaino sektoriuje – 232.000, iš

¹² Plačiau žr. Design for Growth&Prosperity. Report and Recommendations of the European Design Leadership Board, European Design Innovation Initiative, 2012.

kurių 65.900 – laisvai samdomi dizaineriai, 82.500 – dizaino konsultavimo įmonių darbuotojai, 83.600 – dizaino komandų (padalinių) įmonėse darbuotojai. Dizaino sektoriaus apyvarta sudaro 0,00331 proc. šalies BVP.

Danijoje dizaino studijas baigusiu studentų metinis skaičius – 450, tarptautiniu mastu apsaugotos intelektinės nuosavybės skaičius – 1.166 dizainai ir 7.694 prekės ženklai. Dizaino įmonių Danijoje priskaičiuojama 2.860, o dirbančiųjų dizaino sektoriuje - 2.846. Dizaino sektoriaus apyvarta sudaro 0,00240 proc. šalies BVP.

Prancūzijoje tarptautiniu mastu apsaugotos dizaino intelektinės nuosavybės skaičius – 64.000, dizaino įmonių Prancūzijoje yra 4.750, o dirbančiųjų dizaino sektoriuje - 25.000.

Suomijoje dizaino studijas baigusiu studentų metinis skaičius – 944, tarptautiniu mastu apsaugotos intelektinės nuosavybės skaičius – 763 dizainai ir 3121 prekės ženklas, dizaino įmonių Suomijoje yra 921, o dirbančiųjų dizaino sektoriuje - 865. Dizaino sektoriaus apyvarta sudaro 0,00364 proc. šalies BVP.

Nyderlanduose veikia 200 dizaino įmonių bei dizaino padalinių įmonėse ir 2.500 laisvai samdomų dizainerių, bendras dirbančiųjų skaičius dizaino sektoriuje – 46.100, per metus registruojama 1.017 dizaino intelektinės nuosavybės teisių, veikia 40 dizaino švietimo įstaigų.

Islandijoje dizaino studijas baigusiu studentų metinis skaičius – 54, tarptautiniu mastu apsaugotos intelektinės nuosavybės skaičius – 22 dizainai ir 4.357 prekės ženklų, dizaino įmonių Islandijoje yra 82, o dirbančiųjų dizaino sektoriuje - 90. Dizaino sektoriaus apyvarta sudaro 0,00322 proc. šalies BVP.

Norvegijoje dizaino studijas baigusiu studentų metinis skaičius – 167, tarptautiniu mastu apsaugotos intelektinės nuosavybės skaičius – 683 dizainai ir 8.088 prekės ženklų, dizaino įmonių Norvegijoje yra 927, o dirbančiųjų dizaino sektoriuje -1.483. Dizaino sektoriaus apyvarta sudaro 0,01295 proc. šalies BVP.

Švedijoje dizaino studijas baigusiu studentų metinis skaičius – 540, tarptautiniu mastu apsaugotos intelektinės nuosavybės skaičius – 1.635 dizainai ir 11.753 prekės ženklų, dizaino įmonių Švedijoje yra 8.459, o dirbančiųjų dizaino sektoriuje - 4.238. Dizaino sektoriaus apyvarta sudaro 0,00352 proc. šalies BVP.

Europos Komisija yra įvertinusi, kad iš viso Europoje dirba daugiau kaip **400.000 kvalifikuotų profesionalių dizainerių**. Jie sukuria bendrą **36 mlrd. eurų apyvartą**, kuri sudaro šiek tiek daugiau kaip 5% ES žinioms imlių paslaugų sektoriaus.¹³

Dizaino išlaidų srityje ES šalių statistika yra kol kas ribota ir gana paini dėl įvairių metodologinių ir techninių sunkumų. Svarbu ir tai, kaip šalyse yra apibrėžiamas dizainas.

¹³ Šaltinis: EU Commission “Staff Working Document Design as a Driver of User-Centered Innovation” SEC(2009)501 final.

Pvz. 2013 m. SEE partnerystės platformos atliktame dizaino išlaidų tyrime nustatytos tokios bendros tendencijos (Danijoje, Suomijoje ir Jungtinėje Karalystėje daugiau įmonių nurodo vykdančios tam tikrą dizaino veiklą negu inovacinę veiklą) ir šalių išskirtinumas (pvz. Jungtinėje Karalystėje verslas dizainui išleidžia daugiau negu moksliniams tyrimams ir eksperimentinei plėtrai).

Pramoninis dizainas yra ypatingai svarbus ir laikomas pagrindiniu dalyku bei veikla, siekiant idėjas pateikti rinkai ir jas paverčiant patraukliais bei paprastais naudoti produktais. Nors dizainas vis dar dažnai siejamas tik su estetika, jo taikymo galimybės yra kur kas platesnės. Sistemingai naudojant dizainą kaip priemonę į vartotojus ir rinką orientuotoms inovacijoms skatinti visuose ekonomikos sektoriuose, padidėtų Europos konkurencingumas. Ekspertiniu vertinimu nustatyta, jog **strategiškai į dizainą investuojančios įmonės paprastai dirba pelningiau ir auga sparčiau**¹⁴. Pvz. Jungtinės Karalystės Dizaino Taryba yra įvertinusi dizaino naudą verslui pinigine išraiška: 1 £ verslo investicija į dizainą, padeda padidinti pajamas - 20 £; grynąjį veiklos pelną - 4 £; eksportą - 5 £.

Dizaino sektorius yra reikšmingas kitiems sektoriams – **sveikatos apsaugos, švietimo, visuomenės saugumo, prekybos, viešajam sektoriui.**

Jungtinės Karalystės Dizaino Taryba taip pat pateikia daug praktinių dizaino įtakos kitiems sektoriams pavyzdžių (<http://www.designcouncil.org.uk>). Žr. 4 paveikslą. Šie pavyzdžiai patvirtina, jog dizainerio veiklos laukas stipriai plečiasi ir susilieja su rinkodaros, technologijų kūrimo veiklomis, tam tikrose situacijose jį sunku tiksliai atskirti nuo kitų veiklų.

4 paveikslas. Dizaino įtakos sveikatos apsaugos, viešųjų paslaugų teikimo srityje pavyzdžiai

Apetitą skatinanti priminimo sistema Ode

Problema: senatvine demencija sergantys asmenys dažnai pamiršta pavalgyti, neturi apetito, todėl netenka daug svorio, prastėja jų sveikata. Jungtinėje Karalystėje sveikatos apsaugos išlaidos, susijusios su per mažo svorio sukeltą komplikacijų gydymu sudaro 13 mln. svarų sterlingų per metus.

Sprendimas: siekiant išspręsti senatvine demencija sergančių asmenų nevalgymo problemą, bendradarbiaujant sveikatos apsaugos specialistams ir dizaineriams, buvo sukurta tris kartus per dieną apetitiškus kvapus skleidžianti priminimo sistema Ode, priderinta prie sergančių asmenų maitinimosi tvarkaraščio. Sistema veikia nedideliame elektriniame aparate, jo skleidžiamus kvapus kūrė pirmąjanti Jungtinės Karalystės kvapalų laboratorija. Ši sistema labiau diskretiška, negu nuolatiniai slaugytojų raginimai valgyti ir efektyvesnė negu garsinio signalo priminimo priemonės, visiškai nestimuliuojančios apetito. Kuriant šį produktą buvo visapusiškai įvertinti sergančių asmenų poreikiai. Aparatas nedidelis, derančio prie aplinkos dizaino. Intensyvus kvapas purškiamas labai trumpai, kad stimuliuotų apetitą, tačiau ir pakankamai greit išsisklaidytų, nesukeldamas priklausomybės.

¹⁴ Šaltinis: 2013 m. rugsėjo 23 d. Europos Komisijos darbinis dokumentas „Dizainu grindžiamų inovacijų skatinimo veiksmų plano įgyvendinimas“.

Rezultatas ir tolimesnis vystymas: pradėjus naudoti naują Ode aparatą, nukritęs svoris pradėjo augti 52 proc. tyrime dalyvavusių pacientų. Naujuoju produktu susidomėjo slaugos namų, bendruomenės namų personalas, o taip pat slaugytojai namuose. Ode kūrėjai produkto gamybai ir platinimui įkūrė bendrovę, kuri šiuo metu parduoda produkciją Jungtinėje Karalystėje, Norvegijoje ir Olandijoje. Ode aparatas bus toliau tobulinamas, pritaikant sistemą relaksacijos terapijai.

Lengvai valomos spintelės ligoninėms

Problema: ligoninių palatų spintelės prie lovų yra vienas iš bakterijų sankaupų objektų. Metalinės ir medinės dabartinio dizaino spintelės yra sunkiai valomos, o dėl užkrečiamų ligų, tokių kaip stafilokokas, Jungtinėje Karalystėje kasmet miršta apie 5000 žmonių.

Sprendimas: bendradarbiaujant ligoninės baldų gamintojui Bristol Maid ir dizainerių komandai, vadovaujamai Kinneir Dufortt, buvo sukurta lengvai valoma naujos formos polimerinių medžiagų spintelė. Produktas buvo patobulintas, atsižvelgiant į dabartinių spintelių trūkumus (didžiausios bakterijų sankaupos renkami sunkiai pasiekiamuose kampuose, raktų skylutėse, judančiose dalyse) ir ligoninės personalo poreikius.

Rezultatas: naujo dizaino spintelės žymiai lengviau valomos, jų valymo laikas sutrumpėjo 5 kartus, slaugos personalas gali daugiau laiko skirti pacientams, o elektriniai užraktai neleidžia kauptis bakterijoms raktų skylutėse, be to, nepametami raktai. Naujo produkto – spintelės sukūrimas paskatino kartu su dizaineriais tobulinti ir kitus ligoninių baldus. Bristol Maid kompanija gamina ir parduoda spinteles ir kitus lengvai valomus ligoninės baldus Jungtinėje Karalystėje bei eksportuoja į kitas šalis.

Elektroninės paslaugos jauniems mokesčių mokėtojams

Problema: Danijoje mokesčių mokėtojai turi galimybę atlikti visus su mokesčiais susijusius veiksmus ir gauti informaciją elektroniniu būdu. Danijos mokesčių inspekcija planavo, kad jauni mokesčių mokėtojai naudosis išskirtinai tik internetine mokesčių administravimo sistema. Tačiau buvo nustatyta, kad daug jaunimo praktiškai nesinaudoja internetinėmis mokesčių inspekcijos paslaugomis. Jie vis dar atvyksta į mokesčių inspekcijos biurus, kreipiasi telefonu.

Sprendimas: bendradarbiaujant su dizaino specialistais pirmiausia buvo išsiaiškinti jaunimo poreikiai, jų supratimas apie mokesčių sistemą, įvertinta jų patirtis bendraujant su mokesčių inspekcija, bandant naudotis elektronine sistema. Paaiškėjo, kad jauni mokesčių mokėtojai tikisi, jog mokesčių inspekcija viską atliks už juos, jiems sudėtinga užpildyti preliminaras mokesčių deklaracijas, dokumentuose ir sistemoje vartojami mokesčių inspekcijos terminai jiems yra nesuprantami. Surinkta informacija buvo pristatyta mokesčių inspekcijai su pasiūlymais tobulinti elektroninę sistemą.

Rezultatas: mokesčių inspekcija atsižvelgė į jaunimo poreikius ir kartu su dizaino specialistais patobulino elektroninę sistemą. Į jaunimo žinias ir supratimą apie mokesčių sistemą taip pat buvo atsižvelgta tobulinant tiesioginį bendravimą su mokesčių mokėtojais. Be to, pradėti kelių Danijos ministerijos koordinuojami projektai, skirti jaunų mokesčių mokėtojų mokymams, jų žinių apie mokesčių sistemą kėlimui. Tikimasi, jog jau greitai laiku šis projektas ženkliai padidins naudojamąsi internetinėmis mokesčių inspekcijos paslaugomis jaunimo tarpe.

Maisto tiekimo paslaugos senyvo amžiaus žmonėms (paslaugų dizainas)

Problema: Danijoje maistas į namus tiekiamas daugiau kaip 125 tūkst. senyvo amžiaus žmonėms, ir šis skaičius ateityje augs. Nebegalintys patys gamintis valgi ir vaikščioti po parduotuves senjorai jaučiasi prislėgti, mažiau valgo, jų sveikata prastėja.

Sprendimas: Holstebro savivaldos institucija nusprendė pagerinti maisto tiekimo paslaugas senyvo amžiaus žmonėms. Tuo tikslu Holstebro savivaldybė pradėjo kartu dirbti su inovacijų agentūra Hatch & Bloom's, siekdami sukurti paslaugų dizaino sprendimą, apimančią visus viešojo maitinimo paslaugų sistemos aspektus.

Hatch & Bloom's atliko išsamius tyrimus, kurių metu buvo įvertinta vartotojų elgsena, poreikiai, lūkesčiai ir nustatė, kad maisto tiekimo paslaugų kokybė priklauso ne tik nuo paties maisto kokybės, bet ir nuo maisto porcijų, įpakavimo, spalvų bei valgymo aplinkos. Pvz. daugelis senjorų gėdijasi maisto tiekimo furgonų su dideliu užrašu „Holstebro savivaldos maisto tiekimo paslaugos“, atvykstančių į jų namus. Taip pat maisto tiekimo kokybės gerinimui buvo pakviestas aukšto lygio virtuvės šefas, kuris maistą senjorams tiekiančiai įmonei ir jos darbuotojams pateikė patarimų dėl maisto dydžio, išvaizdos. Visų tyrimų pasekoje buvo sukurtas atnaujintos paslaugos prototipas (pradedant nuo transporto iki pakuotės, meniu, personalo uniformų), ir visa tai išbandyta su jų vartotojais.

Visas dizaino procesas truko apie 6 mėnesius. Išlaidos dizainui nebuvo didelės, nes agentūra Hatch & Bloom's buvo pasamdyta daugiausiai konsultacijoms teikti, o didelę dalį darbų realiai atliko Holstebro savivaldos institucija, pasitelkdama savo darbuotojus.

Rezultatas: Holstebro savivalda atsižvelgė į senjorų poreikius ir tai 22 procentais padidino jų klientų skaičių, pagerino vartotojų pasitenkinimą paslaugomis, 78 procentais išaugo sveikatai palankių patiekalų pardavimai, be to, pagerėjo bendradarbiavimas su kitomis įstaigomis, dalyvaujančiomis maisto tiekime.

Projektas laimėjo prestižinį dizaino apdovanojimą Danish Design Awards 2008/2009 ir buvo pristatytas daugiau kaip 30-tyje pasaulio šalių. Plačiau apie šį projektą žr. ataskaitoje Design for Public Good, Design Council, 2013.

Kompiuterinės tomografijos ir 3D spausdinimo panaudojimas rekonstrukcinėms operacijoms

Problema: chirurginės operacijos rekonstrukcijos srityje yra brangios, užimančios daug laiko, todėl Jungtinės Karalystės sveikatos apsaugos tarnyba ieško sprendimų, kaip pagerinti šių operacijų kokybę ir sumažinti jų kainą, taikant inovacijas. Viena iš daug laiko užimančių operacijų yra titano lydinio plokštelių, skirtų kaukolės angoms uždengti pritaikymas pacientams. Šios plokštelės gaminamos pagal pacientų tomografinę nuotrauką ir chirurginės operacijos metu pjaustomos ir šlifuojamos, kad idealiai tiktų pacientams.

Sprendimas: Kardifo Universitete įsikūrusio Nacionalinio produktų dizaino ir vystymo centro Medicinos grupė naudodama CAD braižymo programą ir 3D spausdintuvą sukūrė sistemą kaukolės modelio ir titano plokštelių prototipo gamybai pagal tomografines pacientų nuotraukas. Šis produktas padėjo pagaminti idealiai pacientų kaukolėms tinkančias plokšteles iki operacijos.

Rezultatas: sukurtas sprendimas 30 minučių sutrumpino chirurginių operacijų laiką, sumažino jų kaštus (apie 570 eurų) ir pagerino operacijų sėkmės procentą. Nacionalinio produktų dizaino ir vystymo centro Medicinos grupė toliau dirba derindama tyrimus ir naujausias technologijas, ieškodama naujų dizaino sprendimų kitose chirurginės rekonstrukcijos srityse – ausų, nosies rekonstrukcijoje.

Dizainas šiame projekte reiškia įvairių susijusių grupių (medikų, pacientų, tyrėjų, modelių formuotojų) poreikių išsiaiškinimą ir sujungimą į pažangų, į vartotoją orientuotą ir vertę kuriantį sprendimą. Plačiau apie šį projektą žr. ataskaitoje Design for Public Good, Design Council, 2013.

Kiti dizaino pritaikymo visuomenės problemoms spresti pavyzdžiai:

Švietimo srityje - mokyklas baigusiems jaunuoliams nepakanka vien mokyklinių žinių, norint įsidarbinti, todėl jiems buvo sukurtas naujo dizaino interneto portalas <http://www.discoverables.es>. Portalas padeda jaunuoliams atrasti ir tobulinti savo įgūdžius, stiprybes, dalintis jomis su potencialiais darbdaviais. Šis naujas dizaino produktas reikšmingas švietimo sistemai, nes Jungtinėje Karalystėje auga dalis niekur nedirbančio ir nesimokančio jaunimo dalis. Plačiau apie šį projektą žr. skyriuje 2.3.7. "Dizaino finansavimas".

Visuomenės saugumo srityje - viešosios erdvės (gatvės, pėsčiųjų ir dviračių takai, automobilių aikštelės) tarp privačių gyvenamųjų namų, projektuojamos, panaudojant dizaino galimybes, tokiu būdu, kad būtų aiškiai atskirta privati ir vieša erdvė, mažėtų vandalizmo atvejų.

Prekybos srityje:

maisto pramonės produktų gamintojams, norintiems didinti pardavimus šalyje ir užsienyje, įeiti į prekybos centrus, būtina prailginti savo produktų galiojimo laiką (pvz. inovatyvios pakuotės dėka), aiškiau apibrėžti savo produkto vardą, pritaikyti produktą didesnes pajamas turintiems vartotojams. Tuo tikslu vis dažniau šiose srityse pasitelkiamos dizainerių paslaugos.

buityje naudojamų cheminių medžiagų gamintojai, pasinaudodami dizaino paslaugomis, sukūrė patrauklesnį ir patogesnį vartotojams produktų įpakavimą, tai leido padidinti pardavimus 35 proc.

Finansiniame sektoriuje - kaip pavyzdys gali būti pateikiama Barclays mobilus atsiskaitymo programėlė Pingit, leidžianti vartotojams pervesti pinigus, naudojant mobilų telefoną. Tradicinis būdas sukurti tokią programėlę, laikantis įprastos darbų sekos ir perduodant darbus vis kitam specialistui, reikalauja daug laiko. Todėl Barclays vadovai nusprendė suburti įvairių specialistų (dizaineris, IT programuotojas, marketingo specialistas ir kt.) komandą, kad šie kartu vienu metu kurtų reikalingą paslaugą. Toks bendradarbiavimu paremtas metodas leido žymiai greičiau pateikti rinkai planuotą paslaugą, be to ji buvo labai teigiamai priimta vartotojų. Programėlė Pingit laimėjo 20 inovacijų apdovanojimų ir susilaukė finansinės sėkmės.

Viešųjų paslaugų teikimo srityje – viešųjų paslaugų teikimo perkėlimas į elektroninę erdvę reikalauja ne tik techninių, bet ir dizaino žinių, kad paslaugos būtų priimtinos vartotojui; naujos technologijos ir dizainas padeda sukurti naujas paslaugas – pvz. pranešimus apie aplinkosauginius pažeidimus/problemas galima teikti per mobiliuosius telefonus, o įstaigos interneto puslapyje kuriami specialūs probleminių taškų žemėlapiai, kurie padeda optimizuoti viešųjų paslaugų teikimą.

Viešųjų erdvių orientavimosi sistemose - Wayfinding sistema apjungia įvairius būdus, kurių pagalba „žmonės susiorientuoja fizinėje erdvėje, judėdami iš vienos vietos į kitą“. Šios sistemos kūrimo ypatingas vaidmuo tenka dizaineriui.

Pvz. Kopenhagos Kastrupo oro uostas pritaikė šiuolaikišką wayfinding'o priemonę, kuri leidžia naudotojams vizualizuoti savo kelionę per 360° foto-panoramas. Ši interaktyvi priemonė leidžia keleiviams virtualiai keliauti nuo metro stoties link terminalo ir išlipimo vartų. Išmaniajame telefone atsidarius specialią programėlę, galima surasti reikalingą kelionės maršrutą oro uoste. Techniniai sprendimai yra gana paprasti: visas oro uostas yra detalčiai nufotografuotas specialia 360° erdvę apėmiančia kamera. Po to, nuotraukos sujungtos specialios programos pagalba. Vaizdas primena *Google žemėlapių* „gatvės vaizdą”.¹⁵

Amsterdamo Schipol'io oro uostas gali pasigirti tuo, jog kiekvienas atvykęs į oro uostą ir turintis išmanųjį telefoną gali naudotis detaliu žemėlapiu, kuriame pateikiamos konkrečios asmeninės keleivių judėjimo kryptys. Keleiviai gauna informaciją apie tai, kiek ilgai jiems reikės eiti, norint pasiekti tam tikrą tikslą. 67% visų kelionių Amsterdamo Schipol'io oro uoste yra tranzitinės, dėl to technologija visiškai pritaikyta specifiniams Schipol'io oro uosto lankytojams.¹⁶

2.2.3. DIZAINO POLITIKA, PARAMOS IR SKATINIMO PRIEMONĖS

Europos Sąjungoje inovacijų ir dizaino politika, apjungianti paramos ir skatinimo priemones, pastaruosius penkis metus vystėsi nuosekliai ir intensyviai. Buvo parengti ir Europos Sąjungos institucijų lygmeniu patvirtinti strateginiai dokumentai, reikšmingi dizaino politikos vystymuisi.

2010 m. spalio 6 d. Europos Komisija paskelbė Komunikatą dėl Strategijos „Europa 2020“ pavyzdinė iniciatyva „Inovacijų sąjunga“. Jame pažymima, kad kuriant Inovacijų sąjungą, turi būti geriau išnaudojamas **pranašumas pramoninio dizaino ir kūrybos srityse**. Globalizacijos procesai lemia tai, Europa turi plėtoti ir savo pačios išskirtinį požiūrį į inovacijas, kuris grindžiamas jos pranašumu ir vertybėmis. Europos Sąjunga turi taikyti **plačią inovacijų koncepciją**, apėmiančią moksliniais tyrimais grindžiamas inovacijas ir su verslo modeliais, pramoniniu dizainu, prekės ženklais ir pridėtinės vertės paslaugomis, kurios vartotojams suteikia pridėtinės vertės ir atspindi Europos pranašumą, inovacijas. Vienas iš 36 Europos Komisijos įsipareigojimų, kuriant Inovacijų Sąjungą yra: „2011 m. Komisija įsteigs Europos pramoninio dizaino srities tarybą, kurios bus prašoma per metus pateikti pasiūlymų, kaip **padidinti pramoninio dizaino svarbą inovacijų politikoje** (pavyzdžiui rengiant ES ir (arba) nacionalines programas), ir sukurti „Europos pramoninio dizaino kokybės“ ženklą. Atsižvelgdama į Žaliąją knygą dėl kultūros ir kūrybos sektorių, Komisija įsteigs Europos kūrybos sektoriaus aljansą, siekdama nustatyti naujas šių sektorių paramos formas ir skatinti kitus sektorius plačiau naudoti kūrybiškumą.“.

2011 m. pradžioje Europos Komisijos viceprezidentas Antonio Tajani įkūrė Europos pramoninio dizaino srities tarybą. Ją sudaro 15 narių iš įvairių dizaino, pramonės, akademinų sluoksnių bei regioninių ir nacionalinių agentūrų, skatinančių inovacijas ir

¹⁵ Plačiau apie tai žr.: <http://www.passengerterminaltoday.com/viewnews.php?NewsID=47800>

¹⁶ Plačiau apie tai žr.: <http://www.futuretravelexperience.com/2014/10/klm-introduces-beacon-based-wayfinding-amsterdam-airport-schiphol/#more-18288>

dizainą. Tarybos sekretoriatas įsikūręs Aalto Universitete, Helsinkyje. Tarybos užduotis buvo suformuluoti politikos rekomendacijas, kaip padidinti dizaino vaidmenį Europos inovacijų politikoje nacionaliniu, regioniniu ir vietiniu mastu bei sukurti bendrą viziją, nustatyti prioritetus ir veiksmus tam, kad dizainas taptų Europos inovacijų politikos sudėtine dalimi.

Per vienerius metus Taryba organizavo 7 susitikimus ir dizaino politikos darbo grupes su daugiau kaip 50 pagrindinių suinteresuotų atstovų iš vyriausybės, pramonės, akademinio sluoksnių, dizaino pramonės ir viešojo sektoriaus. Taryba parengė 21 punkto politikos rekomendacijas, sugrupuotas į 6 strategines sritis:

1. Pasaulinė aplinka – nustatyti ir stiprinti sėkmingai veikiančius Europos dizaino centrus bei kurti „Dizainas sukurtas ES“ etiketę.
2. Europos inovacinė sistema – diegti naujus metodus, kuriais galima pamatuoti augimą, paveiktą investicijų į dizainą bei stiprinti dizaino sklaidą per inovacijas, verslo inkubatorius ir jų tinklus.
3. Verslas Europoje – stiprinti dizaino inovacijas smulkiajame ir vidutiniame versle ir palengvinti finansavimą dizainui imliam verslui.
4. Viešasis sektorius – didinti dizaino naudojimą bei skatinti inkubatorių bei laboratorijų atsiradimą viešajame sektoriuje.
5. Tyrimų sistema – Europos tyrimų sistemoje vykdyti nuolatinius dizaino tyrimus.
6. Švietimo sistema – puoselėti dizaino mokymo kultūrą bei stiprinti paramą dizaino kompetencijų vystymui.

2012 m. rugsėjį šios rekomendacijos buvo pristatytos Europos Dizaino Inovacijų aukščiausiojo lygio susitikime Helsinkyje kaip Tarybos ataskaita (Report of the European Design Leadership Board).

2013 m. rugsėjo 23 d. Europos Komisija paskelbė darbinį dokumentą „Dizainu grindžiamų inovacijų skatinimo veiksmų plano įgyvendinimas“¹⁷. Veiksmų planu siekiama paspartinti dizaino integravimą į inovacijų politiką Europos, nacionaliniu ir regioniniu lygmenimis ir sustiprinti šiai politikai įgyvendinti reikalingą pajėgumą bei kompetenciją. Šios veiksmų kryptys buvo kiek įmanoma plačiau suderintos su Europos pramoninio dizaino srities tarybos rekomendacijomis ir dėl jų pasikonsultuota su įvairiais suinteresuotaisiais subjektais.

Pagal šiame dokumente nustatytas veiksmų kryptis siekiama pasinaudoti svarbia dizaino reikšme, siekiant tokių ES programų kaip „Horizontas 2020“ ir COSME bei struktūrinių fondų politikos tikslų 2014–2020 m. laikotarpiu.

¹⁷ Commission staff working document Implementing an Action Plan for Design-Driven Innovation, SWD(2013) 380 final.

Jau įgyvendinami šeši ES bendrai finansuojami projektai, kuriais skatinamos dizainu grindžiamos inovacijos strateginėse veiksmų plano srityse. Jie finansuojami pagal Konkurencingumo ir inovacijų programą ir yra susiję su Europos dizaino inovacijų iniciatyva, kuri padeda naudoti dizainą kaip į vartotojus orientuotą inovacijų priemonę. Iš viso 19-oje valstybių narių veikia 46 organizacijos, kurioms atstovauja šeši įgyvendinimo konsorciškai. Tie šeši projektai yra:

- „€Design“ – dizaino vertės nustatymas (pagal jį tobulinamas dizaino, kaip ekonominio vertės kūrimo veiksnio, vertinimas);
- „Platforma SEE“: dalijimasis patirtimi Europoje – politikos inovacijų dizainas (dalijantis geriausia patirtimi dizainas integruojamas į inovacijų politiką);
- „IDeALL“ – visiems prieinamas dizainas „gyvosiose laboratorijose“ (užmezgant ryšius tarp dizainerių ir inovacijų ekosistemų¹⁸, siekiant įmonių konkurencingumo didinimo);
- „DeEP“ – dizainas Europos politikoje (dizaino inovacijų politikos poveikį padedantys suprasti vertinimo rodikliai);
- EHDM – Europos dizaino valdymo namai (stiprinami dizaino valdymo viešajame sektoriuje gebėjimai);
- REDI – „Kai regionai skatina verslininkus kurti naujoves“ (dizainu skatinamos inovacijos regioninėse inovacinėse ekosistemose).

2014 m. sausio mėn. veiklą pradėjo Europos Komisijos finansuojama Europos Dizaino Inovacijų Platforma. Jos tikslas padidinti dizaino įtraukimą į inovacijų politiką ir skatinti gebėjimus bei kompetenciją tokios politikos vykdyme. Platformos projektą vykdo 14 ES organizacijų konsorciškai, vadovaujamas Jungtinės Karalystės Dizaino Tarybos. Planuojama, kad projektas truks 3 metus.

ES šalys pagal dizaino politikos išvystymą yra nevienoduose lygiuose, tačiau bendra tendencija – dizaino politikos kūrimas ir dizaino politikos įtrauktis į nacionalinę politiką.

2014 m. SEE partnerystės platformos atlikto dizaino politikos tyrimo metu nustatyta, kad **dizaino politika buvo sudėtine nacionalinės politikos dalimi 15 iš 28 ES šalių narių**. Palyginti su 2012 m. rodiklis skaičiais nepasikeitė, tačiau atsirado 2 naujos šalys, įtraukusios dizainą į nacionalinę politiką (Graikija ir Ispanija), o 2 šalių (Portugalijos ir Rumunijos) strateginiai dokumentai dizaino srityje nebuvo pratęsti.

¹⁸ Sąvoka „Inovacijų ekosistema“ yra apibūdinamas įvairių partnerių (iš privataus ir viešojo sektorių, plačiosios visuomenės), įsitraukusių į bendrą veiklą ir procesus, taip pat materialinių ir finansinių išteklių, skirtų inovacijų kūrimui, gausa.

Dalis šalių dar rengia nacionalinės inovacijų politikos dokumentus naujam programavimo laikotarpiui, todėl per keletą ateinančių metų galima tikėtis didesnio skaičiaus šalių, įtraukusių dizainą į nacionalinę politiką. Palyginti su 2012 m. dizaino veiksmų planai buvo patvirtinti Danijoje (2013 m.), Estijoje (2012 m.), Suomijoje (2013 m.), Prancūzijoje (2013 m.) ir Latvijoje (2014 m.).

2014 m. dizaino rėmimo programos buvo 12 ES šalių narių, nors **atskiros dizaino skatinimo veiklos vykdomos visose 28 ES šalyse narėse.**

Šalių dizaino inovacijų politikos būklę atspindi „dizaino politikos laiptai“, nurodantys, kaip dizainas yra integruotas į nacionalinę politiką, kuriuose šalys sugrupuotos į 4 lygius:

- **1 lygis** (žemiausias) – šalis neturi jokios vizijos (plano, strategijos) dizaino politikai;
- **2 lygis** – šalis turi viziją (planą, strategiją) pramoninio dizaino politikai;
- **3 lygis** – šalis turi ne tik pramoninio dizaino, bet ir paslaugų dizaino viziją (planą, politiką);
- **4 lygis** (aukščiausias) – šalis turi viziją strateginio dizaino politikai (horizontali dizaino integracija į nacionalinę politiką).

5 paveikslas. ES šalių dizaino politikos būklė 2014 m.

4 lygis
Vizija strateginio dizaino politikai
DK / EE / EU / FI / SE / UK

3 lygis
Vizija paslaugų dizaino politikai
(privatus arba viešas sektorius)
SI

2 lygis
Vizija pramoninio dizaino politikai
BE / CZ / ES / EL / FR / IE / IT / LV / PL

1 lygis
Jokios vizijos dizaino politikai
AT / BG / CR / CY / DE / HU / **LT** / LU /
MT / NL / PT / RO / SK

Šaltinis: SEE Platform Bulletin Issue 11, June 2014

2012 m. SEE partnerystės platformos atlikto dizaino politikos tyrimo duomenimis, aukščiausią lygį buvo pasiekusios 4 šalys ir pati ES: Danija, Estija, Suomija ir Jungtinė Karalystė. Lietuvos dizaino politikos būklė buvo priskirta 1 (žemiausiam) lygiui. 2014 m. analogiško dizaino politikos tyrimo duomenimis, prie aukščiausią lygį pasiekusių šalių prisijungė Švedija. Lietuvos dizaino politikos būklė išliko 1 (žemiausiame) lygyje (5 paveikslas).

2.3. LIETUVOS DIZAINO SEKTORIAUS APŽVALGA

2.3.1. DIZAINO NAUDOTOJAI

2.3.1.1. *Viešasis sektorius*

Vertinant viešojo sektoriaus išlaidas dizainui, dažnai remiamasi investicijomis, kurios skirtos dizaino rėmimui ir propagavimui, nes duomenų apie kitas šio sektoriaus išlaidas (dizaino paslaugų pirkimus ir pan.) nėra renkama. Remiantis įvairių šalių rodikliais matyti, jog viešojo sektoriaus išlaidos dizainui yra visiškai nežymios, lyginant su viešojo sektoriaus išlaidomis MTEP¹⁹. Vis tik reikia pastebėti, jog ši statistika atspindi tik dalį realios situacijos.

Atsižvelgiant į ilgalaikę perspektyvą ir dizaino veiklos pritaikymo galimybes, šis sektorius turi **didelį potencialą dizaino veikloms**. Dizaino veiklos reikalingos ne tik šio sektoriaus organizacijų vidinėms reikmėms (pvz. ministerijų, savivaldybių, kt. įstaigų ir organizacijų komunikacinei veiklai vykdyti²⁰ ir pan.), bet, kaip rodo užsienio šalių patirtis, gali būti pritaikomos šalies socialiniams-ekonominiams iššūkiams spręsti (pvz. tokiose srityse kaip informacinės visuomenės statinimas, aplinkosauga ir darnus išteklių naudojimas, kokybiško užimtumo ir dalyvavimo darbo rinkoje skatinimas, darnaus transporto infrastruktūros plėtra, socialinės įtraukties ir kovos su skurdu didinimas, visuomenės švietimas ir žmogiškųjų išteklių potencialo didinimas, viešojo valdymo efektyvumo didinimas ir pan.). Konkretūs veiklos pavyzdžiai pateikti galimybių studijos 2.2.1. skyriuje. Tokių dizainu paremtų inovacijų diegimo viešajame sektoriuje būtinybė yra pabrėžiama ir ES strateginiuose dokumentuose. Pvz. Komisijos tarnybų darbiname dokumente „Dizainu grindžiamų inovacijų skatinimo veiksmų plano įgyvendinimas“ kaip viena iš 3-jų strateginės veiklos kryptių yra „Skatinimas naudoti dizainą kaip viešojo sektoriaus atsinaujinimo priemonę“.

Lietuvoje dizainu paremtų inovacijų kūrimo viešajame sektoriuje praktikos pavyzdžių dar nėra viešinama. Tam, kad išnaudoti dizaino teikiamas galimybes visuomenei aktualių problemų sprendimui, reikalinga **didinti suvokimą** apie šias galimybes tiek šalies dizainerių bendruomenėje, tiek viešajame sektoriuje. Tuo tikslu ES lygmenyje yra rengiamos ataskaitos (pvz. „Design for Public Good“, 2013 m.), organizuojami seminarai ir taikomos kitos priemonės, skirtos pristatyti „geros praktikos“ pavyzdžius. Tuo tarpu, Danijos vyriausybė, siekdama skatinti dizainu paremtas inovacijas viešajame sektoriuje, remia tarpinstitucinę inovacijų struktūrą (MindLab), kuri įtraukia gyventojus ir verslą į naujų visuomenei svarbių sprendimų kūrimą. Verslumas, klimato kaita, savitarnos skaitmenizacija, švietimas, įdarbinimo paslaugos ir darbo vietos saugumas yra įvardijami kaip pavyzdžiai sričių, kuriose ši struktūra dirba.

¹⁹ Užsienio tyrimai rodo, jog net šalyse, kuriose dizainas yra laikomas prioritetu, viešosios išlaidos dizainui yra labai mažos, lyginant su išlaidomis MTEP veiklai. Pvz. Estijoje, Danijoje, Suomijoje ir Jungtinėje Karalystėje viešojo sektoriaus išlaidos MTEP yra vidutiniškai 482 kartus didesnės nei išlaidos dizainui. Kiekvienam 1000 eurų, išleistam viešojo sektoriaus MTEP veiklai, atitinka 82,12 eurų siekiančias viešojo sektoriaus išlaidas dizainui Estijoje, 23,67 euro Danijoje, 7,75 euro Suomijoje ir 3,35 eurus Jungtinėje Karalystėje.

²⁰ Pvz. firminio stiliaus, logotipų kūrimui, web dizainui, spaudos dizainui ir pan.

2.3.1.2. Verslo sektorius

Verslo sektoriaus išlaidos dizainui dažniausiai apima makro lygmens investicijas į dizainą tokias kaip komunikacija ir IT sprendimai, taip pat produkto ir paslaugos sukūrimas.

Daugiausiai Lietuvoje verslo sektoriaus išlaidos dizainui siejamos su vizualinės komunikacijos veiklos užtikrinimu (įmonės identitetu, ženklodara, reklama, komunikacija IT priemonėmis ir kt.). Tuo tarpu pramonės sektoriui kartu reikalingas produkto ir pakuotės dizainas.

Lietuvoje nėra daryta išsamių tyrimų apie dizaino naudojimą verslo įmonėse²¹. Remiantis užsienio tyrimais, tokiose šalyse, kur dizainas laikomas šalies prioritetu, kaip Suomija, verslo išlaidos dizainui sudaro 0,22 proc. BVP, o Danijoje - 0,4 proc. BVP, t.y. mažiau nei verslo išlaidos MTEP, kurios atitinkamai sudaro 2,71 proc. ir 2,08 proc. BVP. Tačiau tuo pat metu konstatuojama, jog dizainas leidžia mažoms įmonėms vykdyti inovacinę veiklą santykinai mažesniais kaštais, lyginant su MTEP ir technologinėmis investicijomis.

Taip pat užsienio ekspertai nurodo, jog investicijų į dizainą koncepcija vis dar yra svetima daugeliui Europos SVV įmonių ir asocijuojasi su didelėmis išlaidomis ir aukšta rizika. Lietuvos pramonės ekspertai patvirtina, jog Lietuvos įmonės yra suinteresuotos dizaino paslaugomis, tačiau nemaža dalis jų kol kas vertina tai kaip **rizikingą investiciją** (todėl arba nelinkę investuoti arba linkę investuoti neadekvačiai mažai²²). Ateityje mažinti šią riziką įmonėms leis numatomos ES SF priemonės (plačiau žr. galimybių studijos 2.3.7. skyrių).

Kaip didžiausi dizaino paslaugų esami ir potencialūs naudotojai (vertinant vizualiųjų komunikacijų, pakuotės ir produkto dizaino paslaugas) gali būti išskiriami šie šalies pramonės sektoriai:

- **Maisto ir gėrimų pramonė.** Ši pramonė vertinama kaip atviriausia naujovėms, aktyviai ieškanti naujų eksporto rinkų, o pakuotė ir jos dizainas yra laikomas vienas iš svarbiausių pramonės įmonių konkurencingumo veiksnų. Tokios įmonės kaip UAB „Biržų duona“, UAB „Rūta“, AB „Stumbras“, UAB „Vilkyškių pieninė“, UAB „Švyturys – Utenos alus“ ir kt. nuolat investuoja į inovatyvias pakuotes.
- **Baldų pramonė.** Pramonėje formuojasi sektorius tokių įmonių (UAB „Narbutas“, UAB „Sedes Regia“, UAB „Baldai jums“ ir pan.), kurios investuoja į visą produkto vertės kūrimo grandinę ir siekia konkuruoti tarptautiniu mastu, kur didelis dėmesys skiriamas pirmiausiai dizainui ir funkcionalumui.

²¹ Galimybių studijos apklausoje dalyvavusios 5 Lietuvos įmonės šias investicijas apibūdino skirtingais rodikliais, pvz. 1) pakuotės sukūrimui skiriama vidutiniškai apie 15000 Lt, vertinant pagal išorinių dizaino paslaugų pirkimus; 2) išlaidos dizaino paslaugoms sudaro apie 3 proc. gaminio vertės, vertinant pagal išorinių dizainerių paslaugų pirkimus; 3) išlaidos dizaino, kartu komunikacijos ir rinkodaros paslaugoms sudaro 1 proc. įmonės apyvartos. Palyginimui su užsienio šalimis: studijoje „Strateginio dizaino poveikio versle modeliavimas“ nurodoma, jog įprastai Suomijos įmonės investuoja į dizainą mažiau nei 1 proc. nuo pardavimų.

²² Ekspertai mini tokius atvejus, kaip pavyzdžiui, pakuotės sukūrimo darbai, kurie vyksta nuo 3 mėn. iki 1,5 metų, įmonių vertinami tik keliais šimtais litų.

- Tekstilės ir odos pramonė. Pramonėje daugėja įmonių, tokių kaip AB „Utenos trikotažas“, UAB „Klasikinė tekstilė“, UAB „Audimas“, UAB „Garlita“, UAB „Neaustima“, UAB „Visinga“, UAB „LTM Garments“, kurios orientuojasi į inovatyvių produktų kūrimą.
- Metalo apdirbimo pramonė ir įrengimų gamyba. Stiprinamos MTEP ir gamybinius pajėgumus, plėsdamos pardavimus užsienio rinkose, šioje pramonėje dirbančios įmonės investuoja ir į gaminių dizainą. Tai rodo tokie įmonių pavyzdžiai kaip UAB „Kalvis“, UAB „Astra“, AB „Umega“ ir kt.
- Aukštųjų technologijų pramonė. Visa šios pramonės veikla paremta inovacijų kūrimu, kurį galėtų papildyti ir dizainas. Jau šiuo metu aktyviai investuoja į dizainą UAB „ACME Europe“, UAB „Less/Loss“, UAB „Elinta“ ir kt. įmonės.

Remiantis užsienio šalių patirtimi, kiti dideli dizaino paslaugų naudotojai yra finansų institucijos ir IT paslaugų sektorius. Kaip naują dizaino paslaugų pritaikymo sferą galima išskirti socialinį verslą²³. Taip pat dizaino verslui ir dizainerių asocijuotoms struktūroms tikslinga įsitraukti į šalyje veikiančius klasterius (pvz. modernių namų kūrimo klasterį, sveikatingumo klasterį, lazerinių ir inžinerinių technologijų klasterį ir kt.).

Siekiant išsiaiškinti, kokios pagrindinės priežastys skatina Lietuvos verslą investuoti į dizainą, 2014 m. lapkričio mėn. buvo apklaustos 5 Lietuvos įmonės, kurių gaminiai laimėjo „Gero dizaino“ prizą. Įmonės atstovavo IT ir buitines įrangas, baldų, gėrimų, metalo gaminių ir vonios įrangos gamintojus. Apklausos metu buvo nustatyti tokie pagrindiniai aspektai, susiję su investavimu į dizainą:

- Ženklus postūmis dizaino vertės suvokimo ir tuo pačiu investicijų atžvilgiu atsirado prieš 3-5 metus, kartu su įmonių iškeltais strateginiais tikslais - **kurti inovatyvius produktus ir plėsti eksporto rinkas**, ypatingai aukšto ekonominio išsivystymo šalyse (Vakarų Europa, Skandinavija ir pan.);
- Investicijų į dizainą tikslai yra siejami su naujo konkurencinio pranašumo sukurimu (išskirtinumu), konkuravimu tarptautiniu mastu, perėjimu į naują rinkos segmentą;
- Į dizainą investuojama sąmoningai (aiškiant suvokiant dizaino kuriamą naudą) ir šios investicijos naudojamos įmonės įvaizdžio formavimui (pvz. dalyvaujama dizaino konkursuose, apdovanojimai viešinami ir pan.);
- Išryškėja tam tikri socialinės atsakomybės aspektai, pvz. kada įmonė, suvokdama dizaino poveikį šalies įvaizdžio formavimui, aukšto dizaino gaminius užsienyje reprezentuoja, savanoriškai akcentuodami, jog tie gaminiai pagaminti Lietuvoje;

²³ Socialinės įmonės – tai socialiai orientuotos įmonės (nepelno/pelno), įkurtos spręsti socialines problemas, pasitelkiant privataus sektoriaus verslumo principus.

- Investicijų į dizainą graža siejama daugiausiai su nefinansiniais rodikliais, t.y naujų rinkų suradimu, išaugusiu klientų susidomėjimu, didesniu pasitikėjimu ir kt.²⁴.

Apklausoje dalyvavusios įmonės nurodė, jog dizaino kurimui vienus dizainerius samdo (ypatingai, kur reikalingos labai specifinės žinios, aukštas profesionalumas, užtikrintas rezultatas), kitus – įdarbina (daugiau kasdieniams dizaino sprendimams, komunikacijai ir pan.). Beveik visos jų yra dirbusios su studentais. **Prioritetas yra teikiamas Lietuvos dizainerių paslaugoms**, tačiau kai kuriais atvejais (dažniausiai kuriant produkto dizainą) yra dirbama ir su užsienio dizaino agentūromis.

Apklaustos ir galimybių studijos apimtyje vykusių grupinių diskusijų metu, pramonės atstovai išreiškė nuomonę, jog Lietuvoje teikiamų pakuotės ir produkto dizaino paslaugų **pasiūla dažnai neatitinka jų poreikių**. Didesniems ir aukštos kvalifikacijos reikalaujantiems projektams (ypatingai, kur reikalingos technologinės žinios arba dirbama su stipriais strateginiais prekių ženklais) įmonės perka užsienio dizainerių paslaugas. Dirbdamos su pasaulinę praktiką turinčiais dizaineriais, įmonės teigia, pačios igyjančios labai daug patirties (tame tarpe žinių apie medžiagas, technologijas, tiekėjus ir pan.). Taip pat buvo atkreiptas dėmesys į **poreikį tobulinti studentų rengimą**, stiprinant jų praktinį pasirengimą ir ekonominį suvokimą.

6 paveikslas. Pavyzdžiai, kas ir kaip skatina įmones investuoti į dizainą

UAB „Rubineta“

UAB „Rubineta“, įkurta 1999 m., yra didžiausia vandens maišytuvų gamintoja Baltijos šalyse. Šiuo metu įmonėje dirba daugiau nei 70 darbuotojų, sukuriama apyvarta siekia beveik 40 mln. Lt, apie 85 proc. jos sudaro eksportas į ES ir NVS šalis.

Įmonėje sukurtas koncepcinis virtuvinio maišytuvo modelis „Ultima Wave“, pasižymintis išskirtiniu dizainu, funkcionalumu bei energiją ir vandenį taupančiomis charakteristikomis pelnė prizą „Geras dizainas 2014“ gaminių kategorijoje. Šių metų produktui „ECOSENS“ buvo suteikta nominacija konkurse „German Design Award 2015“.

Kaip ir dauguma verslų Lietuvoje, pradėjom nuo prekybos, vėliau didelį dėmesį sutelkėm produkcijos kokybės gerinimui, o paskutinius ketverius metus aktyviai vykdom inovatyvių gaminių kūrimą... [Per ilgą veiklos laikotarpį subūrta kvalifikuotų konstruktorių ir dizainerių komanda, pasinaudojama įmonėje sukurta laboratorija ir kompiuterinėmis technologijomis, kuria gaminius „nuo nulio“]... Tai - būtinas procesas, kad išgyventi, nes rinka keičiasi. Tas kūrybinis procesas yra ne tam, kad tuos įmonės pardavimus „išsprogdinti“, bet kad užgarantuoti įmonės gyvavimą.

Paskutiniu metu prisijungė labai daug naujų rinkų – tai čia nuopelnas tų naujų produktų. Nes kas buvo prieš tai – tai toks senstelėjęs asortimentas ir mūsų pardavėjams buvo labai sunku. Viso aplinkui panašaus pilna ir ta įmonė neturi veido. O kai pradėjom kurti, tai tiesiog ir didesnis susidomėjimas atsirado, didesnė pasiūla, ir labiau mes galime pateikti tuos sprendimus, kurių nėra tiek daug rinkoje, bet kurie patenkina tos rinkos poreikius. Skandinavijos šahys, Vokietija turi labai specifinius reikalavimus... Tai leidžia konkuruoti tose rinkose, kur yra

²⁴ Jungtinės Karalystės Dizaino Taryba yra įvertinusi dizaino naudą verslui pinigine išraiška: 1 £ verslo investicija į dizainą, padeda padidinti pajamas - 20 £; grynąjį veiklos pelną – 4 £; eksportą – 5 £.

didelė specifika, nes mes galim sukurti tai, ko reikia. Kas labai stipriai riboja, jeigu užsiimti tik prekyba. Anksčiau orientavomės į Rusiją, Baltarusiją, o dabar žengiam į naujas rinkas – Skandinaviją, Vokietiją ir pan.

Iš interviu su mokslinių tyrimų ir projektų vadovu Gyčiu Mikuličiumi, UAB „Rubineta“

UAB „ACME Europe“

„ACME Europe“ įkurta 1998 metais ir priklauso „ACME Grupė“ įmonių grupei. Šiandien tai - viena didžiausių kompiuterių priedų, smulkios buitinės technikos ir apšvietimo gamintoja Rytų ir Centrinės Europos regionuose, taip pat prekinių ženklų (pvz. SanDisk, Verbatim, Belkin, Intenso, Golla, Elecom, Adata, Jabra, MIO, Freecom, Bandridge, Aula) platintoja.

Įmonė yra laimėjusi ne vieną šalies ir tarptautinį pramoninio dizaino apdovanojimą. Pvz, bevielė įkraunama kompiuterio pelė „PEANUT mouse“ dėl išskirtinio įrenginio dizaino ir itin patogaus bei nesudėtingo valdymo buvo apdovanota net keliais nacionaliniais ir tarptautiniais apdovanojimais: „iF design awards 2013“, „Plus X award 2012“, „Geras dizainas 2012“, „Inovacijų prizas 2012“. Už išskirtinį funkcionalumą Mini ausinės „JUNGLE earphones + organizer“ buvo apdovanotos nacionaliniame dizaino konkurse „Geras dizainas 2013“. Ausinės „MOON headphones“ ir krepšys „PEAK Messenger bag-backpack“ taip pat gavo prestižinį „iF design awards 2014“ apdovanojimą.

Apie 2007-2008 metus vyko dideli pokyčiai rinkoje, pats vartojimas iš principo kito. Anksčiau viskas buvo paremta technologijom - atsirado pirmas kompiuteris, tada desktopinis kompiuteris, paskui notebook'as, prie notebook'o reikėjo ausinių, pelės... O vėliau... žmonės pradėjo pirkti daiktus, kurie buvo paremti kažkokia tai emocija, imidžu, branding'u ir panašiai. Įvyko toks lūžis, kad tiesiog neužteko atvežti funkcionalų, gerą daiktą. Jis turėjo turėti kažką, reikšti daugiau vartotojui, būti susietas su juo kažkokiu statusu, pojūčiais ir panašiai. ...Ta prasme dizainas buvo vienas iš to komponentų, kuris pasidarė privalomas sėkmingo produkto formulėje.

...mes sukūrėm produktus, kurie laimėjo tarptautinius award'us, kas realiai davė įmonei tokį neblogą viešumą. Apie mus rašė tiek lokaliaj, tiek globalioj spaudoj. Tai čia tokia marketinginė nauda. Antra, tie produktai mums leido eiti į naujas rinkas. [Vakarų rinkas, ypač, tokias kaip Vokietija ar Anglija, kur realiai rinkos yra brandžios ir standartinių produktų, niekuo neišsiskiriančių, yra perpildytos. Su [standartiniu] paketu prie jų neįmanoma prieiti. Tai tie produktai atvėrė duris į naujas rinkas.

...aš manau, kad svarbi yra konkurencinė erdvė ir įmonių perspektyva. Jeigu įmonė yra eksportuojanti, dirbanti globalioje aplinkoje, tai be [kūrybos] yra neįmanoma. Jeigu įmonė yra lokali ir nori tapti globali, tai dizainas yra „must have“. Rinka, jos poreikis - yra pagrindinis veiksnys.

Iš interviu su produktų vystymo vadovu Ignu Rumbučiu, UAB „ACME Europe“

AB „Stumbras“

AB Stumbras - seniausias ir didžiausias stipriųjų gėrimų gamintojas Lietuvoje, savo veiklą pradėjęs dar 1906 m. Įmonėje dirba virš 200 darbuotojų, apyvarta siekia apie 100 mln. Lt., iš jų 16 proc. – eksportas į Latviją, Estiją, Lenkiją ir kt.

Įmonėje sukurtų gaminių pakuotės yra apdovanotos šalies ir užsienio dizaino prizais. Pvz. prizas „Geras dizainas 2013“ skirtas už „Lithuanian Vodka“ Originali pakuotę ir „Geras dizainas 2014“ už Stumbras Vodka Premium Organic pakuotę.

Ženklus postūmis įvyko per pastaruosius penkerius metus. Aiškesnį ir anksčiau tuos produktus mes atnaujindavom, investuodavom į dizainą... Bet greičiausiai dėl konkurencinės aplinkos tai pasikeitė. Vienas dalykas konkurencinė aplinka Lietuvoje, o antras dalykas, kad pradėjom vis daugiau eksportuoti... Todėl tenka atsisukti į produktą ir pažūrėti, ar jis atitinka tam tikrus dizaino standartus, kurie yra pasaulyje. Reikia atsižvelgti, su kokiais konkurentais pasauliniu lygmeniu konkuruoji, kaip jie atrodo. O pasaulinės įmonės, ne paslaptis, į produkto atnaujinimą, dizainą ar inovacijas investuoja labai nemažai.

Produkto dizainas yra natūrali produkto gyvavimo ciklo dalis – jeigu nori vystyti produktą, turi eiti prisitaikyti prie tam tikrų tendencijų. Eksportuojant, dar svarbiau investuoti į produktą. Nes mes dažnai net neturim lėšų investuoti į komunikaciją užsienyje. Produktas pats save parduoda lentynoje.

Tarptautiniai dideli prekiniai ženklai... vis dėl to jie yra labai stiprus, ir turtingesni, ir prekės žinomumas visai kitoks. Gerai, kai jie kainuoja brangiau, bet kai jie vieną dieną kainuos panašiai, tai tada rizika iškyla labai didelė. Tai realiai turi žiūrėti į juos, žiūrėti į priekį, ir galvoti, kaip neatsilikti, kaip būti išsiskiriančiu.

Iš interviu su produkto vystymo vadove Jūrate Paulauskiene, AB „Stumbras“

2.3.2. DIZAINO PROPAGAVIMAS

Dizaino propagavimas apima veiklas, skirtas didinti supratimą ir visuomenės suvokimą skirtingų tikslinių grupių tarpe apie dizaino sukuriamą naudą. Kai kuriose Europos šalyse (pvz. Danijoje ir Suomijoje) dizaino propagavimo veiklos yra finansuojamos didesne apimtimi nei dizaino paramos programos. Dažniausiai šias veiklas vykdo nacionaliniai dizaino centrai, jeigu tokie yra šalyje.

Žemiau pateikti pavyzdžiai rodo, jog Lietuvoje kasmet vykdomos įvairaus pobūdžio ir apimties dizaino propagavimo veiklos. Lietuvoje dizaino populiarinimas daugiausiai vyksta tokiomis priemonėmis kaip dizaino konkursai, įvairūs renginiai, leidžiami reprezentaciniai leidiniai (katalogai), taip pat vykdoma informacijos sklaida žiniasklaidos priemonėse. Svarbi priemonė - Lietuvos dizainerių darbų pristatymas užsienyje (verslo parodose, mugėse, kituose renginiuose). Šias veiklas vykdo dizainerių asociacijos, aukštosios mokyklos ir privatūs renginių organizatoriai. Dalis šios veiklos per įvairius projektus yra finansuojama LR Kultūros ministerijos. Kiti pagrindiniai finansavimo šaltiniai - privačių rėmėjų lėšos, organizatorių surenkamos pajamos.

Tačiau dėl finansavimo problemų ir strateginio koordinavimo trūkumo, sudėtinga užtikrinti, kad **propagavimo veikla būtų nuosekli ir kryptinga. Nevykdoma viešajam sektoriui** skirta dizaino propagavimo veikla. Tuo tarpu Lietuvos akademinės, dizainerių bendruomenės ir pramonės atstovai visuomenės suvokimo didinimą išskiria kaip vieną svarbiausių iššūkių, siekiant tolimesnės dizaino sektoriaus plėtros²⁵. Su panašia problema susiduria ir kitos Europos šalys. 2009 m. vykusiame Europos Komisijos viešajame pasitarime konstatuota, kad pirmas ir trečias svarbiausias barjeras Europoje, trukdantis dizaino

²⁵ Čia ir toliau studijoje remiamasi galimybių studijos apimtyje 2014 11 07, 2014 11 14, 2014 11 28 vykusių grupinių diskusijų rezultatais. Plačiau apie šį metodą žr. 4 priede.

panaudojimą, yra dizaino nesupratimas ir suvokimo trūkumas politikų (tai patvirtino 78 proc. respondentų) ir potencialių dizaino naudotojų, t.y. privačių ir viešųjų organizacijų (tai patvirtino 63 proc. respondentų) tarpe²⁶.

Remiantis užsienio ekspertų pastebėjimais, siekiant efektyviau didinti visuomenės suvokimą apie dizaino reikšmę, būtinas strateginis požiūris ir kryptinga veikla. Kaip rodo praktika, nors dizaino propagavimas jau kurį laiką vyksta beveik visose ES šalyse, tačiau visuomenės suvokimas išlieka sąlyginai menkas²⁷.

2.3.2.1. *Dizaino konkursai*

Lietuvoje jau ne vienerius metus organizuojami 3 pagrindiniai dizaino konkursai: nacionalinis konkursas „Geras dizainas“, „Jaunojo dizainerio prizas“ ir „Didėja“. Taip pat vyksta specializuoti konkursai - baldų dizaino konkursas, organizuojamas Lietuvos parodų ir kongresų centro Litexpo tarptautinės parodos „BALDAI“ metu²⁸ ir naujų mados talentų konkursas „Injekcija“, papildantis festivalį „Mados infekcija“.

Konkursą „Geras dizainas“ 2012 m. inicijavo asociacija „Dizaino forumas“. Kasmet organizuojamo konkurso tikslas – pristatyti visuomenei inovatyvius, kokybiškus naujus gaminius, profesionalius Lietuvos ir užsienio dizainerius ir motyvuoti šalies verslininkus naudotis dizainerių paslaugomis nuo pat produkto vystymo ciklo pradžios. Prizas teikiamas už 12 geriausių dizaino objektų (Objektų kategorija) bei tris nerealizuotus dizaino projektus (Projektų kategorija). Paraiškas konkursui gali teikti Lietuvoje dirbantys dizaineriai (bet kurios šalies piliečiai) bei Lietuvoje veikiančios įmonės. Laimėtojams suteikiama teisė naudoti ženklą „Geras dizainas“, jie pristatomi žiniasklaidoje ir organizatorių interneto svetainėje www.dizainoforumas.lt, taip pat šalies ir užsienio parodose. Konkursą nuo 2013 m. remia LR Kultūros ministerija.

2011 m. Vilniaus dailės akademijos Dizaino inovacijų centro iniciatyva pradėtas organizuoti konkursas „Jaunojo dizainerio prizas“. Kasmet organizuojamo konkurso tikslas - išskirti ir apdovanoti ryškiausias ir didžiausią potencialą demonstruojančius jaunosios kartos dizainerius, taip skatinant jų konkurenciją ir tobulėjimą, pristatyti jų darbus verslo, pramonės atstovams bei plačiajai visuomenei, suteikiant postūmį laimėtojų profesinei karjerai. Prizai skiriami už darbus produkto ir industrinio dizaino, grafinio ir komunikacijos dizaino, mados dizaino kategorijose. Dalyvauti konkurse kviečiami dizaino specialybių bakalauro paskutinio kurso studentai iš visų Lietuvos aukštųjų mokyklų. Kiekvienos kategorijos laimėtojas gauna piniginį apdovanojimą (2014 m. apdovanojimas siekė 4000 Lt), jų darbai eksponuojami Vilniaus dailės akademijos ekspozicijų salėje TITANIKAS, viešinami konkursui skirtame geriausių darbų kataloge „Jaunojo dizainerio prizas“ ir žiniasklaidoje. 2014 m. laimėtojų darbai buvo pristatyti ir tarptautiniu mastu – Londono dizaino festivalyje (100% Design). 2014 m. konkursas organizuotas Lietuvos kultūros tarybos, LR ambasados Jungtinėje Karalystėje ir privačių rėmėjų (įmonių) lėšomis.

²⁶ Šaltinis: http://ec.europa.eu/enterprise/policies/innovation/files/results_design_consultation_en.pdf

²⁷ Šaltinis: <http://www.seeplatform.eu/docs/SEE%20DPM%202012.pdf>

²⁸ Konkursas pradėtas organizuoti dar 1996 m., ir ilgą laiką buvo laikomas vienu reikšmingiausių ir populiariausių įvykių dizaino srityje.

2011 m. inicijuotas konkursas „Didėja” yra skirtas stiprinti jaunųjų kūrėjų ir verslininkų dialogą. Konkurso užduotis – sukurti nesudėtingą ir nebrangios gamybos, stilingą ir ergonomišką gaminį. Konkurse kviečiami dalyvauti jaunieji kūrėjai ir dizaineriai (iki 35 metų) ir pateikti eskizus pagal gamintojų duotas užduotis arba dalyvauti su savo ideja. Atrinktų eskizų autoriai toliau turi galimybę dalyvauti kūrybinėse dirbtuvėse ir kartu su gamintoju gaminti prototipą. Laimėtojų prototipai viešinami, pristatomi parodų metu. Konkurso organizatoriai: įmonė „All Design”, mokslo ir technologijų parkas „Technopolis”, KTU Dizaino centras.

2.3.2.2. *Dizaino renginiai*

Dizaino renginiai buvo svarbi 2009 m. vykusio renginio „Vilniaus – Europos kultūros sostinė” (VEKS) dalis. Šio renginio metu buvo įgyvendinta programa „Europos menų mokykla“, apėmusi du dizaino propagavimo projektus: „Dizainas visiems“ ir „Dizainas miestui“. Projekto „Dizainas visiems“ metu Lietuvos ir užsienio dizaineriai gilinosi į miesto problemas, viešųjų erdvių projektavimą, buvo surengtos 6 Europos šalių dizaino parodos, taip pat buvo diskutuojama dizaino politikos ir kultūros santykio klausimais. Projekto „Dizainas miestui“ metu buvo siekiama pristatyti Vilnių kaip išskirtinį, nuolat besikeičiantį miestą, kur dizaino idėjos yra neatsiejamos nuo urbanistinių procesų. Renginio metu vyko praktiniai ir teoriniai užsiėmimai: kūrybinės dirbtuvės, visuomenei atviros paskaitos, kurių metu buvo didinamas visuomenės supratimas apie dizaino įtaką miesto gyventojų gyvenimo kokybei.

Renginių gausa tiek specialistams, tiek plačiajai visuomenei išsiskyrė ir 2011 metai, kuriuos dizaino srityje dirbančios šalies organizacijos paskelbė Lietuvos dizaino metais. Iniciatyva „2011 m. – Lietuvos dizaino metai” buvo skirta populiarinti dizainą, plėsti jo integraciją į verslo, pramonės ir kultūros sektorių bei aktyvinti dizaino institucijų bendradarbiavimą. Jos metu vyko eilė tarptautinio lygio renginių. Pvz. Tarptautinė grafinio dizaino asociacijų taryba ICOGRADA Vilniuje suorganizavo tarptautinę grafinio dizaino savaitę („Spring: ICOGRADA Design Week in Vilnius 2011“), taip pat Vilniuje įvyko iškilminga Europos dizaino prizo „ED-Awards“ įteikimo ceremonija geriausiems Europos dizaineriams, Europos komisijos inicijuotas renginys – Inovacijų festivalis, tarptautinio konkurso „Electrolux Design Lab 2011” vietinis etapas ir kt.

„Dizaino savaitė“ ir „Mados infekcija“ yra didžiausi ir jau ilgametės tradicijas turintys dizaino propagavimui skirti renginiai Lietuvoje.

Festivalį „Dizaino savaitė“ kasmet organizuoja asociacija „Dizaino forumas“ nuo 2006 m. Jo tikslas – supažindinti specialistus ir visuomenę su naujausiais dizainerių darbais ir kūryba, parodyti geriausius garsių pasaulio gamintojų dizaino objektus, atkreipti dėmesį į dizaino sukurtą pridėtinę vertę²⁹. 2014 m. šis renginys vyko 5 Lietuvos miestuose (Vilniuje, Kaune, Telšiuose, Klaipėdoje ir Šiauliuose). 7 dienas trukusio festivalio metu įvyko daugiau kaip 150 renginių ir ekspozicijų (pvz. konkurso „Geras dizainas“ laimėtojų apdovanojimas LR Prezidentūroje ir jų darbų paroda, „Dizainovacija“ - jaunųjų dizainerių ekspozicijos

²⁹ Toks renginio formatas yra labai populiarus visame pasaulyje: vien tik Europoje savo dizaino savaites turi 36 miestai, tarp kurių – Londonas, Milanas, Berlynas, Barselona ir kt.

miesto virtinose, „Dizaino savaitgalis“ renginiai loftuose, konferencijos, paskaitos, kūrybinės dirbtuvės ir kt.), kurios organizavo daugiau kaip 200 organizacijų ir asmenų. Festivalis suorganizuotas Lietuvos kultūros tarybos ir privačių rėmėjų lėšomis.

Festivalis „Mados infekcija“ pirmą kartą surengtas 1999 metais dizainerių grupės 7+ (Sandra Straukaitė, Seržas Gandžumianas, Aleksandras Pogrebnojus, Vida Simanavičiūtė, Juozas Statkevičius, Daiva Urbonavičiūtė) iniciatyva, seikiant sukurti erdvę mados kūrėjams pristatyti savo kolekcijas. 2014 m. „Mados infekcija“ išsiplėtė iki trijų dienų tarptautinio renginio su 20-ies Lietuvos ir užsienio dizainerių pasirodymu. Nuo 2008 metų „Mados infekcija“ organizuoja naujų vardų, gabių dizainerių paieškos konkursą „Injekcija“, kurio nugalėtojai įgyja teisę pristatyti savo kolekciją „Mados infekcijoje“. Renginio organizatoriai - agentūra „Sick Service“. Renginys organizuojamas komerciniu pagrindu.

Nuo 2011 m. Nacionalinėje dailės galerijoje vyksta pranešimų ir pokalbių vakarai „5/5/junior“, skirti grafiniam dizainui, vizualiajai komunikacijai. Renginys prasidėjo nuo kas penktą penktadienį organizuojamų paskaitų grafinio dizaino profesionalams ciklo ir išaugo į jau trečią sezoną pradėsiantį kultūrinį reiškinį. Renginys nemokamas, o jo organizavimas paremtas savanoriška iniciatyva.

2013 m. Lietuvoje suorganizuota pirmoji tarptautinė kūrybinių industrijų konferencija „WHAT'S NEXT?“, kuri 2014 m. išsiplėtė iki dviejų dienų renginio ir subūrė dizaino, technologijų inovacijų, verslo, reklamos, mados, fotografijos profesionalus iš užsienio ir Lietuvos. Renginio programa apėmė dalyvių pranešimus, diskusijas, kūrybinės dirbtuves, kontaktų mugę, dizaino turgų ir pan. Renginį dalinai finansavo Lietuvos kultūros taryba.

Dizaino propagavimo veiklos įtraukiamos ir į šalyje organizuojamas pramonės parodas. Pvz. 2014 m. tarptautinėje parodoje BALDAI 2014, kuri vertinama kaip didžiausia Baltijos šalyse baldų, interjero ir dizaino idėjų paroda, buvo sukurta Dizaino galerija, skirta lietuviško dizaino viešinimui, baldų kūrėjų ir gamintojų bendradarbiavimui, organizuotos diskusijos „Dizaino šnekos“ su pasaulyje žymiais baldų dizaineriais Piet Hein Eek, Hans Sandgren Jakobsen ir Lucas Verweij, suorganizuotas "Parodos BALDAI'2014 dizaino konkursas".

Kaip dizaino renginius galima paminėti Kalėdinį dizaino turgų, t.y. nuo 2008 metų organizuojamą lietuviško dizaino mugę, kurioje lankytojai turi galimybę išsigyti dizaino gaminių, pabendrauti su Lietuvos dizaineriais. Dizaino galerijos, parduotuvės taip pat vykdo tam tikras dizaino propagavimo veiklas, sudaro suteikti dizaineriams galimybę eksponuoti savo darbus, pristatyti naujoves ir stebėti klientų reakcijas.

2.3.2.3. *Dizaino leidiniai*

Leidiny „Dizaino indeksas“ yra inicijuotas ir leidžiamas „Lietuvos dizainerių sąjungos“. Leidinio tikslas - pristatyti Lietuvos dizaino projektus ir jų autorius (2012 m. leidinyje pristatomi 73 autorių, o 2013 m. - 142 autorių projektai, reikšmingi Lietuvos ekonomikai ir kultūrinių industrijų plėtrai). Leidinys finansuojamas LR Kultūros ministerijos lėšomis.

2014 m. asociacija „Lietuvos dizaino forumas“ išleido 2012-2014 metų konkurso „Geras dizainas“ nugalėtojų katalogą. Leidinys dalinai finansuotas Lietuvos kultūros tarybos lėšomis.

2.3.2.4. Dizainas žiniasklaidoje

Dizaino tematika Lietuvos žiniasklaidoje (ypatingai verslo srities) kol kas nesusilaukia tinkamo susidomėjimo. Daugiausia apie dizainą rašoma specializuotuose interjero ar mados žurnaluose, bloguose (pvz. www.dizainika.lt), dizaino tarpininkų internetinėse svetainėse (pvz. www.dic.lt, www.dizainoforumas.lt). Specializuota informacija dizaino bendruomenė dalijasi socialiniuose tinkluose.

2006-2009 m. Lietuvos pramoninkų konfederacijos, Lietuvos grafinio dizaino asociacijos ir grafinio dizaino specialisto Roberto Jucaičio studijos „Mata Hari“ iniciatyva buvo leidžiamas specializuotas žurnalas apie Lietuvos dizainą ir ženklodarą „Portfolio“. Leidinio tikslas – skleisti pozityvų Lietuvos įvaizdį, parodant, kad Lietuvoje, naudojantis dizainu, inovacijomis ir šiuolaikine rinkodara, kuriami konkurentabilūs gaminiai ir paslaugos.

2.3.3. DIZAINO TARPININKAI

Dizaino tarpininkais laikomos organizacinės struktūros, kurios sukuria ir palaiko ryšius tarp valdžios institucijų, įmonių, dizaino agentūrų, švietimo įstaigų, t. y. veikia kaip tarpininkai. Tuo pačiu tokios struktūros užtikrina grįžtamąjį ryšį tarp politiką įgyvendinančių institucijų ir naudos gavėjų. Dizaino centrai yra pagrindiniai tarpininkai, kurie sujungia dizaino sektorių su privačiu ir viešuoju sektorium. Dizaino tarpininkais dar laikomos asociacijos, klasteriai ir kitos asocijuotos struktūros.

Remiantis akademinės ir dizainerių bendruomenės atstovų vertinimais, Lietuvoje **labai trūksta vieningos struktūros**, kuri apjungtų įvairius dizaino sektoriaus atstovus, suteiktų kryptį dizaino plėtrai ir atstovautų dizaino sektoriui politiniame lygmenyje.

7 paveikslas. Galimybių studijos dalyvių mintys

Dizainas turi labai mažai lobistų. Jeigu valstybės indėlis į su autorių teisėmis susijusioms specialybėms yra tik 0,6 proc. iš BVP, o graža beveik 6 proc. Tai rodo šitos srities perspektyvumą. Praktiškai be jokių investicijų ji uždirba valstybei labai nemažai pinigų. Taigi komunikacinės problemos tikrai yra labai didelės ir tai reikia stiprinti.

Trūksta sėkmės istorijų, nėra suprantama dizaino pridėtinė vertė. Trūksta moderatoriaus ar tarpininko, kuris tuo užsiimtų.

Tos tokios struktūros, nebūtinai, kad ji būtų reglamentuota, bet būtų palaikoma tokiu bendru interesu dizaino kaip disciplinos, o ne kaip verslo, tai to trūksta stipriai.

...aktyviau reikėtų struktūruoti veiksmus ir įvairiausių renginius... Nes renginiai yra organizuojami pavienėm iniciatyvom, reiškiams, daugiausia dizainerių, net ne komunikacijos žmonių ir natūraliai tol, kol jiem yra įdomu parduoti savo produktą, jie tą daro...

Taip pat šalyje reikalingas **tarpininkas**, kuris kurtų palankią aplinką dizaino sektoriui, skatintų pasiūlą ir paklausą. T. y. suteiktų fizinę infrastruktūrą (pvz. Atviros prieigos centras, inkubatorius, hub'as ir pan.) ir vykdytų veiklas (naujo verslo akseleravimo, inkubavimo, start camp'ų ir kt. programos). Galimybių studijos apimtyje vėlyvųjų grupinių diskusijų metu buvo

aptarta, jog toks tarpininkas galėtų veikti 1) kaip nauja struktūra, 2) esamos struktūros apimtyje (pvz. aukštosios mokyklos), 3) esamos struktūros, kurią prižiūri nepriklausoma valdyba, apimtyje.

2.3.3.1. *Dizaino centrai*

Pagrindinės dizaino centrų funkcijos yra dizaino propagavimas šalyje ir užsienyje, rėmimas, lobizmas, dizaino edukacija, kvalifikacijos kėlimas, duomenų rinkimas ir sklaida, ir pan. Europoje 15 šalių turi mažiausiai po vieną dizaino centrą. Pvz. Estijoje įkurtas dizaino centras, kurio biudžetas siekia 1,38 mln. Lt (80 proc. jo sudaro valstybinis finansavimas) ir jame dirba 6 darbuotojai³⁰.

Lietuvoje nėra įkurto nacionalinio dizaino centro. Tam tikras tokių centrų funkcijas viena ar kita apimtimi atlieka šalies aukštųjų mokyklų iniciatyva sukurti ir finansuojami vidiniai padaliniai – 2005 m. įsteigtas Vilniaus dailės akademijos Dizaino inovacijų centras ir 2014 m. įsteigtas Kauno technologijų universiteto Dizaino centras. Tačiau šių padalinių platesnės veiklos galimybes riboja pirminiai jų įkūrimo tikslai – orientacija pirmiausiai į aukštųjų mokyklų poreikius, tame tarpe ir bendradarbiavimo su išorinėmis interesų grupėmis stiprinimą.

Dizaino inovacijų centras

Vilniaus dailės akademijos Dizaino inovacijų centras veikia yra technologinis ir metodinis centras dizaino inovacijoms skatinti, skirtu studentams, dizaino tyrėjams ir praktikams, o taip pat verslo įmonėms, suinteresuotoms inovacinių produktų plėtra. Jau 10-us metus veikiantis centras nuosekliai kuria fizinę prototipų gamybos ir informacinę infrastruktūrą, aktyviai dirba su socialiniais - ekonominiais partneriais, įgyvendina platų spektrą veiklų, prisideda prie Lietuvos dizaino politikos formavimo.

Dizaino inovacijų centro tikslai:

- Skatinti bendradarbiavimą tarp Vilniaus dailės akademijos ir verslo bei mokslo struktūrų
- Kurti sąlygas jauniems dizaineriams įsitvirtinti dizaino rinkoje
- Plėtoti tarptautinį bendradarbiavimą tarp panašių institucijų
- Prisidėti prie Lietuvos dizaino politikos formavimo
- Kaupti bei platinti specializuotą dizaino informaciją
- Skatinti dizaino inovacijų plėtrą

Turėdamas 3-7 darbuotojų komandą, Dizaino inovacijų centras 2006-2013 m. laikotarpiu suorganizavo apie 30 renginių, daugiau nei 14 kūrybinių dirbtuvių, padėjo parengti Dizaino

³⁰ Šaltinis: <http://www.seeplatform.eu/docs/SEE%20DPM%202012.pdf>

galimybių studiją (2008 m.), dalyvavo daugiau nei 12 konferencijų, seminarų ir dizaino parodų užsienyje, įgyvendino 11 projektų, taip pat dalyvavo eilėje ekspertinių veiklų valdžios institucijose, teikė tarpininkavimo paslaugas.

Svarbi Dizaino inovacijų centro veiklos dalis yra nuolatinis informacijos apie dizaino sektorių viešinimas savo tinklapyje (tinklapiu www.dic.lt lankomumas per metus yra apie 78 000 vizitų), internetu platinamame naujienlaikraštyje (2013 m. naujienlaikraštį gavo 2218 registruoti vartotojai), taip pat facebook paskyroje (2014 m. pab. naujienas facebook paskyroje sekė 2180 vartotojai). Pagal galimybes, Dizaino inovacijų centras dizaino inovacijų centras

Paskutinių metų Dizaino inovacijų centro veiklos pavyzdžiai:

- *Meno ir dizaino laboratorijos plėtra.* Dizaino inovacijų centras dalyvavo Vilniaus dailės akademijos infrastruktūrinio projekto "Vilniaus dailės akademijos inovacijų ir dizaino centras" įgyvendinime. Projekto metu modernizuota Meno ir dizaino laboratorija (suremontuotos patalpos, sumontuota šiuolaikiška specializuota įranga prototipų gamybai - medžio apdirbimo įranga, graviravimo lazeris, CNC apdirbimo cechas, metalo liejimo, suvirinimo, apdirbimo įranga ir kt.). Ateityje svarstoma galimybė vykdyti šios laboratorijos plėtros projektą³¹ ir formuoti Atviros prieigos centrą.
- *Tyrėjų kvalifikacijos kėlimas.* Inicijuotas ir 2012-2014 m. kartu su 3 partneriais (Lietuvos muzikos ir teatro akademija, Nacionaline kūrybinių ir kultūrinių industrijų asociacija, Lietuvos grafinio dizaino asociacija) įgyvendintas 1,3 mln. Lt. kvalifikacijos kėlimo projektas „Žinių ir inovacijų perdavimo plėtra bei tyrėjų kompetencijų didinimas kūrybinių industrijų ir dizaino srityje“, finansuotas ES SF lėšomis. Projekto dalyvių skaičius siekė beveik 350.
- *Verslumo skatinimas.* Nuo 2011 m. kasmet organizuojamas konkursas "Jaunojo dizainerio prizas" (2013 m. sulaukė daugiau nei 70 darbų iš įvairių Lietuvos aukštųjų mokyklų - Vilniaus dailės akademijos, Kauno kolegijos, Vilniaus dizaino kolegijos, Šiaulių universiteto, Vilniaus kolegijos, Vilniaus technologijų ir dizaino kolegijos), laimėtojų darbai pristatomi žymiausiose pasaulinėse ir Lietuvos pramonės parodose, Vilniaus dailės akademijos ekspozicijų salėje, publikuojami darbų kataloge.
- *Bendradarbiavimas su verslu.* Šioje srityje dalyvaujama „Inovacinių čekių“ programoje, tarpininkaujama komercinių užsakymų, studentų praktikų ir bendrų kūrybinių dirbtuvių su įmonėmis organizavime. Dirbama su arti 50 įmonių.
- *Komercinimas akademijoje sukurtų MTEP.* Kasmet vykdomas Vilniaus dailės akademijoje sukurtų darbų pristatymas pasaulinėse parodose (Londone, Milane ir kt.), kontaktų su užsienio gamintojais užmezgimas ir palaikymas, taip pat tarpininkaujama verslo sutarčių sudaryme (pvz. su Italijos gamintoju „Gruppo

³¹ Laboratorijos, kuri susideda iš Vilniaus, Kauno, Klaipėdos ir Šiaulių Vilniaus dailės akademijos padalinių, plėtrai reikalingas finansavimas siekia 15 mln. Lt.

Status“ dėl masinės šviestuvo gamybos – žr. 1 priedą), aktyviai ieškoma galimybių plėtoti šią veiklą akademijoje (tuo tikslu šiuo metu vykdomas atskiras tyrimas).

- *Dizaino sektoriaus atstovavimas valdžios institucijose.* Dizaino inovacijų centras prisidėjo prie Lietuvos dizaino galimybių studijos rengimo ir pristatymo (2008 m.), šiuo metu teikia dizaino bendruomenės pastabas dėl Ūkio ministerijos ES priemonės „Dizainas LT“ rengimo gairių, dalyvauja Sumaniosios specializacijos rengime.

Dizaino inovacijų centro veikla yra tiesiogiai finansuojama Vilniaus dailės akademijos lėšomis. Didesniems projektams įgyvendinti Dizaino inovacijų centras aktyviai ieško kitų finansavimo šaltinių. Pvz. infrastruktūriniais ir veiklų įgyvendinimo projektams 2006 – 2012 m. laikotarpiu Dizaino inovacijų centras pritraukė 4,5 mln. Lt išorinį finansavimą.

Kauno technologijų universiteto Dizaino centras

KTU Dizaino centras įkurtas 2014 sausio 1 dieną KTU Dizaino ir technologijų bei Mechanikos ir mechatronikos fakultetus, reformavus į Mechanikos inžinerijos ir dizaino fakultetą.

Svarbiausias Dizaino centro tikslas - vystyti ir propaguoti dizainą kaip universalią discipliną, atskleisti jos įvairiapusiškumą, integruoti į KTU specialybių studijų programas bei tarpdisciplininę praktinę projektinę veiklą. Šiuo metu Dizaino centras vykdo šias veiklas: 1) Studijų modulių, susijusių su dizainu, rengimas, jų integravimas į kitas studijų programas ir 2) MTEP projektų įgyvendinimas (šiuo metu įgyvendinama 12 projektų pagal Inovacinių čekių programą, taip pat teikiamos užsakomosios paslaugos Santakos slėnio bendruomenei).

Dizaino centras naudojami Mechanikos inžinerijos ir dizaino fakulteto infrastruktūra (patalpoms, laboratorijoms, įranga), o esant poreikiui - Santakos slėnio infrastruktūra. Ateityje reikalinga sukurti mados dizaino laboratoriją ir atviras erdves, kūrybinėms dirbtuvėms ir pan.

2.3.3.2. Asociacijos

Šalyje įregistruotos 4 dizainerius vienijančios organizacijos: Lietuvos grafinio dizaino asociacija, asociacija „Lietuvos dizaino forumas“, Lietuvos dizainerių sąjunga ir „Nacionalinė mados dizaino asociacija“ (pastaroji nėra vykdydžiusi aktyvesnės veiklos paskutinius dvejus metus, todėl toliau nebus pristatoma).

Asociacijos skiriasi savo tikslais ir veiklos pobūdžiu. Remiantis galimybių studijos apimtyje vykusių grupinių diskusijų rezultatais, šioms asociacijoms reikalinga stiprinti savo veiklą, **konsoliduojant dizainerių bendruomenę ir atstovaujant dizaino sektorių valdžios institucijose bei verslo bendruomenėje**, taip pat **įtraukiant jaunuosius dizainerius** į šios bendruomenės gyvenimą.

Šių organizacijų biudžetai nedideli (vidutinis metinis biudžetas apie 100 tūkst. Lt), pastovų tiesioginį valstybės finansavimą turi tik viena asociacija. Pagrindiniai pajamų šaltiniai yra projektinis finansavimas (pagrindė iš Kultūros ministerijos), taip pat paslaugų suteikimas, parama ir narių įnašai.

Atsižvelgiant į sukaupią organizacinę patirtį, asociacijoms reikėtų svarstyti plėsti savo veiklą, išnaudojant ES SF teikiama finansavimo potencialą, pvz. vykdant **dizainerių kvalifikacijos kėlimo, dizaino propagavimo veiklas, dizainerių darbų pristatymą užsienio parodose** ir pan., o siekiant didinti dizainerių bendradarbiavimą su šalies pramone, įsijungti į jau egzistuojančius klasterius.

Lietuvos grafinio dizaino asociacija

Lietuvos grafinio dizaino asociacija (toliau - LGDA) įkurta 1996 m. ir vienija profesionalius vizualinio dizaino kūrėjus. Asociacijos narių skaičius kasmet auga: 2012 m. organizuoti 129, 2013 m. – 133, 2014 m. - 137 nariai.

Tikriesiems nariams keliami šie kriterijai: aukštasis išsilavinimas, ne mažiau kaip 3 metai kūrybinio darbo stažas, 2 tikrųjų LGDA narių rekomendacijos ir LGDA komisijai pateiktų darbų portfolio įvertinimas. Metinis nario mokestis – 100 Lt.

Pagrindiniai asociacijos tikslai - rūpintis dizainerio profesijos pripažinimo didinimu, atstovauti dizainerių interesus valdžios institucijose, skatinti kūrybinį dizainerių aktyvumą, koordinuoti įvairių organizacijų, dalyvaujančių dizaino procese, veiklą. 1999 m. LGDA tapus organizacijos ICOGRADA (International Council of Graphic Design Associations) nariu, asociacija atstovauja Lietuvos vizualinio dizaino pasiekimus tarptautiniu mastu.

Pagrindiniai paskutinių metų asociacijos projektai ir veiklos:

- Projektas „Tarptautinė grafinio dizaino savaitė“ - 2011 m. LGDA padėjo tarptautinei grafinio dizaino asociacijų tarybai ICOGRADA organizuoti šį renginį (projekto biudžetas siekė apie 120.000 Lt).
- Kvalifikacijos kėlimo projektas „Žinių ir inovacijų perdavimo plėtra bei tyrėjų kompetencijų didinimas kūrybinių industrijų ir dizaino srityje“ – 2012-2014 m. LGDA kartu su Vilniaus dailės akademija įgyvendino ES SF finansuojamą projektą, kurio metu suorganizuota tarptautinė konferencija (Tiriu, vadinasi matau) apie tyrimo reikšmę grafiniame dizaine, taip pat sudarytos galimybės LGDA nariams kelti kvalifikaciją tarptautinėse konferencijose.
- Renginiai „LGDA neformate“ – reguliariai LGDA organizuojamos neformalios vizualinio dizaino kūrėjų diskusijos.
- Viešinimas - LGDA reguliariai savo svetainėje www.lgda.lt ir facebook paskyroje talpina vizualinio dizaino kūrėjams aktualią informaciją.
- Renginiai „5/5/5/5“ - reguliarius LGDA organizuoti vakarai vizualinio dizaino kūrėjams, vykę kas penktą penktadienį, penktą valandą vakaro, kurio metu pasisakydavo penki pranešėjai.
- Konkursų organizavimas ir ekspertinė veikla (užsakomosios paslaugos).

Kol kas asociacijos veikla pagrinde grįsta savanoriškumu. Asociacija neturi nei vieno pastoviai dirbančio darbuotojo. Pastovias pajamas sudaro nario mokesčiai, kurie skiriami einamiesiems reikalams (internetu svetainei, buhalterinėms paslaugoms, dalyvavimui tarptautinėje asociacijoje ir kt.). Taip pat pajamos gaunamos iš projektinės veiklos ir paslaugų teikimo. Didėjant narių skaičiui, auga poreikis stiprinti ir plėsti asociacijos veiklą.

Asociacija „Lietuvos dizaino forumas“

Lietuvos dizaino forumas įsteigtas 2006 m. Šiuo metu asociacijos veikloje dalyvauja 10 nuolatinių narių. Skirtingai nuo kitų asociacijų, Lietuvos dizaino forumo pagrindinis tikslas iki šiol nebuvo susijęs su dizainerių subūrimu į formalią struktūrą. Veikla nukreipta pagrįdė į dizaino propagavimą Lietuvoje ir Lietuvos dizainerių darbų pristatymą užsienyje.

Pagrindiniai asociacijos vykdyti projektai:

- festivalis “Dizaino savaitė” (2006, 2007, 2008, 2009, 2010, 2011, 2012, 2013, 2014 m.)
- nacionalinis dizaino prizas “Geras dizainas” (2012, 2013, 2014 m.)
- ekspozicija “Dizaino galerija: dizaino dabartis” Litexpo parodoje “Baldai” (2014 m.)
- virtuali Lietuvos dizainerių ir jų darbų duomenų bazė dizainovacija.lt (2014 m.)
- Lietuvos dizainerių darbų ekspozicija „Design Lithuania 2001-2013“, suorganizuota Šiaurės šalių festivalyje Les Boreales (Caen, Prancūzija) ir Londono Dizaino festivalio metu (Londonas, Didžioji Britanija) 2013 m.
- lietuvių dizainerių darbų katalogas „Design Lithuania 2001-2013” (2013 m.)
- Lietuvos dizaino memorandumo pasirašymo inicijavimas (2013 m.)
- paroda “Lietuvos dizainas: praeitis, dabartis, ateitis” dizaino sostinėje Helsinkyje (2012 m.)

Asociacija svarbiausių projektų įgyvendinimui kasmet teikia paraiškas dėl dalinio finansavimo Lietuvos kultūros tarybai (anksčiau - Kultūros rėmimo fondui). Paskutinius trejus metus (2012-2014 m.) šis finansavimas auga. Tai leidžia Lietuvos dizaino forumui kasmetinius projektus (festivalis “Dizaino savaitė”, konkursas “Geras dizainas”) vykdyti vis didesne apimtimi.

Lietuvos dizainerių sąjunga

Lietuvos dizainerių sąjunga įkurta 1987 metais. 2004 m. organizacijai suteiktas meno kūrėjų statusas. Lietuvos dizainerių sąjunga yra Lietuvos Meno kūrėjų asociacijos narė, taip pat tarptautinės industrinio dizaino asociacijų tarybos ICSID (International Council of Societies of Industrial Design) ir tarptautinio dizaino aljanso IDA (International Design Alliance) narė. Paskutinius keletą metų Lietuvos dizainerių sąjungos narių skaičius siekia apie 150.

Nariams keliami šie kriterijai: aukštasis išsilavinimas ir įdirbis bei kūrybiniai pasiekimai dizaine. Kandidatas į narius turi atitikti bent 1 iš meno kūrėjų statusą suteikiančių pagrindų, remiantis LR Meno kūrėjų ir meno kūrėjų organizacijų statuso įstatymu (vertinamas asmens meno kūrybos profesionalių vertintojų pripažinimas, meno kūrybos įtraukimas į mokymo ir

studijų programos, meno kūrybos įvertinimas Lietuvoje suteikiamomis premijomis, asmeniui suteikiami pedagoginiai vardai ir kt.). Metinis nario mokestis – 80 Lt.

Lietuvos dizainerių sąjungos tikslai:

- Skatinti asociacijos narių kūrybinės asmenybės ir profesinio meistriškumo vystymąsi;
- Vystyti Lietuvos dizainą, remiantis tautos tradicijomis, formuojant humanišką aplinką;
- Prisidėti prie Lietuvos Respublikos ekonomikos vystymosi, kuriant tarptautinėje rinkoje konkurentabilius gaminius ir formuojant valstybinę dizaino politiką.

Paskutiniiais metais Lietuvos dizainerių sąjungos įgyvendintų projektų pavyzdžiai:

- Katalogas “Dizaino indeksas” (2012, 2013, 2014 m.). Plačiau žr. galimybių studijos 2.3.2. skyrių.
- Lietuvos pramoninio dizaino objektų ekspozicija didžiausioje Kinijos kūrybinių ir kultūrinių industrijų parodoje ICIF (2013, 2014 m.).
- Tarptautinė konferencija “Dizaino akademija”, organizuota kartu su KTU Dizaino centru (2014 m.).

2.3.4. PROFESIONALUS DIZAINO SEKTORIUS

Daugelyje Europos šalių kūrybinės industrijos yra laikomos prioritetiniu sektoriumi, pasižyminčiu stabiliu laipsnišku augimu ir ženkliai didėjančiu visai ekonomikai. 2010 m. kultūros ir kūrybinis sektorius sukūrė 4,5 proc. Europos BVP ir 3,8 proc. visų Europos darbo vietų. Lietuvoje šis sektorius (2009 m.) sukūrė **6 proc. BVP**, o jame dirbantieji sudarė 4,94 proc. visos Lietuvos darbo rinkos (iki 70 000 darbuotojų)³².

Dizainas yra svarbus kūrybinių industrijų subsektorius, taip pat turi reikšmingą įtaką kitų ekonomikos sektorių tokių kaip apdirbamoji pramonė, IT, žemės ūkis, finansinės paslaugos ir kt., augimui. Vertinama, jog Europoje dirba daugiau kaip 400 000 kvalifikuotų profesionalių dizainerių, o su jų darbu siejama 36 mlrd. eurų apyvarta per metus, kuri sudaro šiek tiek daugiau kaip 5% ES žinioms imlių paslaugų sektoriaus³³.

Specialiai dizaino sektoriaus veiklai stebėti yra skirtas ERVK kodas 74.10 “Specializuota projektavimo veikla”³⁴. Remiantis LR Statistikos departamento duomenimis 2012 m.

³² Šaltinis: Kultūrinių ir kūrybinių industrijų 2014-2020 m. plėtros strategija (projektas)

³³ Šaltinis: http://ec.europa.eu/enterprise/policies/innovation/files/design_swd_sec501_en.pdf

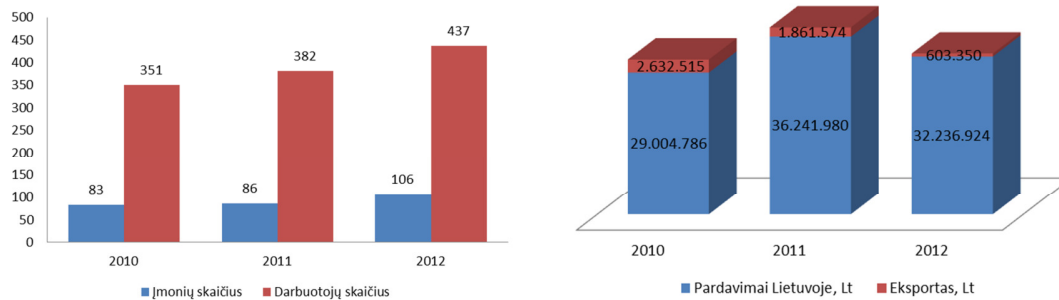
³⁴ Į šią klasę įeina:

- modeliavimas, susijęs su tekstinėmis dirbiniais, drabužiais, avalyne, juvelyriniais dirbiniais, baldais ir kitu meniniu patalpų vidaus įrengimu, kitais madingais daiktais, taip pat asmeniniais ar namų ūkio reikmenimis;
- pramoninis projektavimas (dizainas), t.y. kūrimas ir vystymas projektų ir techninių reikalavimų, kurie optimizuoja produkto vartojimą, vertę ir išvaizdą, įskaitant produkto medžiagų, konstrukcijos, formos,

(footnote continued)

specializuota projektavimo veikla užsiėmė 106 įmonės, kuriose dirbo 437 darbuotojai ir bendra apyvarta siekė 32,8 mln. Lt. 2010-2012 m. laikotarpiu fiksuojamas šia veikla užsiimančių įmonių ir darbuotojų skaičiaus jose augimas. Plačiau žr. 8 paveikslą.

8 paveikslas. Specializuota projektavimo veikla užsiimančių įmonių rodikliai Lietuvoje 2010-2012 m.



Šaltinis: LR Statistikos departamentas. Duomenys neapima individualių įmonių.

Reikia pastebėti, jog realiai šalyje dirbančių dizainerių skaičius yra žymiai didesnis nei galima spręsti pagal aukščiau pateiktą oficialią statistiką. Ekspertų vertinimu, didžioji dalis šalies dizainerių dirba ne specializuotose dizaino agentūrose, o kaip 1) *laisvai samdomi dizaineriai* (dalis jų dar šalia dizaino paslaugų teikimo vykdo ir kitą veiklą, tiesiogiai nesusijusią su dizaino kūrimu (pvz. pedagoginę), tam, kad užsitikrintų pastovias pajamas) ir 2) *kaip dizaineriai (ar jų komandos)*³⁵ su dizaino paslaugų teikimu tiesiogiai nesusijusiose įmonėse ir įstaigose. Pastarajam segmentui priskiriami specialistai, kurie pagal darbo sutartis dirba reklamos ir viešųjų ryšių agentūrose³⁶, leidyklose, žiniasklaidoje, interneto svetainių kūrimo paslaugų įmonėse, taip pat kitose paslaugų ir pramonės įmonėse bei viešajame sektoriuje ir atlieka su dizaino kūrimu toje organizacijoje susijusį darbą (kūrybinį, organizacinį ar vadovaujamą).

- spalvos ir paviršiaus apdailos nustatymą, atsižvelgiant į žmogiškąsias charakteristikas ir poreikius, saugumą, pardavimo patrauklumą ir gamybos efektyvumą, paskirstymą, vartojimą ir techninę priežiūrą
- dailininkų-apipavidalinimo specialistų (grafikos dizainerių) veikla
- meninio patalpų vidaus įrengimo (interjero) specialistų veikla.

Į šią klasę neįeina:

- tinklalapių dizainas ir programavimas 62.10
- architektūrinis projektavimas 71.11
- inžinerinis projektavimas, t.y. inžinerinių fizikinių dėsnių ir principų taikymas projektuojant mašinas, medžiagas, prietaisus, statinius, procesus ir kitas sistemas 71.12.

35 Jungtinėje Karalystėje įmonių ir įstaigų vidiniuose padaliniuose (angl. k. in-house design teams) dirbančių dizainerių skaičius yra beveik lygus dizaino agentūrose dirbančiųjų skaičiui. Dažniausiai tokiuose padaliniuose dirba nuo 1-4 dizainerių. Jeigu anksčiau darbas vidiniuose padaliniuose dažnai buvo laikomas mažiau patraukliu lyginant su darbo vieta sėkmingoje dizaino agentūroje, tai dabar ši situacija keičiasi. Tokio darbo paklausa ir prestižas auga, ypač technologinėse įmonėse. Šaltinis: „Design Industry Report“ (2010).

36 Reklamos agentūros neturėtų būti tiesiogiai tapatinamos su dizaino agentūromis. Jose šalia dizainerių komandos, dirba nemaža dalis kitų sričių specialistų, o vykdoma veikla yra žymiai platesnė nei vien dizaino paslaugos.

Siekiant tiksliau įvertinti dizaino sektoriaus apimtį, vaidmenį, klientus ir kitą specifiką, užsienio šalyse atliekami išsamūs tyrimai (pvz. Jungtinėje Karalystėje „Design Industry Report“ (2010)³⁷).

Studijoje „The Complex Development of Lithuanian Design“ buvo įvertinta, jog 2008 m. Lietuvoje dirbo apie 1000 dizainerių³⁸. Remiantis vėlesnėmis ekspertų išvalgomis, taip pat atsižvelgiant į per pastaruosius penkerius metus šalies aukštosiose mokyklose parengtų dizaino specialistų skaičių (2009-2013 m. vien Vilniaus dailės akademijos dizaino krypties absolventų skaičius siekia daugiau nei 800), šiandien šalyje dirbančių dizainerių skaičius gali siekti apie 1700-2000. Tokiu būdu, atsižvelgiant į specializuotoje projektavimo veikloje vieno darbuotojo sukuriama metinę apyvartą (87676 Lt)³⁹, bendra visų šalyje dirbančių dizainerių sukuriamą apyvartą gali siekti 149,05-175,35 mln. Lt.

Lietuvoje labiausiai išvystytos *grafinio ir komunikacijos dizaino* paslaugos. Pagrindiniai šių paslaugų teikėjai - tai smulkios (1-4 darbuotojų) dizaino agentūros, laisvai samdomi dizaineriai, taip pat reklamos ir viešųjų ryšių agentūros. Šalyje veikia Lietuvos grafinio dizaino asociacija, kuri vienija virš 150 narių. Didžiausios šios srities įmonės - Studio Libre UAB, Brandworks UAB, ir kt. Kadangi šios paslaugos susijusios su ženklodara, spauda (laikraščiai, žurnalai, knygos), firminio stiliaus kūrimu, reklama, informacine sistema ir pan., todėl šių paslaugų naudotojais gali būti bet kuri įmonė ar organizacija.

Dažnai šalia grafinio ir komunikacijos dizaino paslaugų, šios įmonės teikia ir *skaitmeninio ir multimedijos dizaino* paslaugas, reikalingas interneto svetainių kūrimui, filmų ir televizijos industrijoje, scenos menui, video produkcijai, kompiuterinių žaidimų, mobiliųjų prietaisų multimedijos, animacijos kūrimui, reklamos sektoriui ir pan.

Šalyje yra susiformavusi tam tikra *interjero dizaino paslaugų* pasiūla. Paslaugos apima mažmeninės prekybos, finansinių institucijų, maitinimo paslaugų ir kitų visuomeninių vietų, ofisų ir gyvenamųjų patalpų dizaino kūrimą, taip pat parodoms ar kitiems viešiesiems renginiams reikalingų dizaino produktų sukūrimą. Šias paslaugas teikia laisvai samdomi interjero dizaineriai, architektai, taip pat architektų biurai ir interjero dizaino studijos (pvz. „Ergoline“ grupės įmonės, UAB "Ekspobalta").

Paskutiniu metu šalyje auga *madų dizaino*, apimančių drabužių, avalynės, papuošalų kūrimą, segmentas. Plėtojami tokie jaunųjų dizainerių prekiniai ženklai kaip „Happeak“, „Daili“, „Akuku“, „Tadam“ ir kt. Sparčiai kintant madų tendencijoms, ekspertai atkreipia dėmesį į šio segmento socialinį vaidmenį. Madų dizaineriai sukuria stiliaus gaires, kurias toliau perima įvaizdžio ir madų industrija (tekstilės ir drabužių, avalynės, papuošalų gamyba) ir perduoda masiniam vartojimui.

Vertinat pagal dizaino įmonių skaičių, mažiausiai Lietuvoje išvystyta *produkto / pramoninio dizaino paslaugų* pasiūla. Šios paslaugos apima veiklą nuo objekto (plataus vartojimo prekių,

³⁷ Plačiau žr.

http://www.designcouncil.org.uk/sites/default/files/asset/document/DesignIndustryInsights2010_Design_Council.pdf

³⁸ Ataskaita „The Complex Development of Lithuanian Design“, Mollerup Designlab A/S, 2008

³⁹ Skaičiuojama pagal specializuotoje projektavimo veikloje 2010-2012 m. sukuriama apyvartos vidurkį.

baldu, elektronikos ir bet kokių kitų gaminių) koncepcijos iki jo pakuotės sukūrimo. Lietuvoje šios specializacijos dizaineriai daugiausiai dirba pagal darbo sutartis pramonės įmonių vidiniuose padaliniuose, dar keletas veikia kaip laisvai samdomi darbuotojai. Lietuvoje mokymus vedusio pasaulinio lygio pramoninio dizainerio J. Whittakerio nuomone⁴⁰, tokia situacija gali būti susijusi su nepakankamu dizaino vertinimu šalies pramonės įmonėse. Eksperto teigimu, dizaino industrija veikia gerai, kai rinkoje yra tam tikras „jautrumas dizainui“, t.y. kai jis yra vertinamas.

Pagal dizaino paslaugų klasifikaciją, dar yra išskiriamas *paslaugų dizainas*. Šias paslaugas galima apibūdinti kaip veiklą, susijusią su žmogiškųjų išteklių, infrastruktūros, komunikacijos ir materialių paslaugos komponentų planavimu ir organizavimu, siekiant pagerinti paslaugų kokybę ir ryšius tarp paslaugos teikėjo ir kliento.

Tolimesnei dizaino sektoriaus plėtrai vienas svarbiausių iššūkių yra **orientavimasis į tarptautinę rinką**. Pirmiausiai, tai sudaro galimybes dizaino įmonėms augti. Kita vertus, tik tarptautiniu mastu konkurencingos dizaino paslaugos padeda jų klientams (verslo sektoriui) įeiti ir sėkmingai veikti tarptautinėje rinkoje. Tuo tikslu dizaineriams yra svarbu aktyviai dalyvauti tarptautiniuose renginiuose (mugėse, parodose, konferencijose ir pan.), ištraukti į eksporto grupių veiklą, dalyvauti verslo misijų delegacijose ir pan. Remiantis LR Statistikos departamento renkamais duomenimis apie specializuota projektavimo veikla užsiimančių įmonių rodiklius, matyti, jog šių įmonių eksportas tesudaro vos kelis procentus (2010 m. – 9 proc., 2011 m. – 5 proc., 2012 m. – 2 proc.). Atsižvelgiant į tai, kad didžioji dalis šalyje veikiančių dizaino įmonių yra smulkios ar labai smulkios, neturi reikalingų išteklių ir pajėgumų, šioje srityje joms yra reikalinga finansinė parama ir konsultavimas. Nepakankamą situacijos rinkoje suvokimą/savivoką Lietuvos dizainerių bendruomenė išskiria kaip vieną esminių problemų, su kuriomis susiduria dizaineris pradėdamas veiklą ir ją plėtodamas⁴¹.

Kitas svarbus dizaino sektoriaus veiklos iššūkis yra susijęs su inovacijų suvokimu ir **sąveikos būtinybe**. Tiek užsienio, tiek šalies ekspertai pastebi, jog dizaino paslaugų teikėjams yra svarbu suvokti, kokią vertę klientui gali sukurti dizainerio veikla. Jeigu anksčiau klientui reikalingas buvo dizainas, tai dabar jis kelia tikslą būti inovatyviu visose srityse. Tokio inovacijų suvokimo kontekste atsiranda įvairių sričių specialistų integracijos ir komandinio darbo būtinybė, taip pat požiūrio pokyčiai (nuo individualaus link kolektyviškesnio). Bendradarbiavimo su kitų sričių specialistais (vadybininkais, technologais, kt.) stoką, praktikos trūkumą bendrųjų gebėjimo srityje (komandinis darbas, procesai, universalumas) Lietuvos dizainerių bendruomenė išskiria kaip antrą esminę problemą, su kuria susiduria dizaineris pradėdamas veiklą ir ją plėtodamas. Kaip šios problemos sprendimai yra siūlomi tarpininko (struktūros) sukūrimas, susikalbėjimo aplinkos (hub, camp ir kt.) sukūrimas,

⁴⁰ J. Whittakeris turi daugiau nei dvidešimt metų patirtį produktų ir pakuočių dizaine ir yra dirbęs įvairių šalių agentūrose („Design Bridge“ Olandijos padalinyje, „FrogDesign“ Vokietijos padalinyje; „Fitch“, „Rexam“, „Design Equity“, „Addis“ – Londone). Jo kartu su komanda sukurti produktai yra laimėję net tris prestižinius „RedDot“ apdovanojimus.

⁴¹ Problemos įvardintos 2014 11 14 vykusios diskusijos su Lietuvos dizaino bendruomene metu. Buvo prašoma išsakyti tas problemas, kurios labiausiai susijusios su dizainerių bendruomene ir gali būti išspręstos daugiausiai jų pačių pajėgomis.

tarpdisciplininės programos (arba bent bendros praktikos) studentams, integracija į klasterius, gerosios praktikos pavyzdžių sklaida.

Trečias iššūkis - **dizaino pritaikymas Lietuvos viešojo sektoriaus efektyvumo didinimui ir visuomeniniams poreikiams tenkinti** (tame tarpe socialinio verslo apimtyje). Plačiau žr. galimybių studijos 2.2.2. skyrių.

2.3.5. DIZAINO EDUKACIJA

Dizaino edukacija yra labai svarbus veiksnys, siekiant dizaino sektoriaus plėtros. Ji pradedama bendruoju mokymu pradinėse bei vidurinėse mokyklose ir baigiama studijomis aukštosiose mokyklose. Dizaino edukacija neapsiriboja tikslu padėti asmeniui įgyti dizainerio specialybę, bet kartu siekia didinti visos visuomenės suvokimą apie dizaino sukuriamą vertę. Prie dizaino edukacijos reikėtų priskirti ir dizainerių kvalifikacijos kėlimą.

2.3.5.1. *Ugdymas bendrojo lavinimo mokyklose, neformalus ugdymas*

Atsižvelgiant į augantį dizaino vaidmenį ekonominiame, socialiniame ir kultūriniame gyvenime, kai kurios šalys (pvz. Estija, Jungtinė Karalystė) dizaino discipliną įtraukia į pradinio ir vidurinio mokymo programas. Šalies akademinė ir dizainerių bendruomenė taip pat mato didelį poreikį skatinti dizaino suvokimą mokinių tarpe, integruojant dizainą į dailės pamokas. Šiuo metu dizaino mokymas Lietuvos bendrojo ugdymo lygmenyje vykdomas tik meno mokyklose. Pvz. Nacionalinėje Mikalojaus Konstantino Čiurlionio menų mokykloje, Vilniaus Justino Vienožinskio dailės mokykloje į mokymo programą yra įtraukti dizaino pagrindai.

Neformalaus ugdymo srityje veikia Vilniaus dailės akademijos Atviroji dailės, dizaino ir architektūros mokykla, įsteigta 2010 m ir veiklą vykdanči visose Vilniaus dailės akademijos padalinuose - Vilniuje, Kaune, Telšiuose ir Klaipėdoje⁴². Mokykloje yra organizuojami grafinio dizaino, pramoninio dizaino, kostiumo dizaino ir interjero dizaino kursai. Į šiuos kursus priimama 55-70 mokinių. Didžiausias susidomėjimas pastebimas grafinio dizaino kursais. Pagrindiniai dizaino krypties kursų lankytojai yra asmenys, kurie planuoja stoti į Lietuvos ar užsienio aukštąsias dailės, dizaino ir architektūros mokyklas ir nori pagilinti ar praplėsti savo teorines bei praktines žinias įvairiose dizaino srityse. Baigusieji Atvirąją dailės, dizaino ir architektūros mokyklą, gauna baigimo pažymėjimą, kuris liudija jų kompetenciją, reikalingą stojant į aukštąsias mokyklas.

⁴² Atvirojoje dailės, dizaino ir architektūros mokykloje vykdoma apie 18 programų. Ateityje numatoma teikti kvalifikacijos kėlimo paslaugas. Mokykla šiuo metu naudojasi VDA bendromis patalpomis, tačiau tai neužtikrina mokymosi visą gyvenimą veiklos kokybės dėl nepakankamo patalpo pritaikymo šios mokyklos poreikiams ir komplikuoto patalpų panaudojimo grafiko.

2.3.5.2. Studijos aukštosiose mokyklose

Dizaino krypties studijų programos

Pagal nacionalinius švietimo srities teisės aktus⁴³ dizaino studijų kryptis priskiriama studijų sričiai „Menai“ ir studijų krypčių grupei „Meno studijos“ ir apima 9 šakas (žr. 9 paveikslą).

9 paveikslas. Dizaino studijų kryptis studijų klasifikacijoje

Studijų sritis: Menai

Studijų krypčių grupė: Meno studijos

Studijų kryptis: W200 Dizainas

Studijų krypties šakos: W210 Grafinis dizainas

W220 Parodų ir renginių dizainas

W230 Mados dizainas

W240 Pramoninis dizainas

W250 Interjero dizainas

W260 Vizualinių komunikacijų dizainas

W270 Keramikos dizainas

W280 Interaktyvus ir elektroninis dizainas

W290 Interjero ir baldų renovavimas ir konservavimas

Remiantis 2013 m. Dizaino krypties studijų aprašu, šių studijų tikslas yra parengti aukštos kvalifikacijos dizainerius, įgijusius kompetencijas, leidžiančias savarankiškai dirbti dizaino srityje ir gebančius:

- tenkinti įvairiapuses visuomenės ir individo darnios aplinkos reikmes;
- formuoti harmoningą aplinką, **skatinti teigiamus kultūrinės, materialinės ir socialinės gerovės pokyčius;**
- analizuoti ir kritiškai vertinti procesus, vykstančius šiuolaikiniame dizaine, išvelgti dizaino vystymosi tendencijas ir principus;
- **kurti kokybiškus dizaino produktus ir teikti paslaugas,** motyvuotai pateikti savo sprendimus ir idėjas projektine kalba;
- **praktiškai taikyti** teorines ir **technologines žinias;**
- **organizuoti ir valdyti kūrybinį procesą;**
- **dirbti tarpdisciplininėse komandose** nacionaliniame ir tarptautiniame kontekste;
- savarankiškai mokytis visą gyvenimą.

⁴³ 2009 m. gruodžio 23 d. LR Vyriausybės nutarimas Nr. 1749 „Dėl studijų sričių ir krypčių, pagal kurias vyksta studijos aukštosiose mokyklose, sąrašo ir kvalifikacinių laipsnių sąrašo patvirtinimo“, 2010 m. vasario 19 d. LR Švietimo ir mokslo ministro įsakymas Nr. V-222 „Dėl studijų kryptis sudarančių šakų sąrašo patvirtinimo“

Dizaino specialisto rengimas yra **laikomas santykinai brangiu**, lyginant pavyzdžiui su socialinių mokslų srities specialisto parengimu, nes studijų procesas turi būti **pagrįstas praktika**, kuriai **būtina specializuota infrastruktūra ir nuolatinis jos atnaujinimas**. Studijų procesui reikalingos ne tik studijų patalpos, bet ir dirbtuvės su šiuolaikiška įranga ir kvalifikuotais mokymo meistras, skirta kūriniais ar projektų prototipams gaminti, susipažinti su medžiagomis ir medžiagų apdirbimo technologijomis, taip pat kompiuterinės klasės ir informacinės bazės⁴⁴. Taikomas individualus studijų modelis – mažai srautinių paskaitų, suteikiamos individualios darbo vietos. Medžiagų ir jų apdirbimo technologijų žinojimą, sugebėjimą pagaminti fizinį objektą kaip labai svarbią dizainerio sėkmingos veiklos sąlygą ir profesionalumo rodiklį pabrėžia ir pramonės atstovai. Pvz. kuriant pakuotės dizainą maisto pramonei, neužtenka parengti vaizdą kompiuterio pagalba, bet reikalinga žinoti jo atspausdinimo ant įvairių medžiagų (stiklo, popieriaus, metalo), taip pat rinkodaros ypatumus.

Tuo pačiu dėstymas turi būti paremtas ne tik naujausiais dizaino ir kūrybinės technologinės veiklos pasiekimais, bet ir filosofijos, dailės ir architektūros istorijos žiniomis, vizualinio, kompiuterinio raštingumo lavinimu, dizaino verslo specifikos žinojimu. Dėstomų dalykų/modulių išdėstymas dizaino studijų krypties studijų programose turi būti nuoseklus bei pagrįstas tarpdalykinėmis dizaino, inžinerinių, informacinių, technologinių, meninių dalykų sąsajomis⁴⁵.

Augant dizainerio specialybės populiarumui, vis daugiau Lietuvos aukštųjų mokyklų pradeda vykdyti dizaino krypties studijų programas. 2014 metais akredituotas dizaino studijų programas turėjo 10 šalies aukštųjų mokyklų (žr. 10 paveikslą). Vien per paskutinius 3 metus (2012-2014 m.) į dizaino edukaciją savo programomis siekia įsijungti 4 aukštosios mokyklos (Vytauto Didžiojo universitetas, Klaipėdos universitetas, Socialinių mokslų kolegija, Šv. Ignaco Lojolos kolegija).

Šalyje auga pasiūla tokių studijų programų kaip „Vizualinės komunikacijos dizainas“, „Kūrybinių industrijų dizainas“, „Multimedijos dizainas“, „Parodų ir renginių dizainas“, „Įvaidžio dizainas“ ir kt., kurios paremtos sąlyginai nedidelėmis investicijomis (daugiausia į informacines technologijas). Tuo tarpu praktika (medžiagų apdirbimu, realių daiktų sukūrimu ir pan.) pagrįstų dizaino krypties studijų pasiūlos plėtrą ir kokybės gerinimą stabdo didelių investicijų į materialinę bazę būtinybė.

To pasekoje, ryškėja rengiamų dizaino specialistų pasiūlos neatikimas rinkos poreikiams. Galimybių studijos rengimo metu vykusiose diskusijose su šalies pramonės atstovais, buvo išsakyti pastebėjimai, jog jauni dizaineriai „nėra susipažinę su medžiagomis ir jų apdirbimo technologijomis“, „nežino produkto gamybos proceso“ ir pan.

⁴⁴ Pvz. Vilniaus dailės akademija 2007-2012 m. laikotarpiu įrengė modernią Meno ir dizaino laboratoriją, į kurią investuota daugiau kaip 19 mln. Lt.

⁴⁵ Remiamasi 2013 m. Dizaino krypties studijų aprašu.

http://www.skvc.lt/files/SKAR2_galutiniai_aprasai/Dizaino_aprasas.pdf

Net ir pasauliniai ekspertai pabrėžia šiandienines dizaino specialistų rengimo problemas, vadindami dizaino mokymą aukštosiose mokyklose „tragišku“⁴⁶. Jie pastebi, jog šiandien parengiami dizaino specialistai nemoka kurti daiktų, nes 4 metus studentai dizainą studijuoja 3D objektų pagalba, realiai nei vieno jų nesukuriant. Kūrybinės dirbtuvės dizaino mokyklose yra labai brangus dalykas, todėl nemažai mokyklų tiesiog pasirenka mokymą kompiuterių pagalba. Pvz. eilė mokyklų pasaulyje nutraukia pramoninio dizaino programų vykdymą dėl reikalingų didelių investicijų į infrastruktūrą, leidžiančią kurti fizinius objektus, ir to pasekoje plečia kompiuteriniu mokymu pagrįstas studijų programas.

10 paveikslas. Dizaino studijų programos šalies aukštosiose mokyklose (2014 m.)

	Dizainas (aplinkos ir gaminių)	Aplinkos objektų dizainas	Interjero dizainas	Grafinis dizainas	Grafinių komunikacijų dizainas	Vizualinis dizainas	Vizualinės komunikacijos dizainas	Kūrybinių industrijų dizainas	Multimedijos dizainas	Parodų ir renginių dizainas	Mados dizainas	Kostiumo dizainas	Aprangos dizainas	Ivaizdžio dizainas	Šukuosenų dizainas
Vilniaus dailės akademija	BA/ MA		BA	BA/ MA		BA/ MA						BA/ MA			
Vilniaus dizaino kolegija			BA		BA			BA			BA				
Vilniaus technologijų ir dizaino kolegija			BA	BA				BA							
Kauno kolegija	BA												BA	BA	
Šiaulių universitetas		BA													
Vytauto Didžiojo universitetas											BA				
Klaipėdos universitetas*										BA					
Socialinių mokslų kolegija*							BA								
Vilniaus kolegija													BA	BA	BA
Šv. Ignaco Lojolos kolegija															BA

Šaltinis: Parengta autorių pagal aukštųjų mokyklų svetainėse pateiktą informaciją (peržiūra vyko 2014 m. spalio-lapkričio mėn.), BA- bakalauro studijos, MA- magistro studijos. *- naujos studijų programos, 2014 m. nebuvo surinkta studentų.

Galimybių studijos metu vykusiose diskusijose su akademinė, dizainerių ir pramonės bendruomene buvo aptarta, jog siekiant gerinti dizaino krypties studijų kokybę, aukštosioms mokykloms taip pat būtina stiprinti tarpdisciplininį bendradarbiavimą (pvz. rengti tarpdisciplinines studijų programas ir praktikas), taip pat glaudžiau bendradarbiauti su pramonės įmonėmis (įtraukiant jų atstovus į baigiamųjų darbų atlikimą, kviečiant pravesti paskaitas, taip pat reguliariai organizuojant bendras diskusijas tarp akademinės ir pramonės bendruomenės (forumus), organizuojant „Karjeros dienas“), ir stiprinti studentų bazinį ekonomikos suvokimą (pvz. studentų baigiamuosiuose darbuose įtraukiant ekonominės dalies rengimą).

Reikia pastebėti, jog dizaino disciplinas šalies aukštosios mokyklos jau pradeda įtraukti į technologinių kryptių studijų programas. Pvz. nuo 2011 m. **Kauno technologijų**

⁴⁶ Šaltinis: „Design education is „tragic“ says Jonathan Ive“, 2014 m. lapkričio 13 d., <http://www.dezeen.com/2014/11/13/design-education-tragic-says-jonathan-ive-apple/>

universiteto Mechanikos inžinierijos ir dizaino fakultete vykdoma Inžinerinio dizaino studijų programa⁴⁷, kurią baigusiems suteikiamas dvigubas pramoninio dizaino ir inžinerinio projektavimo kvalifikacinis laipsnis. Nuo 2013 m. **Vilniaus Gedimino Technikos universiteto** Architektūros fakulteto Dizaino katedroje vykdoma nauja Pramonės gaminių dizaino studijų programa. Baigusiems šias studijas suteikiamas gamybos inžinierijos bakalauro (inžinieriaus dizainerio) kvalifikacinis laipsnis. 2013 m. šią studijų programą studijavo 27 studentai. Toliau studijoje apžvelgiamos vykdomos menų studijų srities dizaino krypties studijų programos.

Studentų skaičius

2014 m. dizaino krypties studijų programas baigė **beveik 400 absolventų**. Apie 40 proc. jų sudarė Vilniaus dailės akademijos absolventai. Likusią dalį sudarė Vilniaus dizaino kolegijos, Vilniaus technologijų ir dizaino kolegijos, Kauno kolegijos ir Vilniaus kolegijos absolventai. Kitose aukštosiose mokyklose dizaino krypties programas 2014 m. baigusiujų nebuvo. Atsižvelgiant į didėjantį dizaino krypties studijų programų skaičių, dizainerio specialybės populiarumą, tikėtina, jog ateityje šių absolventų skaičius turėtų išlikti gana stabilus.

Siekiant padėti absolventams sklandžiau įsilieti į profesinę veiklą⁴⁸, reikalinga stiprinti Karjeros centrų veiklą, skatinti studentų verslumą ir didinti supratimą apie vietinės bei tarptautinės rinkos poreikius (pvz. per praktiką verslo įmonėse, taip pat padedant pristatyti geriausias kūrybines idėjas potencialiems užsakovams Lietuvoje ir užsienyje, sudarant galimybes dalyvauti pasaulinėse mugėse ir parodose), stiprinti jaunų verslų inkubavimo veiklą.

Kaip vienas iš rekomenduojamų stebėti dizaino edukacijos rodiklių, yra absolventų, gavusių dizainerio diplomą, pirmųjų metų uždarbis. Lietuvoje tokių tyrimų nėra daryta. Bendram suvokimui, galima pasiremti karjeros portalo CV.lt 2013 m. pab. - 2014 m. pr. rinkta informacija apie darbo ieškančių specialistų atlyginimus, pagal kurią vidutinis pageidaujamas dizainerio atlyginimas (į rankas/mėn.) siekė 1930 Lt. (mažiausias – 800 Lt., didžiausias – 5000 Lt.)⁴⁹. Tikėtina, jog internetiniame portale pateikiama informacija yra apie dizainerių dirbančių įmonėse darbo užmokestį. Svarbu pažymėti, jog ekspertų vertinimu, dizainerių, dirbančių kontraktų pagrindu, pajamos yra žymiai didesnės.

⁴⁷ Programa parengta bendradarbiaujant Kauno technologijos universiteto ir Vilniaus dailės akademijos dėstytojams. Studijų dalis, vykdoma Vilniaus dailės akademijos Kauno fakultete, vertinama 60 kreditų.

⁴⁸ Galimybių studijos rengimo metu buvo atlikta Lietuvos darbo biržoje užsiregistravusių Vilniaus dailės akademijos ir Vilniaus dizaino kolegijos dizaino krypties studijų programos baigusiu absolventų statistinė analizė. Ji parodė, jog 2012-2014 m. laikotarpiu Lietuvos darbo biržoje darbo ieškančių absolventų, turinčių dizainerio diplomą, skaičius (vertinant bendrai abiejų aukštųjų mokyklų) ženkliai mažėja. Jeigu 2012 m. darbo ieškojo 43 proc. 2012 metų laidos absolventų, tai 2014 m. darbo ieškojo tik 29 proc. 2014 m. laidos absolventų. Reikia pastebėti, kad daugiau nei 60 proc. dizainerio diplomą turinčių absolventų, kurie registruojasi Lietuvos darbo biržoje, jau turi darbo patirties. Taip pat mažėja ir absolventų, kurie ilgiau nei metus be pertraukos buvo registruoti Lietuvos darbo biržoje, nuo 17 proc. 2012 m. iki 13 proc. 2013 m. (Asmuo, baigęs studijas, vienerius metus nuo diplomo gavimo, Lietuvos darbo biržos yra laikomas absolventu).

⁴⁹ CV.lt atskirų profesijų atlyginimų lūkesčius skelbia, esant nemažiau kaip 50 gyvenimo aprašymų. Šaltinis: <http://manokarjera.cv.lt/Default4.aspx?ArticleId=17da61f3-9575-4400-b523-62cd628d9bee>

Aukštųjų mokyklų apžvalga

Vilniaus dailės akademija

Vilniaus dailės akademija turi seniausias dizaino edukacijos tradicijas Lietuvoje⁵⁰. Ši aukštoji mokykla yra tarptautinės asociacijos CUMULUS⁵¹, vienijančios pažangiausias menų, dizaino ir medijų studijų kryptių aukštąsias mokyklas, narė, taip pat Šiaurės ir Baltijos šalių meno bei dizaino mokyklų tinklo CIRRUS narė.

Šiuo metu dizaino krypties studijų programos yra vykdomos 4 Lietuvos miestuose: Vilniuje, Kaune, Telšiuose ir Klaipėdoje.

Bakalauro studijų pakopoje skirtinguose VDA padaliniuose vykdomos šios studijų programos: gaminio ir aplinkos dizaino (Vilnius), dizaino (Kaunas), gaminio dizaino (Telšiai), baldų dizaino ir restauravimo (Telšiai); grafinio dizaino (Vilnius, Kaunas, Klaipėda); kostiumo dizaino (Vilnius) ir aprangos dizaino (Telšiai); interjero dizaino (Vilnius, Klaipėda).

Magistrantūros studijų pakopos studijos vykdomos VDA Vilniaus ir Kauno padaliniuose: dizaino (Vilnius, Kaunas); grafinio dizaino (Vilnius); kostiumo dizaino (Vilnius); vizualinio dizaino (Vilnius); vizualiųjų komunikacijų dizaino (Vilnius).

Vilniaus dailės akademija išsiskiria didžiausiu šalyje rengiamų dizaino specialistų skaičiumi. Kasmet šioje aukštojoje mokykloje studijuoja virš 600 dizaino specialybės studentų (žr. 11 paveikslą). Tai sudaro daugiau nei 1/3 visų Vilniaus dailės akademijoje studijuojančių asmenų. Aukštojoje mokykloje vykdomos dizaino krypties artimos studijų programos - architektūra, skulptūra, stiklas, taikomoji grafika, taikomoji keramika, taikomoji tekstilė, tapyba, fotografija ir medijos menas, kultūros vadyba ir kultūros politika, dizaino vadyba.

11 paveikslas. Vilniaus dailės akademijos dizaino specialybės studentų skaičius 2006-2013 m. (gruodžio 31 d.)

	2006/2007	2007/2008	2008/2009	2009/2010	2010/2011	2011/2012	2012/2013	2013/2014*
Bakalauro studijos	502	546	610	553	537	570	556	523
Magistrantūros studijos	83	90	92	87	88	84	91	90
Iš viso	585	636	702	640	625	654	647	613
Proc. nuo visų VDA studentų	32%	34%	36%	32%	32%	35%	36%	34%

Šaltinis: Vilniaus dailės akademija, *- spalio mėn. 1 d.

Didžioji dalis (66 proc.- 2013 m. pab. duomenimis) dizaino specialybės studentų studijuoja Vilniaus dailės akademijos Vilniaus fakultete, tuo tarpu Telšių fakultete - 13 proc., Kauno fakultete 12 proc. ir Klaipėdos fakultete – 9 proc. studentų. Per paskutinius penkerius metus (2009-2013 m.) didžiausi studentų skaičiaus pokyčiai įvyko Vilniaus fakultete (studentų skaičius išaugo nuo 360 iki 407) ir Klaipėdos fakultete (studentų skaičius sumažėjo nuo 111 iki 52).

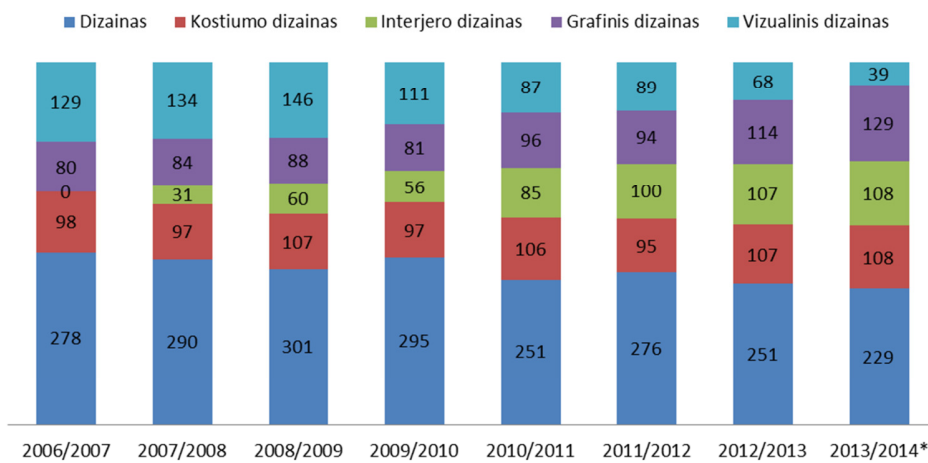
⁵⁰ Vilniaus dailės akademijos Dizaino katedra (anksčiau vadinta Pramonės gaminių meninio konstravimo katedra) veikia daugiau nei 50 metų.

⁵¹ Cumulus asociacija vienija 48 šalyse įsikūrusias 211 aukštųjų mokyklų. Asociacija skirta meno ir dizaino edukacijos bei tyrimų plėtrai.

Skirtingai nuo kitų aukštųjų mokyklų, Vilniaus dailės akademijoje yra vykdomos ne tik dizaino krypties bakalauro, bet ir magistratūros studijos. Į šias studijas stoja tiek Vilniaus dailės akademijoje, tiek kitose aukštosiose mokyklose dizaino bakalauro kvalifikaciją įgiję asmenys. Taip pat akademijoje nuo 2011 m. pradėtos vykdyti dizaino krypties doktorantūros studijos, kuriose šiuo metu studijuoja 10 doktorantų.

Dizainas (gaminių ir aplinkos) išlieka populiariausia dizaino krypties studijų programa, tačiau studentų skaičius joje paskutinius penkerius metus mažėja (žr. 12 paveikslą). Tuo tarpu kasmet daugėja studijuojančių grafinį dizainą, interjero dizainą ir kostiumo dizainą. Vizualinio dizaino studijas Klaipėdos fakultete pasirinkusių skaičius mažėja, nes nuo 2012 m. nebevykdomas priėmimas į šią programą.

12 paveikslas. Vilniaus dailės akademijos studentų pasiskirstymas pagal studijų programas 2006-2013 m.



Šaltinis: Vilniaus dailės akademija (skaičiai apima bakalauro ir magistratūros studijas)

Kasmet Vilniaus dailės akademija parengia virš 150 dizaino specialistų (2007-2014 m. laikotarpiu iš viso - virš 1200 dizainerių). Didžioji jų dalis – pramoninio dizaino specialistai.

Siekdama užtikrinti kokybišką studentų rengimą ir MTEP veiklą, Vilniaus dailės akademija didelį dėmesį skiria studijų ir MTEP infrastruktūros kūrimui ir atnaujinimui. 2007-2012 m. Vilniaus dailės akademija įgyvendino 2 infrastruktūrinius projektus („VDA inovacijų ir dizaino centras“ ir „Lietuvos kūrybinių ir kultūrinių industrijų studijų ir mokslo tyrimams bei meninei praktikai skirtos technologinės ir informacinės infrastruktūros kūrimas ir atnaujinimas“), kurių bendra vertė 25,4 mln. Lt. Šių projektų dėka buvo renovuotos ir šiuolaikiškai įrengtos dizaino studentams ir dėstytojams skirtos patalpos (auditorijos, konferencijų salė, darbų demonstravimui skirtos erdvės, adresu Maironio g.3), taip pat suremontuota ir aprūpinta naujausia įranga Meno ir dizaino laboratorija. Tačiau vystantis technologijoms, reikalingas tolimesnis studijų ir MTEP infrastruktūros atnaujinimas ir plėtra. Vertinama, jog poreikis infrastruktūros Vilniaus, Kauno, Klaipėdos ir Telšių VDA padaliniuose atnaujinimui siekia 93 mln. Lt. (tame tarpe – 15 mln. Lt Meno ir dizaino laboratorijai).

Jau eilę metų Vilniaus dailės akademijos studentai laimi įvairaus pobūdžio konkursuose. Pvz. grafinio dizaino katedros studentai buvo įvertinti nacionaliniame konkurse „Geras dizainas 2014“ (Justina Medvedevaitė, prieskoninių ir vaistažolinių augalų auginimo rinkinys „Sodelis“), "Nokia Lumia 820 Design Challenge 2013" (II vieta, Aistė Jakimavičiūtė), "Taiwan International Design Competition 2013" (speciali premija-prizas „Honorable mention“, Kotryna Naraškevičiūtė, „Young Designers Unconference“), Bolivijos plakatų bienalėje 2013 (II vieta, Renata Krasovskaja, plakatas „Kiaulė taupyklė“), Taivaniai tarptautiniame dizaino konkurse 2012 ir „A' Design Award and Competition“ konkurse Italijoje (Jonė Aleksionaitė, „Vartotojas – identiteto kūrėjas“).

Produkto dizaino katedros studentai taip pat nuolat laimi apdovanojimus tokiuose tarptautiniuose ir vietiniuose dizaino konkursuose, kaip "IF Design Award", "Red Dot Design Competition", "Fujitsu Design Award", "Electrolux Design Lab", Lietuvos dizaino prizas "Geras dizainas" ir kt. Darbų pavyzdžiai pateikti 2 priede.

Vilniaus technologijų ir dizaino kolegija

Vilniaus technologijų ir dizaino kolegija yra didžiausia technologinės ir meninės pakraipos kolegija Lietuvoje. Dizaino specialistų rengimas vykdomas kolegijos Dizaino fakultete⁵², įsteigta 2002 m. Šiuo metu Dizaino fakultetą sudaro 3 katedros: Interjero dizaino, Grafinio dizaino ir Medijų. Šiose katedrose vykdomos Grafinio dizaino, Interjero dizaino ir Multimedijos dizaino studijų programos. Studijas baigusieji įgyja dizaino krypties bakalauro laipsnį. Iš viso 2012 m. dizaino krypties studijų programas studijavo 360, 2013 m. – 351, o 2014 m. - 357 studentai. Populiariausia yra grafinio dizaino specialybė.

ES struktūrinių fondų ir nuosavomis lėšomis dizaino fakultetas palaipsniui atnaujinama savo materialinę bazę: 2008-2009 m. įrengtos piešyklos, 2009-2010 m. įkurta Grafikos studija su kūrybinėmis dirbtuvėmis. 2014 m. pabaigoje, įgyvendinus ES struktūrinių fondų projektą „Vilniaus technologijų ir dizaino kolegijos studijų infrastruktūros modernizavimas“ Dizaino fakultetas buvo perkeltas į renovuotus Vilniaus technologijos ir dizaino kolegijos Mokymo rūmus.

Vilniaus dizaino kolegija

Vilniaus dizaino kolegija yra privati meno studijų srities aukštoji mokykla. Kaip ir Vilniaus dailės akademija, ši mokykla yra tarptautinės asociacijos CUMULUS narė. Kolegija įsteigta 2005 m., reorganizavus Giedrės Fledžinskienės aukštesniąją menų mokyklą⁵³. Kolegija turi šias dizaino krypties studijų programas: Interjero dizainas⁵⁴, Mados dizainas, Grafinių komunikacijų dizainas, Kūrybinių industrijų dizainas. Studijas baigusieji įgyja

⁵² Dizaino fakultetas įsteigtas, reorganizavus Vilniaus aukštesniąją statybos mokyklą ir įkūrus Vilniaus statybos ir dizaino kolegiją, o jo užuomazgos siekia Vilniaus statybos technikumą laikus, kai čia pradėti rengti Architektūros specialybės studentai.

⁵³ Giedrės Fledžinskienės aukštesnioji menų mokykla įsteigta 1997 m.

⁵⁴ Šiuo metu kolegijoje kartu su Portugalijos dizaino mokykla ESAD, Matosinhos School of Art and Design vykdoma tarptautinė jungtinė interjero dizaino studijų programa anglų kalba, kuri suteikia galimybę įgyti jungtinį kvalifikacinį bakalauro laipsnį ir dviejų aukštųjų mokyklų diplomus.

dizaino krypties bakalauro laipsnį. Iš viso 2014 m. dizaino krypties studijų programą studijavo 106 studentai. Populiariausios jų – grafinių komunikacijų ir mados dizainas.

Dizaino krypties studijas kolegija siekia susieti su praktika, ir tuo tikslu kuria studentams reikalingą specialią infrastruktūrą. 2014 m. buvo įrengtos dirbtuvės interjero dizainui, išgytos staklės medžio apdirbimui, 3D printeriai. Ateityje grafinio dizaino programoms numatoma įrengti spaudos technikos dirbtuves.

Vytauto Didžiojo Universitetas

Nuo 2014 metų Vytauto Didžiojo universiteto Menų fakulteto Šiuolaikinių menų katedroje pradėta dėstyti mados dizaino (anglų kalba) studijų programa. Ši studijų programa vykdoma kartu su britų universitetu UCLan (University of Central Lancashire) ir suteikia galimybę įgyti mados dizaino bakalauro kvalifikacinis laipsnį ir dviejų aukštųjų mokyklų diplomus. Į šią studijų programą 2014 m. įstojo 6 asmenys.

Šiuolaikinių menų katedroje, įkurtoje 2010 m., taip pat yra vykdomos Naujųjų medių meno, Vaidybos, Muzikos produkcijos bakalauro studijų programos.

Klaipėdos universitetas

Klaipėdos universiteto Menų fakulteto Architektūros, dizaino ir dailės katedra (pavadinimas suteiktas 2013 m.) yra parengusi ir akreditavusi Parodų ir renginių dizaino studijų programą. Ši studijų programa skirta parengti specialistą, gebantį kurti parodoms ir įvairiems renginiams skirtus dizaino produktus, specialius statinius, viešąsias erdves, rekreacinius interjerus, įrenginius ar jų kompleksus. Studijas baigusiems suteikiamas dizaino bakalauro laipsnis. Priėmimas į šią studijų programą pradėtas nuo 2014 m., tačiau nesurinkus reikiamo studentų skaičiaus, programa šiuo metu nevykdoma.

Šiaulių universitetas

Šiaulių universiteto Menų fakulteto Dizaino katedroje, 2000 m. įkurtoje ir 2012 m. sujungtoje su Taikomosios dailės ir technologijų katedra, vykdoma Aplinkos objektų dizaino programa. Šias studijas baigusiems suteikiamas dizaino bakalauro laipsnis. 2014 m. šią programą studijavo 14 asmenų. Baigusiųjų šią programą dar nėra.

Taip pat Dizaino katedra vykdo pedagogikos krypties studijų programą „Dailė ir dizainas“, kurią baigusiems suteikiamas meno pedagogikos, dailės, dizaino bakalauro laipsnis.

Socialinių mokslų kolegija

Socialinių mokslų kolegija, kuri specializuojasi socialinių mokslų srityje ir vykdo teisės, bankininkystės, finansų, verslo vadybos, programavimo ir kitas susijusių pakraipų studijas, 2013 m. pasirengė ir akreditavo vizualinio (Vizualinės komunikacijos) dizaino studijų programą. Priėmimas į šią studijų programą pradėtas nuo 2014 m., tačiau nesurinkus reikiamo studentų skaičiaus, programa šiuo metu nevykdoma.

Kauno kolegija

Kauno kolegijos J.Vienožinskio Menų fakultete vykdomos šios dizaino krypties studijų programos: Dizainas (pramoninis dizainas), Aprangos dizainas⁵⁵, Įvaizdžio dizainas (nuo 2012 m.)⁵⁶. Iš viso 2012 m. šiose programose studijavo 57, 2013 m. – 51, o 2014 metais - 66 studentai. Daugiausia studentų yra pasirenkę Dizaino (pramoninio dizaino) studijų programą.

Vilniaus kolegija

Vilniaus kolegijos Menų ir kūrybinių technologijų fakulteto, įsteigto 2013 m. sujungus Dizaino ir technologijų bei Menų fakultetus, Aprangos gamybos katedroje vykdoma Aprangos dizaino studijų programa, o Dizaino katedroje – Įvaizdžio ir šukuosenų dizaino studijų programa⁵⁷. 2012 m. dizaino krypties programas studijavo 121 studentai, 2013 m. – 96, o 2014 m. – 114 studentai.

Šv. Ignaco Lojolos kolegija

Šv. Ignaco Lojolos kolegijoje, įkurtoje 2010 m., nuo 2012 metų vykdoma Įvaizdžio dizaino studijų programa. 2013 m. šioje programoje studijavo 40 asmenų.

2.3.5.3. *Kvalifikacijos kėlimas*

Vienas labiausiai paplitusių dizaino specialistų kvalifikacijos kėlimo būdų yra dalyvavimas tarptautinėse konferencijose, verslo parodose, mugėse ir forumuose užsienyje. Kita kvalifikacijos kėlimo alternatyva - dizainerių asociacijų organizuojami renginiai (pvz. 2009 m. Lietuvos dizaino forumo kartu su VŠĮ „Vilnius-Europos kultūros sostinė 2009“ organizuotas renginys „Dizainas visiems“, 2013 m. Lietuvos grafinio dizaino asociacijos organizuota tarptautinė konferencija „Tiriu. Vadinasi matau“), tačiau jų nėra daug.

Nemažą įdirbį organizuojant specializuotus mokymo renginius turi Vilniaus dailės akademija. Ji periodiškai organizuoja kūrybines dirbtuves⁵⁸ su žymiais užsienio dizaino lektorais. Tiek kitų aukštųjų mokyklų, tiek pramonės atstovai yra išreiškę susidomėjimą tokia praktika ir galimybėmis, apjungiant poreikius, organizuoti bendrus seminarus.

2.3.6. TYRIMAI IR ŽINIŲ PERDAVIMAS

Dizaino edukacijos stiprinimas ir plėtra, profesionalaus dizaino sektorius augimas bei dizaino naudojimas kitose srityse (pramonėje, versle, viešajame sektoriuje) reikalauja stiprinti dizaino tyrimus bei žinių perdavimą.

⁵⁵ Aprangos dizaino studijų programa turi unikalią ir vienintelę tokio pobūdžio Lietuvoje specializaciją – Originalių audinių kūrimą drabužiams.

⁵⁶ Programa skirta parengti įvaizdžio dizaino specialistą, gebantį projektuoti ir įgyvendinti visuotinį kliento stilių. Baigusis įvaizdžio dizaino studijas suteikiamas mados bakalauro laipsnis. Šio specialito profesinė karjera gali būti siejama su darbu grožio studijose, televizijoje, rūbais ir apavu prekiaujančiose įstaigose, leidiniuose ir kt. Šaltinis: Kauno kolegijos interneto svetainė (peržiūra: 2014-11-18).

⁵⁷ Įvaizdžio ir šukuosenų dizaino studijų programą baigusis suteikiamas mados bakalauro laipsnis.

⁵⁸ Kūrybinės dirbtuvės - tai teoriniai-praktiniai seminarai, skirti 20 asmenų grupei, paprastai trunkantys 4-5 dienas pagal iš anksto suderintą tematiką, tikslą ir darbotvarkę, vykstantys vadovaujant 1-2 lektoriams.

Dizaino tyrimų srityje reikia išskirti dvi kryptis, kurios yra esminės inovacijų, įmonių konkurencingumo bei visuomenės gerovės augimui. Pirmiausia, tai yra dizaino tyrimai (*research „for design“*), kurie apima tyrimus atskirose dizaino disciplinose, naujus dizaino metodus bei priemones, naujas dizaino kryptis, pvz. paslaugų dizainą, ir pan. Antra svarbi kryptis yra tyrimai (*research „through design“*), kurių tikslas yra surasti naujus dizaino taikymo būdus ir taikyti naujus dizaino metodus kitose srityse, pvz. viešųjų paslaugų teikimui ir jų tobulinimui. Taip pat svarbūs yra ir paties dizaino sektoriaus tyrimai (*research „about design“*), kurių tikslas yra geriau suvokti dizaino vertę ir vaidmenį ekonomikos konkurencingumo didinimui, reikšmę verslui bei visuomenei.⁵⁹

Pagrindiniai rodikliai, apibūdinantys fundamentinių ir taikomųjų mokslinių tyrimų situaciją dizaino sektoriuje, yra dizaino magistrantų skaičius, dizaino tyrėjų, turinčių daktaro laipsnį, skaičius bei aukštojo mokslo institucijų, vykdančių akademinį institucijų – verslo bendradarbiavimo projektus, skaičius bei jų veiklos intensyvumas. Tuo pat metu užsienyje atliktų dizaino sektoriaus tyrimų ataskaitose⁶⁰ konstatuojama, kad dizaino tyrimai, akademinį institucijų – verslo bendradarbiavimo apimtys yra mažiausiai išnagrinėta bei suprasta sritis, nes duomenų apie ją praktiškai nėra.

2.3.6.1. *Fundamentiniai moksliniai dizaino tyrimai*

VDA yra vienintelė aukštojo mokslo institucija, turinti dizaino specialybės magistratūrą bei doktorantūrą. 2013/2014 m. m. akademijos dizaino magistratūros programose studijuoja 90 studentų, nuo 2011 m. veikiančiose doktorantūros studijose mokosi 10 doktorantų (detalesnį žr. galimybių studijos 2.3.5. skyrių). Pagal dizaino srities doktorantų skaičių Lietuva praktiškai neatsilieka nuo tokios pirmaujančios dizaino srityje šalies kaip Suomija (ten doktorantūroje 2012 m. mokėsi 12 asmenų⁶¹), nors magistrantų skaičius ten buvo gerokai didesnis (250).

Vilniaus dailės akademijos doktorantų moksliniai darbai vykdomi tokiose dizaino kryptyse kaip mados dizainas, pakuotės dizainas, grafinis dizainas, baldų ir interjero dizainas⁶².

2.3.6.2. *Dizaino MTEP bei mokslo ir verslo bendradarbiavimas*

Taikomuosius mokslinius dizaino tyrimus vykdo ir eksperimentinės plėtros projektus, bendradarbiaudamos su verslo įmonėmis, sistemingai, per tam tikslui įsteigtas institucijas įgyvendina dvi aukštojo mokslo įstaigas:

- Vilniaus dailės akademija;

⁵⁹ Design for Growth&Prosperity. Report and Recommendations of the European Design Leadership Board, European Design Innovation Initiative, 2012.

⁶⁰ Design Policy Monitor 2012. Reviewing Innovation and Design Policies across Europe, A Whicher, G Cawood and A Walters, September, 2013.

⁶¹ Design Policy Monitor 2012. Reviewing Innovation and Design Policies across Europe, A Whicher, G Cawood and A Walters, September, 2013.

⁶² <http://www.vda.lt/index.php/pageid/1662>

- Kauno technologijos universitetas.

VDA ir KTU dizaino MTEP projektus įgyvendina per šiam tikslui įkurtas institucijas. 2008 m. VDA įsteigė Dizaino inovacijų centrą, kurio tikslai (greta kitų) yra skatinti bendradarbiavimą tarp Vilniaus dailės akademijos ir verslo bei mokslo struktūrų, o taip pat dizaino inovacijų plėtrą. 2014 m. įsteigto KTU Dizaino centro misija taip pat apima mokslo/meno ir verslo bendradarbiavimo stiprinimą (detalesnė žr. galimybių studijos 2.3.3. skyrių). Kitose aukštosiose mokyklose bendradarbiavimą su verslu vykdo dėstytojai per Inovacinių čekių programą arba tiesiogiai dirbdami su įmonėmis.

Pagrindinis (nors ne vienintelis) bendrų mokslo ir verslo bendradarbiavimo dizaino srityje projektų finansavimo šaltinis iki šiol yra inovaciniais čekiais paremtos finansavimo priemonės.

2010-2014 m. buvo įgyvendinamos inovaciniais čekiais paremtos finansavimo priemonės - trys Inovacinių čekių (2010 m., 2011 m. bei 2012 m.), bei trys VP2-1.3-ŪM-05-K priemonės Inočekiai LT (2012 m., 2013 m. ir 2014 m.) kvietimai. Pirmieji kvietimai buvo finansuojami nacionalinėmis lėšomis ir nuo 2012 m. pabaigos ES fondų lėšomis, tačiau esminių skirtumų tarp šių kvietimų nebuvo.

Pagrindinis šiuo metu veikiantis finansavimo mechanizmas dizaino veiklos bei akademinė institucijų – verslo bendradarbiavimo rėmimo srityje yra ES struktūrinių fondų Ekonomikos augimo veiksmų programos priemonė **Inočekiai LT**.

Ši priemonė buvo patvirtinta LR Vyriausybės 2011 m. birželio 8 d. nutarimu Nr. 662. Bendra priemonei 2012-2014 m. skirta finansavimo suma yra 12 mln Lt. Priemonės tikslas yra didinti šalies ūkio konkurencingumą, verslo produktyvumą ir aukštos pridėtinės vertės verslo lyginamąją dalį, skatinti smulkiojo ir vidutinio verslo (SVV) subjektus vykdyti inovacinę veiklą, skatinti mokslo ir verslo bendradarbiavimą.

Priemonė Inočekiai LT skirta inovacinę veiklą pradedantiesiems ar vykdančioms smulkiojo ir vidutinio verslo (SVV) subjektams, pagal kurią jie gali gauti nustatyto dydžio (nuo 10 iki 20 tūkst. Lt) tikslinę finansinę paramą paslaugoms iš mokslo ir studijų institucijų įsigyti. Šios priemonės pagrindinis bruožas – greitai gaunama parama moksliniams tyrimams ir technologiniai plėtrai, supaprastinant paramos gavimo procedūras.

Pagal šią priemonę teikiamos paslaugos⁶³ dizaino srityje yra naujų produktų, paslaugos, proceso kūrimas ir testavimas tokiose srityse kaip vizualinių komunikacijų ir grafinis dizainas, produkto dizainas, baldų, tarp jų ir išmaniųjų baldų, dizainas, kostiumo dizainas, interjero dizainas ir tekstilės dizainas. Kitos teikiamų paslaugų sritys yra įvairių medžiagų techninių galimybių praplėtimo tyrimai bei naujų medžiagų apdirbimo technologijų tyrimai ir metodikų parengimas.

Dizaino srityje dizaino paslaugas daugiausia teikia VDA (DIC), KTU Dizaino centras bei Vilniaus technologijų ir dizaino kolegija. 2010-2014 m. VDA Dizaino inovacijų centras įgyvendino (ir dabar įgyvendina) 11 projektų, KTU Dizaino centras, įkurtas 2014 m.

⁶³ http://www3.lrs.lt/pls/inter3/dokpaieska.showdoc_l?p_id=470437&p_tr2=2

pradžioje, šiuo metu pagal priemonę Inočekiai LT įgyvendina 12 projektų. MITA duomenimis⁶⁴ 2012 ir 2013 m. VDA teikiamos paslaugos „konceptijos naujiems produktams, paslaugoms, procesams formulavimas“ buvo tarp 4 populiariausių paslaugų.

Inovaciniais čekiais paremtos finansavimo priemonės yra vertinamos kaip sėkmingai dizaino sektoriuje veikiantis instrumentas, nes verslas gauna nors ir nedidelį finansavimą, pratiškai pamato dizaino ir bendradarbiavimo su mokslo institucijomis naudą, geriau supranta dizaino (ne tik kaip stiliaus) esmę. Kai įgyvendinami konkretūs projektai, atsiranda pavyzdžiai, kurie padeda verslo įmonėms geriau suvokti dizaino sukuriama pridėtinę vertę bei naujas konkurencijos galimybes tarptautinėje rinkoje.

Kartu reikia pažymėti, kad nemažai MTEP projektų dizaino srityje yra finansuojami tiesiogiai verslo subjektų, nesinaudojant paramos priemonėmis. Pavyzdžiui, 2014 m. DIC kartu su verslo įmonėmis įgyvendina 2 projektus pagal priemonę Inočekiai LT bei 2 projektus, kuriuos finansuoja verslo įmonės.

2.3.6.3. Dizaino tyrimai privačiame sektoriuje

Įvertinti dizaino tyrimų apimtis, vykdomas privačiame (o taip pat viešajame) sektoriuje, nėra galimybių, nes oficialių duomenų šiuo pūviu nėra. Įmonės dažniausiai vertina naujų produktų kūrimo kaštus, o dizainas yra traktuojamas kaip sudėtinė šio proceso dalis, todėl tik retais atvejais yra išskiriamos išlaidos dizainui. Antra vertus, dizainas, dizaino tyrimai yra naudojami pačiuose įvairiausiuose pramonės, verslo sektoriuose ir šių tyrimų apimtys (laikas, kaštai) naujų produktų kūrimo procese, kaip ir patys naujų produktų kūrimo kaštai, gali labai smarkiai skirtis (žr. 13 paveikslą).

13 paveikslas. Naujų produktų kūrimo procesas atskiruose pramonės sektoriuose

Kompanija	Stanley	Hewlett-Packard	Chrysler	Boeing
Produktas	Jobmaster Power atsuktuvus	DeskJet 500 spausdintuvus	Concorde automobilis	777 laineris
Produkto kūrimo laikas (metai)	1	1,5	3,5	4,5
Komanda (žmonių sk.)	3	100	850	6800
Kaštai (JAV doleriais)	150 000	50 mln.	1 mlrd.	3 mlrd.
Pardavimo kaina (JAV doleriais)	30	365	19 000	130 mln.
Metinės gamybos apimtys (vnt.)	100 000	1,5 mln.	250 000	50
Produkto gyvavimo ciklas (metais)	4	3	6	30
Produkto kūrimo išlaidų dalis visuose pardavimuose	1.2 %	3%	3.5 %	1.5 %

Šaltinis: Mike Baxter. "Product Design. Practical methods for the systematic development of new products", Chapman & Hall, 1995.

Įvairių verslo sektorių įmonių atstovų apklausa, atlikta rengiant šią studiją, parodė, kad įmonės, norinčios konkuruoti ne tik Lietuvoje, bet ir globalioje rinkoje investuoja į naujų produktų kūrimą, o taip pat ir dizainą. Verslo atstovų teigimu, **norint konkuruoti**

⁶⁴ Mantas Biekša. 2010 m., 2011 m., 2012 m. inovacinių čekių ir 2012 m., 2013 m. inočekių analizė, 2013. http://www.mita.lt/uploads/documents/inovaciniai_cekiai/2010_2011_2012_2012es_2013_metu_inocekiau_nalize_1.pdf

tarptautinėje rinkoje, dizainas yra būtinas komponentas. Dizaineriai produktų kūrimo procese dažniausiai dalyvauja visu produkto kūrimo laikotarpiu, nepriklausomai nuo to, ar tai yra vidinis (įmonėje dirbantis) dizaineris ar samdomas iš šalies/kontrakto pagrindu dirbantis dizaineris. Įmonių atstovai akcentavo, kad produkto dizaino kūrimas yra ganėtinai ilgas ir sudėtingas procesas, reikalaujantis ne vieno bandymo. Procesas, priklausomai nuo produkto tipo, gali trukti iki 2 metų. Apklausoje dalyvavusių verslo atstovų vertinimais, išlaidos vieno gaminio dizainui įmonėse svyruoja nuo 10 – 15 tūkst. Lt. (etiketės dizainas) iki 33 tūkst. Lt. (produkto dizainas). Kitais atvejais taikomas mokestis (3-5%) nuo apyvartos.

Apibendrinant galima teigti, kad Lietuvoje dizaino tyrimų potencialas neišnaudojamas, vertinant jų galimybes prisidėti prie organizacinių ir socialinių inovacijų kūrimo bei visuomenės gerovės kūrimo, o taip pat ir verslo sektoriuje. Ypač tai akivaizdu atsižvelgiant į platesnį, Europos kontekstą.

Europos pramoninio dizaino srities tarybos rekomendacijose, kurių tikslas yra sukurti bendrą viziją, prioritetus ir veiksmus, siekiant, kad dizainas taptų sudėtine Europos inovacijų politikos dalimi, numatomas nuolatinis dizaino tyrimų vykdymas Europos tyrimų sistemoje. Pagrindinės rekomendacijos įgyvendinimo kryptys:

- Įtraukti dizainą ir dizaino tyrimus į ES tyrimų, plėtros ir inovacijų programą Horizontas 2020. Ši programa yra strategijos „Europa 2020“ pavyzdinės iniciatyvos „Inovacijų sąjunga“, skirtos Europos pasauliniam konkurencingumui didinti, vienas iš pagrindinių ramsčių. Programoje bus finansuojamos visos inovacijų grandies dalys – nuo idėjos iki rinkos, vadovaujantis 3 pagrindiniais vertinimo kriterijais: aukštos kokybės moksliniais tyrimais, konkurencinga pramone ir nauda visuomenei.
- Įjungti dizaino tyrėjus į tarpsektorinius, tarpdisciplininius tyrimus / tyrimų programas, kurios susijusios su naujais iššūkiais, tokiais kaip klimato kaita, maisto saugumas, sveikatos apsauga ir visuomenės gerovės kūrimas.

2.3.7. DIZAINO FINANSAVIMAS

Dizaino finansavimas apima kelias dizaino sektoriaus finansavimo kryptis:

- Mokymo įstaigų finansavimas;
- Dizaino agentų infrastruktūros kūrimo ir plėtros finansavimas (VDA DIC / KTU DC įkūrimas ir plėtra);
- Dizaino propagavimo veiklos finansavimas;
- Dizaino verslo ir MTEP finansavimas.

Pirmų 3 krypčių finansavimo sistema ir apimtys yra aptartos ankstesniuose skyriuose, o įvertinti dizaino tyrimams, veiklai ir verslui skirtas lėšų apimtis šiuo metu nėra įmanoma, nes

nėra atliekami detalūs dizaino sektoriaus tyrimai (*research „about design“⁶⁵*), siekiant išsiaiškinti dizaino vaidmenį ekonomikoje ir įtaką verslo konkurencingumui. Todėl šiame skyriuje aptariamos dizaino finansavimo galimybės 2014-2020 m., remiantis ES struktūrinių fondų investicijų veiksmų programos ir sumanios specializacijos prioritetinėmis kryptimis.

Dizaino rėmimas yra viena iš prioritetinių inovacijų skatinimo priemonių nacionaliniame lygmenyje. Dizaino veiklos finansavimas turėtų apimti tokias sritis kaip verslo investicijų į dizainą subsidijavimas, akademinė institucijų – verslo bendradarbiavimo dizaino srityje rėmimas, dizaino (tiek dizaino disciplinų ir metodų, tiek ir dizaino sektoriaus) tyrimų finansavimas. Vienas pagrindinių dizaino finansavimo aspektų yra dizaino veiklos finansavimas per bendras MTEP remti skirtas programas (*mainstream innovation funding programmes*), neišskiriant/ nesikoncentruojant tik į specifiskai dizainui skirtas programas. Kad tai yra tikslinga ir efektyvu, parodė 2007-2013 m. ES struktūrinių fondų priemonės Inočekiai LT naudojimas dizaino MTEP finansavimui.

2.3.7.1. *Dizaino verslo ir veiklos finansavimas*

Dizaino verslas, t.y. mažos ir vidutinės dizaino sektoriaus įmonės (MVI), gali būti remiamos pagal ES struktūrinių fondų veiksmų programos 3 prioriteto „Smulkiojo ir vidutinio verslo konkurencingumo skatinimas“ priemones (atsakinga institucija – Ūkio ministerija). Šiomis priemonėmis gali ir turėtų naudotis dizaino sektoriaus įmonės, norinčios padidinti savo produktyvumą bei tarptautiškumą.

2014-2020 m. bus plačiai taikomos **finansinės paramos** MVI priemonės, tokios kaip paskolos, garantijos, rizikos kapitalo fondai, dalinis paimtos paskolos palūkanų kompensavimas ir pan. (priemonės Verslumas LT, Produktyvumas LT).

Siekiant padėti šalies MVI **įsitvirtinti užsienio rinkose**, bus remiamas klasterizacijos procesas, kuomet įmonės susiburia bendrai veiklai, siekdamos padidinti savo konkurencingumą ir pelningumą. Dizaino įmonių įsijungimas į įvairių verslo ir pramonės sektorių klasterius, o gal būt ir dizaino klasterio sukūrimas, gali būti efektyvi priemonė stiprinant dizaino sektoriaus įmonių eksporto apimtį bei galimybes įsijungti į tarptautinius tinklus (priemonė Verslo klasteris LT). Kitos priemonės šioje srityje yra Expo konsultantas LT, Naujos galimybės LT.

2014-2020 m. numatoma nemažai priemonių, kurių pagalba bus remiamos **konsultacijos** įmonėms, ir kurios bus teikiamos visuotinės dotacijos būdu (čekiai) (priemonės Verslo konsultantas L, Expo konsultantas LT, Eco konsultantas LT).

Kitos, aktualios dizaino sektoriui, paramos priemonės yra nauja, tiesiogiai dizaino veiklos plėtrai skirta priemonė Dizainas LT bei priemonės Inkubatoriai LT+ ir Mokymai LT.

Parama gaminių/ produktų ir grafinio dizaino kūrimui numatoma skirti pagal ES SF investicijų veiksmų programos 3 prioriteto „Smulkiojo ir vidutinio verslo konkurencingumo skatinimas“ investicinio prioriteto 3.3. „Mažų ir vidutinių įmonių gebėjimų dalyvauti

⁶⁵ Design for Growth&Prosperity. Report and Recommendations of the European Design Leadership Board, European Design Innovation Initiative, 2012.

ekonomikos augimo ir inovacijų procesuose rėmimas“ uždavinį 3.3.1. „Padidinti MVĮ produktyvumą“ (priemonė **Dizainas LT**).

Ši priemonė yra skirta įvairių ekonomikos sektorių verslo mažoms ir vidutinėms įmonėms, kuriančioms naujus produktus, norinčioms su jais įeiti į naujas rinkas ir padidinti savo konkurencingumą.

Priemonės Dizainas LT tikslas yra skatinti įmones investuoti į gaminių ir paslaugų dizaino kūrimą bei tobulinimą ir pritaikyti originalius sprendimus, siekiant išlaikyti įmonės konkurencinį pranašumą rinkoje, kuris pamatuojamas įmonės produktyvumo ir pajamų iš parduoto produkto augimu.

Priemonės Dizainas LT biudžetas - 20 mln. Lt. Numatomas paramos dydis - nesudėtingiems gaminiams/produktams – iki 10 000 Lt., vidutinio sudėtingumo gaminiams/produktams – iki 20 000 Lt., o sudėtingiems gaminiams/produktams – iki 35 000 Lt. paramos intensyvumas – nuo 50% iki 85% priklausomai nuo gaminio/produkto sudėtingumo.

Parama verslo, menų inkubatorių bei kūrybinių rezidencijų kūrimui numatoma skirti pagal ES SF investicijų veiksmų programos 3 prioriteto „Smulkiojo ir vidutinio verslo konkurencingumo skatinimas“ investicinio prioriteto 3.1 „Verslumo, ypač sudarant palankesnes sąlygas pritaikyti naujas idėjas ekonominei veiklai, ir naujų įmonių, įskaitant verslo inkubatorius, steigimo skatinimas“, 3.1.1 uždavinį „Padidinti verslumo lygį“ (priemonė **Inkubatoriai LT+**).

Priemonės Inkubatoriai LT+ tikslas – sutelkti verslą norinčius plėtoti asmenis vienoje erdvėje (inkubatoriuje) ir taip sudaryti sąlygas pradėti nuosavą verslą ir jį plėtoti. Atsižvelgiama į tai, kad tam tikroms SVV subjektų grupėms reikia ne vienkartinę paslaugų, bet nuolatinės kompleksinės globos pirmuosius penkerius veiklos metus (pvz., kūrybinių industrijų, tarp jų ir dizaino sektoriaus, atstovai turi labai didelį aukštos ir unikalios pridėtinės vertės kūrimo potencialą, tačiau labai silpnus verslumo, vadybinius ir pan. įgūdžius).

Priemonės biudžetas - 50 mln. Lt., paramos dydis vienam projektui – iki 7 mln. Lt. Finansuojamos investicijos į inkubatorių pastatų statybą, rekonstravimą ir įrengimą, siekiant sudaryti sąlygas teikti kokybiškas inkubavimo paslaugas naujai įsisteigusiems ir ne ilgiau kaip penkerius metus veikiantiems SVV subjektams.

Dizaino sektoriaus įmonėms svarbi yra ir ES struktūrinių fondų investicijų veiksmų programos 9 prioriteto „Visuomenės švietimas ir žmogiškųjų išteklių potencialo didinimas“ 9.4.3 uždavinio „Padidinti dirbančių žmogiškųjų išteklių konkurencingumą“ priemonė **Mokymai LT** (atsakinga institucija – Ūkio ministerija).

Dizaino sektoriaus MVĮ, susijungusios į asociacijas ar įsijungusios į klasterius, turi galimybę pasinaudoti parama, skirta darbuotojų kvalifikacijos kėlimui. Žmogiškųjų išteklių konkurencingumo didinimo priemonės tikslas yra užtikrinti nuolatinį darbuotojų kvalifikacijos lygio palaikymą, jų profesinį mobilumą ir gebėjimą sparčiai persiorientuoti į kito ūkio sektoriaus veiklas, sudarant galimybę įmonių darbuotojams gauti aukščiausios kokybės specializuotus mokymus. Ši priemonė yra svarbi dizaino įmonėms, atsižvelgiant į tai, kad

bendradarbiavimas su kitų ūkio sektorių įmonėmis bei viešojo sektoriaus institucijomis yra būtinas naujų, aukštos pridėtinės vertės produktų kūrimui bei viso dizaino sektoriaus plėtrai.

2.3.7.2. *Dizaino MTEP finansavimas*

Dizaino, kaip MTEP veiklos, svarbos supratimas atsispindi įvairiuose ES lygiu priimtuose dokumentuose ir tyrimuose, tačiau Lietuvoje vis dar trūksta supratimo, kad dizainas nėra vien tik „gaminio ar jo dalies vaizdas“. Dizainas turi būti traktuojamas kaip strateginė priemonė inovacijoms kurti, dizainas taip pat vaidina svarbų vaidmenį įgyvendinant sumanios specializacijos prioritetines kryptis.

Dizainas kaip MTEP veikla

Lietuvos inovacijų plėtros 2014–2020 metų programoje taikoma plati inovacijų koncepcija, aprėpianti moksliniais tyrimais grindžiamas inovacijas ir inovacijas, susijusias su kūrybiškais sprendimais, verslo modeliais, pramoniniu dizainu, prekių ženklais ir didelės pridėtinės vertės kūrimo paslaugomis, taip siekiant į inovacijų ciklą įtraukti visus suinteresuotus dalyvius.

Nors inovacijų plėtros programoje akcentuojamas pramoninis dizainas, tačiau inovacijos, susijusios su kūrybiškais sprendimais, apima visas dizaino sritis (žr. dizaino apibrėžimus galimybių studijos 2.1. skyriuje).

Rekomenduojamų mokslinių tyrimų ir eksperimentinės plėtros etapų klasifikacijos apraše⁶⁶ išskiriami ir apibūdinami mokslinių tyrimų ir eksperimentinės plėtros etapai nuo žinių igijimo iki produkto sukūrimo. Žemiau pateikiamas aprašymas, kaip produkto dizaino MTEP projektas atitinka šiuos etapus (detaliau žr. 3 priedą).

Fundamentiniai moksliniai tyrimai

1. Fundamentinių žinių igijimas, t.y. fundamentinių žinių, apie kultūrinius / socialinius visuomenės bei vartotojų elgsenos pokyčių tendencijas ir dėsningumus, naujas technologijas ir medžiagas, igijimas.

Taikomieji moksliniai tyrimai

2. Žinių taikymo koncepcijos formulavimas, t.y. produkto naujo dizaino koncepcijos formuluojamos teoriniu lygmeniu, grindžiant anksčiau atliktų naujausių tyrimų rezultatais socialinių mokslų ir medžiagotyros srityje, modeliuojant koncepcijų alternatyvas šiose dimensijose: forma, funkcija, struktūra, medžiagos, kompozicija ir kt.
3. Koncepcijos įgyvendinamumo įrodymas/patvirtinimas, t.y. teoriniais ir eksperimentiniais taikomaisiais moksliniais tyrimais ir jų rezultatais patvirtinamas koncepcijų įgyvendinamumas, vertinant pagal šias dedamasias:

⁶⁶ Patvirtintas Lietuvos Respublikos Vyriausybės 2012 m. birželio 6 d. nutarimu Nr. 650 „Dėl rekomenduojamos mokslinių tyrimų ir eksperimentinės plėtros etapų klasifikacijos aprašo patvirtinimo“ (Žin. 2012, Nr. 66-3344).

- medžiagų savybės (medžiagų savybių tyrimas);
- medžiagų apdirbimo technologijos (technologijų tyrimas medžiagų formos, struktūros ir galimų kompozicijų formavimo kontekste);
- vizualinis adekvatumas (vartotojų elgsenos modeliavimas: fokus grupės, interviu).

Patvirtinamos/paneigiamos prielaidos dėl atskirų produkto dizaino aspektų ir elementų.

4. Maketo (modelio), meno objekto projekto kūrimas ir testavimas, t.y. produkto dizaino (modelio) – produkto sąlyginio (alfa) prototipo – kūrimas/gaminimas. Vykdomas produkto sąlyginio (alfa) prototipo vizualinio adekvatumo ir technologinio įgyvendinamumo testavimas (ekspertinis vertinimas). Rengiamos rekomendacijos dėl tobulinimo (tolimesnė produkto prototipo versija).
5. Maketo (modelio) patikrinimas imituojant realias sąlygas, meno objekto projekto pristatymas visuomenei, t.y. produkto dizainas (modelis) – produkto sąlyginis (alfa) prototipo – patikrinimas imituojant realias sąlygas: formuojamos fokus ir technologų ekspertų grupės, atliekamas vizualinio adekvatumo ir technologinio įgyvendinamumo vertinimas. Pagal galimybes ir poreikį atliekamas modelio techninis testavimas (priklausomai nuo modelio ir produkto) bei pristatymas visuomenei (pvz. parodose).

Eksperimentinė plėtra

6. Prototipo (bandomosios versijos) kūrimas, t.y. sukuriamas/pagaminamas produkto naujo dizaino (beta versija) prototipas. Jam suteikiama reikiama konfigūracija, turinys, išvaizda ar kitos savybės. Atliekamas prototipo techninis testavimas laboratorinėse sąlygose (esant poreikiui atliekamos korekcijos).
7. Prototipo (bandomosios versijos) demonstravimas, t.y. galutinis produkto naujo dizaino (beta versija) prototipas demonstruojamas tam tikroje socialinėje aplinkoje (pvz. parodose ir/ar viešojoje erdvėje).
8. Bandomosios partijos gamyba (versijos galutinis išbandymas), t.y. pagaminama naujo dizaino produktų bandomoji partija (vienetų skaičius priklauso nuo produkto pobūdžio). Pasinaudojama subjektų, teikiančių mažatiražės gamybos paslaugas, paslaugomis. Įvertinami tiražavimo technologiniai aspektai, bei jų įtaka produkto savybėms.
9. Sukurto naujo produkto įvertinimas (bandomieji sukurto naujo produkto pavyzdžiai, įvertinti vartotojo ir (arba) užsakovo), t.y. naujo dizaino produktai pristatomi potencialiems vartotojams/ klientams. Produktai demonstruojami:
 - erdvėse, maksimaliai artimose jų kasdienei lokacijai (praktinio panaudojimo erdvės/vietos);

- parodose.

Naujo dizaino produkto adekvatumas vartotojų elgsenos pokyčių realijoms vertinamas taikant stebėjimo ir apklausos metodus.

Nors čia pateikiamas produkto dizaino MTEP projekto aprašymas, tačiau analogiški etapai/ veiklos išskiriamos ir vizualiosios komunikacijos dizaino, kuris apima pakuotės dizainą, knygų dizainą, interaktyvų dizainą, šrifto dizainą ir kitas dizaino sritis, MTEP veikloje. Vizualiosios komunikacijos dizaino MTEP veiklos rezultatas taip pat yra prototipas/ prototipai. Žemiau pateikimas konkretaus pakuotės dizaino tyrimo aprašymas (žr. 14 paveikslą).

14 paveikslas. Konditerijos gaminių pakuotės dizaino tyrimas

Pakuotės iš perdirbtos makulatūros konditeriniams gaminiams dizaino tyrimo uždaviniai: 1) ištirti žaliavos technologinio proceso reikalavimus, įtakas ir sąlygas gaminio formai; 2) ištirti skirtingų reljefų atsiradimo galimybes formuojant pakuotės ruošinius gamybinio proceso metu; 3) ištirti grafinio ženklinimo galimybes ant pakuotės ruošinio gamybinio proceso metu; 4) sukurti išskirtinio dizaino konditerijos produktų pakuotes pozicionuojant gaminius į ekologinių produktų segmentą; 5) apibrėžti galimus pakuotės eksploatacijos apribojimus atsižvelgiant į pirmines gautos žaliavos savybes.

Tyrimo tapai: 1) atsižvelgiant į gamybos proceso specifiką, susipažįstama su makulatūros masės perdirbimo technologiniais reikalavimais formuojant numatytus naujų pakuočių gaminius; 2) lyginamosios analizės būdu tiriamos keletu skirtingų reljefų, storio, tankio pavyzdžių savybės; 3) grafinio ženklinimo būdų bei galimybių tyrimas, atsižvelgiant į gamybos specifiką ir rinkoje esančius pavyzdžius; 4) išskirtinio dizaino konditerijos produktų pakuočių pasiūlymai, pakuočių iš perdirbtos makulatūros dizaino projektai (prototipai); 5) prototipų savybių tyrinėjimai, atsižvelgiant į galimai agresyvias aplinkas.

Pateikiama: technologinio proceso aprašymas; vaizdinė medžiaga: ekspoziciniai grafiniai planšetai; pakuotės projektai (brėžiniai ir eskizai) atskiriems konditerijos gaminiams (prototipai).

Dizainas ir Sumani specializacija

Siekiant nustatyti, kurioms mokslinių tyrimų ir inovacijų sritims naujame Europos Sąjungos finansinio programavimo etape (2014-2020) turėtų būti skiriamas didžiausias dėmesys ir finansavimas, Lietuva (kaip ir kitos ES šalys) parengė Sumanios specializacijos strategiją⁶⁷, kurioje yra numatyti šalies mokslinių tyrimų ir eksperimentinės plėtros (MTEP) bei inovacijų raidos kryptys ir prioritetai.

Nustačius Lietuvos Sumanios specializacijos kryptis, bus siekiama paspartinti mokslui imlių ūkio sektorių plėtrą, skatinti technologinių ir netechnologinių inovacijų vystymąsi, sustiprinti ilgalaikius Lietuvos ūkio konkurencingumo pagrindus bei prisidėti prie pagrindinių Europos Sąjungos MTEP ir inovacijų politikos kryptių įgyvendinimo.

⁶⁷ Prioritetinių mokslinių tyrimų ir eksperimentinės (socialinės, kultūrinės) plėtros ir inovacijų raidos (sumanios specializacijos) kryptių ir jų prioritetų įgyvendinimo programa, patvirtinta Lietuvos Respublikos Vyriausybės 2014 m. balandžio 30 d. nutarimu Nr. 411 „Dėl Prioritetinių mokslinių tyrimų ir eksperimentinės (socialinės, kultūrinės) plėtros ir inovacijų raidos (sumanios specializacijos) kryptių ir jų prioritetų įgyvendinimo programos patvirtinimo“.

Prioritetinės MTEP ir inovacijų raidos kryptys nustatytos atsižvelgiant į tai, kokią potencialą kitose rinkose turi šioje srityje Lietuvoje jau dirbančios verslo įmonės, ar pakankama svarstomos srities mokslo ir studijų kokybė, kiek pajėgumų vystyti šią sritį yra viešajame sektoriuje ir kiek konkrečios srities vystymas prisidėtų sprendžiant šalies, ES ar pasaulio ekonomines ir socialines problemas.

Pasiūlymuose dėl Lietuvos sumanios specializacijos prioritetinių krypčių⁶⁸ identifiukuoti tokie iššūkiai ir tarptautinės tendencijos kaip verslo globalizacija ir inovacijų reikšmės augimas, ateities inovacinių gebėjimų ir technologijų konkurencijai globaliame pasaulyje poreikis. Tai sąlygoja ir iššūkius nacionaliniam verslui, susijusius su klasterizacija, siekiant užimti naujas augimo nišas ir įsilieti į globalias rinkas, aukštos pridėtinės vertės naujų produktų kūrimu, bei ženklodara (prekių ženklų kūrimas ir valdymas). Visose šiose srityse dizainas (tiek produkto, tiek ir vizualios komunikacijos) vaidina svarbų vaidmenį. **Dizainas, kaip sudėtinė MTEP veiklos dalis, gali būti naudojama visose sumanios specializacijos kryptyse**, kuriant naujus produktus, technologijas ar procesus.

Prioritetinė kryptis „Agroinovacijos ir maisto technologijos“

Vienas iš akivaizdžiausių pavyzdžių yra pakuotės dizaino taikymas, įgyvendinant sumanios specializacijos prioritetinės krypties „Agroinovacijos ir maisto technologijos“ prioritetą „Saugesnis maistas“, mažinant sveikatos rizikos veiksnius maisto gamybos, pakavimo ir tvarkymo srityje.

Šioje srityje gali būti atliekamos MTEP veiklos, skirtos:

- Naujų inovatyvių pakuočių gamybos su natūraliomis antimikrobinėmis ir antioksidaciniu poveikiu pasižyminciomis medžiagomis sprendimų paieškai;
- Naujų inovatyvių maisto pakuočių, saugojimo technologijų išbandymui konkrečių maisto gaminių pakavimui, saugojimui, sprendžiant jų poveikio maisto saugai (mikrobiologiniai rodikliai, oaksidacija, migracija į produktus) ir kokybei problemas;
- Naujų inovatyvių maisto pakuočių prototipų gamybai pilotinėje ir/ar gamybinėje įrangoje, inovatyvių saugojimo technologijų gamybinį išbandymui.

Prioritetinė kryptis „Įtrauki ir besimokanti visuomenė“

Privatus verslas ir nevyriausybinės organizacijos turėtų aktyviai dalyvauti kuriant ir teikiant siūlymus dėl iš esmės naujų ar patobulintų produktų ir paslaugų teikimo tobulinimo. Ypač didelis potencialas sukauptas kūrybinių industrijų ir kituose žinioms bei technologijų pokyčiams imliuose sektoriuose. Tačiau akivaizdu, kad šis potencialas Lietuvoje nėra išnaudojamas.

⁶⁸ Pasiūlymai dėl Lietuvos sumanios specializacijos prioritetinių krypčių. Parengė tarptautinė nepriklausoma ekspertų grupė, 2013.

Prioritetas „Modernios ugdymosi technologijos ir procesai“

Igyvendinant šio prioriteto veiksmų planą siekiama kurti ir diegti šias technologijas, produktus, procesus ir (arba) metodus:

- Naujos arba iš esmės patobulintos mišrios kompetencijos ugdymo technologijos, užtikrinančios savalaikį ir efektyvų verslui arba viešajam sektoriui reikalingų kompetencijų ir įgūdžių ugdymą;
- Naujos arba iš esmės patobulintos formaliojo ugdymo ir neformalaus švietimo didaktikos technologijos užtikrinančios mokymo-mokymosi priemonių interaktyvumą (pvz.: el. mokymosi priemonės, simuliacinės programos, edukaciniai el. žaidimai ir kt.) vizualumą ir patirtinį mokymąsi (pvz.: 3D spauda, virtualios aplinkos ir kt.) bei kuriančios pridėtinę vertę besimokančiajam.

Naujų ugdymo metodų kūrimas ir diegimas formaliojo ugdymo ir neformalaus švietimo srityse yra labai aktualus dizaino sektoriui. Ypatingai aktualu kurti ir taikyti modelius bei metodus, skatinančius kūrybiškumą ir verslumą (entrepenerystę), taip pat svarbus naujų komandinių, tarpdisciplininių, susietų su praktika, įtraukiančių verslo atstovus ir kitas suinteresuotas šalis ugdymo modelių kūrimas ir taikymas.

Prioritetas „Proveržio inovacijų kūrimo ir diegimo technologijos ir procesai“

Igyvendinant šio prioriteto veiksmų planą siekiama kurti ir diegti šias technologijas, produktus, procesus ir (arba) metodus:

- Dizaino ir audiovizualinių medijų technologijas, kurios kuria pridėtinę vertę kitiems verslams (angl. B2B) ir/arba galutiniam vartotojui, didina produkto ir paslaugos konkurencingumą Lietuvos ir eksporto rinkose;
- Socialines technologijas, kurios informacinių ir komunikacinių bei kitų technologijų pagalba kuria socialinės sąveikos, proceso ir organizacines inovacijas bei skatina novatoriškų ir socialinių įmonių kūrimąsi bei augimą.

Viena iš mažiausiai išplėtotų Lietuvoje dizaino panaudojimo krypčių, o kartu ir neišnaudotų galimybių, yra dizaino panaudojimas organizacinių, socialinių inovacijų kūrimui bei socialinės entrepenerystės plėtrai. Socialinės entrepenerystės tikslas yra kurti inovacijas, kurios sprendžia pagrindines visuomenės problemas, tokias kaip socialinė ir technologinė atskirtis, lyčių pusiausvyra versle, technologijose ir valdyme, skurdas, geresnė slauga ir gyvenimo kokybė, prieinamas švietimas ir kitos problemos. Užsienio šalyse dizainas yra labai plačiai šioje srityje naudojama priemonė (projekto pavyzdys pateiktas 15 paveiksle).

15 paveikslas. Projektas „Atrastieji“ (*Discoverables*)

2012 m. Jungtinės Karalystės Dizaino taryba vykdė inovacijų konkursą Dizaino Iššūkiai (*Design Challenges*), kurio tikslas buvo sukurti praktinius socialinių problemų sprendimo būdus. Vienas iš paremtų projektų buvo „Atrastieji“ (*Discoverables*).

Kadangi nemaža dalis 16-24 metų jaunuolių nesimoko ar nedirba, egzistuoja poreikis padėti jiems kuo geriau išnaudoti savo galimybes ir įsitvirtinti darbo rinkoje. Jauni žmonės atsiduria konkurencingoje darbo rinkoje, tačiau neturi jokios ar turi mažai patirties. Nors tokie įgūdžiai kaip kalbų mokėjimas, komunikacijos įgūdžiai ir pan. yra labai svarbūs sėkmei darbe, jų dažnai nemoko mokyklose.

Projektas apjungė dizainerius, IT vystytojus bei socialiai orientuotus verslininkus tam, kad sukurti IT paremtą platformą, kuri padėtų jauniems žmonėms atrasti savo talentus ir susikurti tinkamą pragyvenimo lygį.

Projekto rezultatas – internetinė svetainė *Discoverables*, kuri padeda jauniems žmonėms surasti ir vystyti savo talentus / įgūdžius ir pristatyti juos potencialiems darbdaviams.

Svetainė veikia kaip žaidimas, kurio rezultate vartotojas gauna balus (*“discoverability points”*) ir vysto savo stipriąsias puses bei atitinkamus įgūdžius priimdamas iššūkius ir vykdydamas tam tikras užduotis. Vartotojas gali sukurti rezultatų puslapį, kurį gali nusiųsti el. paštu potencialiam darbdaviui ar dalyvauti interviu. Potencialūs darbdaviai taip pat gali atrasti talentingus ir jiems reikalingus žmones *iDiscoverables* duomenų bazėje.

Projektas „Atrastieji“ sudaro žmonėms, kurie galbūt neturi pakankamų tradicinių kvalifikacijų ar patirties, didesnes galimybes įsidarbinti, o darbdavius skatina dažniau įdarbinti žmonės remiantis jų talentu ar įgūdžiais, o ne tik išsilavinimu ar patirtimi.

Šaltinis: <http://www.designcouncil.org.uk/knowledge-resources/case-study/discoverables>

Dizaino MTEP finansavimo priemonės

MTEP veikla finansuojama Lietuvos Respublikos valstybės biudžeto ir savivaldybių biudžetų, mokslo ir studijų institucijų, kitų viešųjų ir privačių juridinių asmenų, ES fondų, kitos tarptautinės finansinės paramos, tarptautinių MTEP ir inovacijų programų ir kitomis lėšomis.

Pagrindinis lėšų šaltinis – ES struktūrinių fondų 2014–2020 m. laikotarpio veiksmų programos lėšos, skirtos MTEP ir inovacijoms:

- 1 prioriteto „Mokslinių tyrimų, eksperimentinės plėtros ir inovacijų skatinimas“ priemonių lėšos.

Pagrindinės įmonių investicijų į MTEP skatinimo priemonės yra Inovaciniai čekiai, Inopatentas, Inosertifikavimas, Intelektas LT, taip pat klasterizacijos ir tinklaveikos priemonės InoKlaster LT, InoKlaster LT+. Šių priemonių įgyvendinimą koordinuoja LR Ūkio ministerija.

Kalbant apie dizaino MTEP veiklos finansavimą, t.y. dizaino MTEP veiklos įjungimą į kitas MTEP veiklas naujų produktų kūrimo procese arba paramą dizaino sektoriaus įmonėms MTEP srityje, reikia atkreipti dėmesį į priemones, kurios gali būti efektyviausiai panaudotos dizaino MTEP veiklos finansavimui:

- 1.2.1. uždavinio „Padidinti mokslinių tyrimų, eksperimentinės plėtros ir inovacijų veiklų aktyvumą privačiame sektoriuje“ priemonės Intelektas LT ir Inovaciniai čekiai.

- 1.2.2. uždavinio „Padidinti įmonių inovatyvumą, plėtojant inovacijoms kurti ir diegti palankią aplinką“ priemonė Inogeb LT.

Priemonės **Intelektas LT** tikslas – skatinti šalies įmones investuoti į inovaciniams gaminiams, paslaugoms ar procesams kurti reikalingus taikomuosius mokslinius tyrimus ir (ar) eksperimentinę plėtrą, skatinti įmonių plėtrą ir naujų inovacinių įmonių steigimąsi investuojant į MTEP Infrastruktūros kūrimą ir plėtrą, padedant įmonėms kurti naujas tyrėjų, technikų (laborantų) ir panašaus aukštos kvalifikacijos personalo darbo vietas.

Finansuojami privačių juridinių asmenų ir viešųjų įstaigų, vykdančių MTEP veiklas, taikomieji moksliniai tyrimai bei eksperimentinės (technologinės) plėtros veiklos, t.y. produkto prototipo sukūrimas, demonstravimas, bandomojo projekto kūrimas, bandymas ir tvirtinimas realias naudojimo sąlygas atitinkančioje aplinkoje.

Priemonės **Inovaciniai čekiai** tikslas – didinti šalies ūkio konkurencingumą, aukštos pridėtinės vertės verslo lyginamąją dalį, skatinti SVV subjektus vykdyti inovacinę veiklą, skatinti mokslo ir verslo bendradarbiavimą.

Pagal priemonę Inovaciniai čekiai finansuojamos šios privačių juridinių asmenų vykdomos veiklos - techninių galimybių studijų parengimas; produkto prototipo sukūrimas, demonstravimas, bandomojo projekto kūrimas, bandymas ir tvirtinimas realias naudojimo sąlygas atitinkančioje aplinkoje; ekspertinio - konsultacinio/patariamojo pobūdžio paslaugų, reikalingų MTEP vykdyti, išsigijimas bei teisių (įskaitant licencijas ar leidimus) naudoti tarptautinius intelektinės nuosavybės objektus (patentus, dizainą, žinias (know - how), reikalingus naujo produkto kūrimui, išsigijimas/gavimas.

Priemonės **Inogeb LT** tikslas – teikiant inovacijų konsultacines paslaugas MVI, didinti įmonių inovatyvumą, kartu siekiant sukurti efektyviai veikiančią žinių sklaidos terpę, kuri skatintų šalies įmones aktyviau plėtoti MTEPI veiklas. Finansuojama viešųjų juridinių asmenų (mokslo ir technologijų parkų, inovacijų centrų, technologinių inkubatorių) inovacijų konsultacinių paslaugų MVI teikimo veikla. Inovacinės konsultacinės paslaugos – tai konsultavimas žinių perdavimo, nematerialiojo turto nuosavybės teisių išsigijimo, apsaugos bei naudojimo, licencijų sutarčių ir standartų naudojimo klausimais.

MTEPI infrastuktūros ir tyrimų plėtrai skirtos priemonės yra a) MTEPI infrastruktūros plėtra ir integracija į Europinės infrastruktūras; b) bendri mokslo-verslo projektai; c) tiksliniai moksliniai tyrimai sumanios specializacijos srityse; d) kompetencijos centrų ir technologijų predavimo centrų veiklos skatinimas; e) MTEP rezultatų komercinimo ir tarptautiškumo skatinimas; ir e) kompetencijos centrų plėtra. Šių priemonių įgyvendinimą koordinuoja LR Švietimo ir mokslo ministerija.

- 9 prioriteto „Visuomenės švietimas ir žmogiškųjų išteklių potencialo didinimas“ priemonių lėšos.

MTEP finansavimui skirtas uždavinys „9.3.3. Sustiprinti viešojo sektoriaus tyrėjų gebėjimus bei pajėgumus vykdyti aukšto lygio MTEP veiklas“. Planuojamos priemonės yra: a) parama mokslininkų, kitų tyrėjų, studentų mokslinei veiklai; b) mokslininkų ir kitų tyrėjų gebėjimų stiprinimas; c) tyrėjų įdarbinimas žinioms imliose įmonėse; ir d) nacionalinės

MTEP sistemos dalyvių tinklaveikos skatinimas. Šių priemonių įgyvendinimą koordinuoja LR Švietimo ir mokslo ministerija.

2.3.8. POLITIKA, VALDYMAS IR REGULIAVIMAS

2.3.8.1. Dizaino politikos formavimas

Dizaino politikos būtinumą nacionaliniame lygmenyje, greta kitų veiksnių, sąlygoja pagrindinis ekonominis faktorius – poreikis didinti šalies ekonomikos konkurencingumą bei išsikvoti vietą tarp pirmaujančių pasaulio valstybių, kurios šūkį „*made in...*“ padarė savo pagrindiniu šūkiu. Daugelio užsienio šalių, pirmiausia tokių kaip Danija, Suomija, Švedija, Jungtinė Karalystė bei Estija, patirtis rodo, kad konkurencingumo didinimas yra įmanomas per inovacijų, o kartu ir dizaino, plėtrą bei skatinimą. Detalesnė informacija apie dizaino svarbą pasauliniu mastu ir reikšmę Europos šalių ekonomikai pateikta 2.1 ir 2.2 šios ataskaitos skyriuose.

Tyrimai, atlikti užsienio šalyse parodė⁶⁹, kad pagrindiniai trukdžiai, tiek realūs, tiek ir įsivaizduojami, inovacijų, o taip pat ir dizaino plėtrai, yra:

- Ribotas supratimas kur ir kaip kūrybinė veikla gali būti panaudota siekiant verslo konkurencinio pranašumo;
- Pasitikėjimo stoka investuojant į kūrybinę veiklą (tame tarpe dizainą), nes neaiški investicijų graža vertinant laiko, finansiniu ar kitos rizikos požiūriu;
- Žinių stoka kaip tai daryti ar kur kreiptis paramos.

Šie (panašūs) barjerai dizaino plėtrai buvo identifikuoti ir Lietuvos fokus grupių atstovų, kurie diskutavo studijos rengimo metu:

16 paveikslas. Galimybių studijos dalyvių mintys dėl dizaino sektoriaus plėtros

Viena iš problemų yra dizaino erudicijos stoka. Dizaino erudicija – tai žinios kas yra dizainas, dizaino samprata, suvokimas, apimant ir specializuotą auditoriją ir plačiąją visuomenę. Trūksta dizaino **apibrėžimo**, kurį galima būtų transliuoti. Trūksta sėkmės istorijų, **nėra suprantama dizaino pridėtinė vertė**.

Dizaino plėtra galėtų padidinti šalies BVP 2-3 proc. Padėjus teisingus pamatus, Lietuva gali tapti sėkminga **dizaino eksporto šalimi** kaip Skandinavijos šalys. Būtume **kūrėjai, o ne gamintojai** kaip dabar.

Dizainas yra problemų sprendimo būdas, kai bandoma pažvelgti giliau, į įmonės struktūrinius pokyčius. Ateityje dizainas **bus integrali bet kurio proceso** (finansinio, kūrybinio ar pan.) **dalis**. Taps **mąstymo būdu**.

⁶⁹ Rafiq Elmansy, Leading Economy Through Design: Applying National Design Policies, 2014. <http://www.designorate.com/leading-through-design-policies/>

Užsienio šalys formuoja savo dizaino politiką įvairiuose lygiuose ir įvairiais metodais. Kaip aptarta galimybių studijos 2.2.3. skyriuje, Lietuva pagal tai, kaip dizainas integruotas į nacionalinę politiką, yra priskiriama žemiausiam lygiui, t.y. šalims, kurios kol kas neturi jokios dizaino politikos strategijos.

Tačiau vienas iš metodų⁷⁰ vertinti šalies dizaino politiką, kaip sudėtinę nacionalinės politikos dalį, yra išskirti šiuos pagrindinius dizaino politikos elementus:

1. Dizaino paramos programos, kurios skirtos įmonėms;
2. Dizaino propagavimo programos, kurios skirtos viešajam sektoriui/ visuomenei;
3. Dizaino edukacijos programos;
4. Dizaino politika, kuri formuojama ir taikoma nacionaliniame lygmenyje.

Vadovaujantis šiuo požiūriu galima teigti, kad tam tikri dizaino politikos elementai Lietuvoje egzistuoja. Dizaino edukacijos ir propagavimo programos (2 ir 3 dizaino politikos elementai) Lietuvoje viena ar kita apimtimi vykdomos (žr. galimybių studijos 2.3.5. ir 2.3.2. skyrius). Dizaino paramos programos, kurios skirtos įmonėms (pvz. inovaciniai čekiai), iki šiol buvo nelabai ženklios apimčių prasme, tačiau pakankamai efektyvios ir įmonės noriai šiomis priemonėmis naudojasi. 2014-2020 m. atsiranda naujos galimybės dizainui naudotis finansinės paramos priemonėmis, tarp jų ir ES struktūrinių fondų parama.

Tačiau nacionalinės dizaino politikos / strategijos iki šiol nebuvo, nors tam tikros dizaino politikos užuomazgos yra tokiose nacionalinėse strategijose ir programose, kaip Lietuvos inovacijų plėtros 2014–2020 metų programa ir KKI 2014–2020 metų plėtros strategijos projektas. Tuo pat metu Kultūrinių ir kūrybinių industrijų 2014–2020 metų plėtros strategijos projekte konstatuojama, kad „*kūrybinių ir kultūrinių industrijų sektorius⁷¹ iki šiol stokoja nuoseklaus ir koordinuoto politinio prioritetizavimo, aktuali teisinė bazė ir paramos mechanizmai ne visais atvejais palankūs kultūrinių ir kūrybinių industrijų plėtrai ir iš dalies neįvertina šio sektoriaus specifikos*“.

2.3.8.2. Dizaino sąvokos problemos

Esminė problema formuojant nacionalinę dizaino politiką yra per siauras požiūris į dizainą ir dizaino poveikio inovacijoms nesupratimas. Šiuo metu Lietuvoje įstatymiškai įtvirtintas dizaino apibrėžimas yra viena iš problemų, suvokiant dizaino ir inovacijų ryšį.

Pagal LR dizaino įstatymą (2002 m. lapkričio 7 d. Nr. IX-1181) dizainas yra apibrėžiamas kaip „viso gaminio ar jo dalies vaizdas, sudarytas iš gaminio ir (arba) jo ornamentikos specifinių savybių – linijų, kontūrų, spalvų, formos, tekstūros ir (arba) medžiagos“. Tai yra dizainas suvokiamas kaip „vaizdas“, neakcentuojant jo kaip veiklos, siekiant idėjas pateikti rinkai ir jas paversti produktais ar kaip vieno iš pagrindinių didelės pridėtinės vertės produktų kūrimo veiksnių.

⁷⁰ Rafiq Elmansy, *Leading Economy Through Design: Applying National Design Policies*, 2014. <http://www.designorate.com/leading-through-design-policies/>

⁷¹ Dizainas yra viena iš kūrybinių ir kultūrinių industrijų sričių.

VDA Dizaino inovacijų centras savo veikloje naudoja platesnį, labiau orientuotą į tarptautinių dokumentų nuostatas, dizaino apibrėžimą, t. y. „dizainas – kūrybinis procesas, sprendžiantis socialines, kultūrinės ir ekonomines problemas, jungiantis kūrybiškumą, technologijas ir vadybą, kurio rezultatas yra produktas ar paslauga“.

Išskiriami vizualiosios komunikacijos dizainas (pakuotės dizainas, knygų dizainas, interaktyvus dizainas, šrifto dizainas, iliustracijos dizainas, ženklodaros arba brandingo dizainas, reklamos dizainas, leidybos dizainas ir kt.) bei produkto dizainas (baldų dizainas, industrinis dizainas, mados ir tekstilės dizainas, transporto dizainas, interjero dizainas ir kt.).

Projekto „€Design“ (dizaino vertės nustatymas) ataskaitoje teigiama, kad nors egzistuoja įvairūs dizaino apibrėžimai, tačiau dažnai dizainas asocijuojasi tik su estetinėmis savybėmis (kaip yra ir Lietuvos atveju), kai tuo tarpu dizaino pritaikymas yra žymiai platesnis. Šiame dokumente nurodoma, kad dizainas gali būti apibrėžiamas ir kaip procesas, ir kaip rezultatas:

- Dizainas kaip procesas: t.y. veiklos, siekiant integruoti funkcinę, emocinę ir socialinę vertę.
- Dizainas kaip rezultatas: t.y. prekės, paslaugos, rinkodaros ar organizaciniai metodai, kuriuose integruota funkcinė, emocinė ir socialinė vertė.

Kartu pažymima, kad dizaino veikla nelaikoma MTEP ar inovacinė veikla, orientuota tik į funkcijų pagerinimą (mokslinį ar techninį pagerinimą), nesukuriant emocinės ar socialinės vertės, taip kaip suvokiamos rinkoje. Taip pat dizainas nėra meninė veikla, orientuota tik į emocinę ir socialinę vertę, nesukuriant funkcinės vertės, kaip taip suvokiama rinkoje.

2.3.8.3. *Pagrindiniai strateginiai dokumentai*

Pagrindiniai strateginiai dokumentai nacionaliniu lygiu apibrėžiantys dizaino, kaip inovacijų elemento, vaidmenį yra:

- Lietuvos inovacijų plėtros 2014–2020 metų programa ir jos įgyvendinimo veiksmų planas;
- Kultūrinių ir kūrybinių industrijų 2014-2020 metų plėtros strategija (projektas).

Lietuvos inovacijų plėtros 2014–2020 metų programos nuostatos

Lietuvos inovacijų plėtros 2014–2020 metų programoje laikomasi pavyzdinės iniciatyvos „Inovacijų sąjunga“ nuostatos, *skatinančios taikyti plačią inovacijų koncepciją, aprėpiančią moksliniais tyrimais grindžiamas inovacijas ir inovacijas, susijusias su kūrybiškais sprendimais, verslo modeliais, pramoniniu dizainu, prekių ženklais ir didelės pridėtinės vertės kūrimo paslaugomis, taip siekiant į inovacijų ciklą įtraukti visus suinteresuotus dalyvius.*

Dizainas, kaip inovacinė veikla, akcentuojamas Programos 2-me tikslu „didinti verslo inovacinį potencialą“. Šio tikslo 1 uždavinys yra „skatinti investicijas į didelę pridėtinę vertę kuriančias veiklas“, nurodant, kad *platesnis dizaino ir kitų netechnologinių inovacijų naudojimas gali būti vienas iš didesnės pridėtinės vertės produktų kūrimo, didesnio našumo ir tausesnio išteklių naudojimo veiksnių.*

Šio tikslo 3 uždavinys – „skatinti skirtingų sektorių bendradarbiavimą kuriant inovacijas ir plėtoti didelį poveikį turinčias inovacijas“. Čia akcentuojamas kūrybinių ir kultūrinių industrijų, tarp jų ir dizaino, vaidmuo įvairių sektorių plėtrai, nes *kūrybinė veikla reikalinga visų sektorių pažangai. Kūrybinės ir kultūrinės industrijos pasižymi išskirtiniu intelektinio kapitalo poreikiu, imlumu naujosioms technologijoms ir kūrybinių žinių panaudojimu didelei pridėtinei vertei kurti kituose sektoriuose. Kūrybinės, kultūrinės industrijos ir dizainas yra svarbus variklis skatinant kitų sektorių ekonominę pažangą ir inovatyvumą. Be to, dizaino, architektūros, reklamos vaidmuo, skatinant investicijas į naujas vartotojams skirtas, ekologiškai pažangias, skaitmenines technologijas bei sprendinius, yra labai svarbus.*

Atsižvelgiant į tai, kad dizainas yra vertinamas/ apibrėžiamas kaip MTEP veikla, aktualus dizaino plėtrai yra ir Trečiasis Programos tikslas – skatinti vertės tinklų kūrimą, plėtrą ir jų tarptautiškumą. Trečiojo Programos tikslo 1 uždavinys yra „skatinti verslo ir mokslo bendradarbiavimą, žinių ir technologijų perdavimą“. Akcentuojama, kad *kuriama MTEPI infrastruktūra turi užtikrinti visą inovacijų ciklą – nuo naujo produkto idėjos gimimo iki jo pateikimo rinkai. Skatinant MTEPI infrastruktūros plėtrą, dėmesys turi būti skiriamas eksperimentinės plėtros veiklos, apimančios idėjos koncepcijos patikrinimą, maketo ir prototipo kūrimą ir testavimą, prototipo demonstravimą, standartizacijos ir sertifikavimo procedūras, bandomąją gamybą ir produkto parengimą rinkai, užtikrinimui.*

Kultūrinių ir kūrybinių industrijų 2014-2020 metų plėtros strategijos nuostatos

Kultūrinių ir kūrybinių industrijų 2014-2020 metų plėtros strategijos projekte dizainas (pramoninis ir grafinis) yra išskiriamas kaip viena iš 5 KKI kategorijų. Įgyvendinant Strategijos viziją, numatomi šie (aktualūs dizaino plėtrai) prioritetai:

- KKI sektoriaus ekonominės vertės ir sektoriaus eksporto apimčių augimas (3 prioritetas)

Dizaino sektorius yra įvardijamas kaip viena iš proveržio sričių 2014-2020 m., dizainas yra išskiriamas kaip vienas iš turinčių didžiausią augimo potencialą KKI sektorius šiuo laikotarpiu. Įgyvendinant 3 prioritetą kreipiamas dėmesys į KKI subjektų, pirmiausiai smulkių ir vidutinių įmonių, ekonominės veiklos vystymą. Parama KKI verslui telkiama sudarant jam aktualių paramos verslui paslaugų paketą išskiriant, bet neapsiribojant: finansinės paramos mechanizmais, klasterizacijos, rinkodaros, eksporto, tarpsektorinio bendradarbiavimo skatinimo priemonėmis, verslumo kompetencijų ugdymo priemonėmis.

- Kūrybinių inovacijų visose KKI srityse skatinimas (4 prioritetas).

Numatoma, kad kultūrinių ir kūrybinių industrijų sektorius gali prisidėti prie Lietuvos inovacijų plėtros 2014–2020 metų programos įgyvendinimo, nes:

- kultūrinių ir kūrybinių industrijų produktai ir paslaugos formuoja palankų visuomenės požiūrį į inovacijas ir kūrybišką mąstymą, didina visuomenės ir verslo inovacijų poreikius;
- kultūrinių ir kūrybinių industrijų sektoriui būdingos kūrybinės inovacijos pasižymi tarpdiscipliniškumu ir tarpsektoriškumu, o būtent to dažnai stokoja inovacijos

- kuriamos kituose sektoriuose. Pavyzdžiai rodo, kad kultūrinių ir kūrybinių industrijų subjektai lengvai integruoja technologines, organizacines, rinkodaros, sisteminės, socialines ir kultūrinės inovacijas siekdami spręsti kompleksiškas kūrybinių sprendimų reikalaujančias problemas;
- kultūrinių ir kūrybinių industrijų sektorius didele dalimi susideda iš smulkaus ir vidutinio verslo įmonių, kurių veiklos pagrindas yra individuali verslo iniciatyva. Tokiu būdu šio sektoriaus augimas stiprina visuomenės verslumą, jos narių ekonominį ir finansinį raštingumą. Kultūrinių ir kūrybinių produktų ir paslaugų eksportas stiprina Lietuvos kaip konkurencingos kūrybinės ekonomikos šalies įvaizdį.

2.4. SITUACIJA KAIMYNNINĖSE ŠALYSE

2.4.1. ESTIJA

2.4.1.1. *Dizaino sektoriaus dydis ir reikšmė*

Estijoje yra 334 dizaino įmonės, kuriose dirba 361 darbuotojas. Susijusiuose su dizainu sektoriuose (reklama, amatai, pramogų IT) veikia 903 įmonės, dirba 4109 darbuotojai. Estijoje viešosios išlaidos dizainui sudaro 2 mln. eurų arba 0.01396% BVP. Veikia 8 aukštojo mokslo įstaigos, o kasmetinis dizaino studijas (bakaluro laipsniu) baigusių studentų skaičius sudaro 276⁷².

2013 m. vasario mėn. Estijos dizaino centro atliktos įmonių ir organizacijų apklausos duomenimis 45 proc. apklaustųjų Estijos įmonių naudoja dizainą (vykdo su dizainu susijusią veiklą), 7 proc. įmonių dizainą naudoja strategiškai, t. y. dizainas yra integruotas į įmonės viziją ir pagrindines veiklas. Apklausos duomenys taip pat parodė, kad 53 proc. įmonių per pastaruosius trejus metus investavo mažiau nei 4000 eurų į profesionalias dizaino paslaugas.

Dizaino sritys, kuriose dizaino paslaugas naudojo (vykdė dizaino veiklą) apklaustos Estijos įmonės, daugiausia buvo grafinis, skaitmeninis ir multimedijos dizainas. Įmonės, kurios daugiau naudojo dizainą, pateikė rinkai daugiau produktų ir paslaugų. Įmonės, kurios naudojosi profesionaliomis dizaino paslaugomis dažniausiai nurodė tokius dizaino privalumus: padidėjęs vartotojų pasitenkinimas, padidėjęs konkurencingumas ir patobulintas naudojimas. Eksportuojančios įmonės labiau negu neeksportuojančios įmonės dizaino naudojimą siejo su teigiamais pelno, eksporto pokyčiais, padidėjusia rinkos dalimi ir naujomis rinkomis. Pusė įmonių nurodė, kad dizaino paslaugoms įsigyti jie naudotųsi valstybės subsidijomis ir dizaino studentų paslaugomis.

Beveik visos apklaustosios Estijos organizacijos nurodė, kad per pastaruosius dvejus metus naudojo dizainą, ypač paslaugų ir aplinkos srityse. 80 proc. organizacijų naudojami profesionaliomis dizaino paslaugomis, 60 proc. – dizaino ištekliais pačioje organizacijoje. 77 proc. organizacijų dizainą integravo dizainą į savo veiklą.

Pagrindiniai dizaino naudojimo organizacijose privalumai yra pagerintas bendravimas su gyventojais, organizacijos reputacija, klientų pasitenkinimas, padidėjęs paslaugų prieinamumas. Beveik visos organizacijos pripažino, kad dizainas yra svarbus organizacijos vystymui ir ketina tęsti profesionalių dizaino paslaugų naudojimą.

2.4.1.2. *Dizaino politikos vystymasis*

Estijos dizaino politika pradėjo formuotis dar 2001 m., kai buvo pirmieji bandymai valstybės lygmeniu sukurti dizaino politiką, siekiant skatinti dizainą Estijos įmonėse. 2002 m. buvo atliktas tyrimas, siekiant išanalizuoti Estijos dizaino būklę ir parengti

⁷² Šaltinis: Design Policy Monitor 2012. Reviewing Innovation and Design Policies across Europe, A Whicher, G Cawood and A Walters, September, 2013.

rekomendacijas vyriausybei. Rekomendacijos buvo aptartos su ministerijomis, Estijos dizaino ir verslo bendruomenėmis, o jų pagrindu 2003 m. suformuotas dokumentas „Estija – dizaino šalis“. Šio dokumento priemonės nebuvo įgyvendintos dėl finansinių sunkumų.

2003-2008 m. dizainas buvo skatinamas ir įmonių naudojimas profesionaliomis dizaino paslaugomis buvo remiamas netiesiogiai, per skirtingas paramos priemones, administruojamas Enterprise Estonia, ES struktūrinių fondų paramos įgyvendinančiąja institucija Estijoje. Toks netiesioginis, „paslėptas“ finansavimas pasirodė sudėtingas tiek įmonėms, tiek dizaino sektoriui. Dizaino skatinimo priemonės buvo sėkmingesnės – tokios iniciatyvos kaip „Dizaino naktis“ ir „Dizaino metai“ tapo populiarūs (plačiau apie jas dalyje „Geroji praktika dizaino skatinimo ir paramos srityje“).

2009 m. Enterprise Estonia pradėjo įgyvendinti Kūrybinių industrijų vystymo programą, kuri reiškė stabilesnę paramą Estijos dizaino centrai (kartu su kitais kūrybinių industrijų vystymo centrais, kūrybiniais klasteriais ir inkubatoriais). Dizaino centras sukūrė dizaino agentūrų tinklą, tikslu padidinti jų žinias ir eksporto gebėjimus ir pradėjo rengti paramos programas ir konsultavimo paslaugas įmonėms labiau strategiškam dizaino naudojimui.

2009 m. politiniame lygmenyje prasidėjo dizaino politikos persvarstymas – Ekonomikos ir ryšių ministerija nusprendė, kokios dizaino skatinimo priemonės (tiesioginės ir netiesioginės) jau egzistuoja skirtingų ministerijų strateginiuose planuose. Siekiant aiškesnių tikslų ir vaidmenų paskirstymo dizaino politikos srityje, buvo inicijuotas sprendimas parengti atskirą dizaino strategiją. Tačiau tai užtruko 3 metus, kadangi dizaino svarba turėjo būti įvertinta aukščiausiu lygmeniu ministerijose, tam trūko pagrindinių statistinių duomenų apie dizaino sektorių, todėl buvo atliekami tyrimai ir vykdomos konsultacijos, rengiami susitikimai, derinimai su kitomis ministerijomis.

Svarbų vaidmenį dizaino veiksmų plano vykdymui turėjo Estijos dalyvavimas SEE platformos projekte, kuris sudarė galimybes bendrauti su asmenimis, tiesiogiai rengusiais ir įgyvendinančiais dizaino politikos ir paramos programas skirtingose šalyse.

Dizaino veiksmų planas buvo patvirtintas 2012 m. pradžioje, artėjant į pabaigą 2007-2013 m. ES finansiniam periodui. Didžioji dalis ES finansavimo jau buvo suplanuota ir pradėti naujas iniciatyvas nebuvo galimybių. Dizainą buvo nuspręsta remti perskirstant lėšas ir esamų programų sudėtyje.

Nauja programa, vadinamoji Bulldozer pilotinė strateginio dizaino paramos programa, skirta 10 Estijos įmonių, buvo pradėta, siekiant pagerinti įmonių ekonominius rodiklius ir eksporto potencialą. Programą įgyvendino Estijos dizaino centras, ji buvo bendrai finansuojama ES Struktūrinių fondų lėšomis per Enterprise Estonia (plačiau apie ją dalyje „Geroji praktika dizaino skatinimo ir paramos srityje“).

2012 m. sausio mėn., Nacionalinis dizaino veiksmų planas 2012-2013 buvo patvirtintas kaip Estijos įmonių politikos (strategijos) dalis 2007-2013 m. Veiksmų planas koncentruojasi į dizaino naudojimo didinimą tiek viešajame sektoriuje, tiek privačiose įmonėse, akcentuojant dizainą kaip konkurencinio pranašumo šaltinį. Tai buvo pirmasis

valstybės paramos politikos etapas, skirtas dizaino naudojimo vystymuisi. Tikimasi, kad antras politikos etapas sudarys dalį naujojo 2014-2020 m. laikotarpio programos.

Estijos Nacionalinis dizaino veiksmų planas 2012-2013 nustatė 4 konkrečius tikslus:

1. Padidinti Estijos įmonių konkurencingumą efektyviai ir sumaniai taikant dizainą.
2. Padidinti skaičių Estijos įmonių, kurios naudoja dizainą strategiškai;
3. Paskatinti dizaino paslaugų rinkos formavimąsi kuriant pridėtinę vertę kitiems Estijos ekonomikos sektoriams.
4. Padidinti Estijos dizaino paslaugų sektoriaus eksporto gebėjimus.

Vienas iš veiksmų programos veiksmų yra esamų paramos programų, vykdomų per Enterprise Estonia peržiūra ir finansavimo persikirstymas dizainui remti. Naujos arba peržiūrėtos priemonės apima:

- inovacinio vaučerio remiamų priemonių sąrašo išplėtimą, kad būtų galima įsigyti dizainerių ir dizaino studijų paslaugas,
- paramą su dizainu susijusių konsultacinių paslaugų (dizaino vadybos paslaugų) įsigijimui iš dizainerių ir dizaino studijų,
- dizainerių, turinčių tarptautinio darbo patirtį, įtraukimą į Estijos įmones (įskaitant dizaino įmones),
- technologinį vystymą, įskaitant paramą produkto vystymui, prototipų kūrimui vystant naujus ar iš esmės patobulintus produktus ar procesus.

Be šių priemonių, planuotas renginys, skirtas dizaino švietimo būklei įvertinti (Design Education Think Tank). Jo tikslas buvo išsiaiškinti veikiančių švietimo įstaigų vaidmenį ir veiklas ir nustatyti tikslus kiekvienai švietimo pakopai.

2013 m. Estijos Dizaino centras atliko 430 organizacijų apklausą, siekdamas įvertinti dizaino naudojimą Estijos privačiose įmonėse ir viešose įstaigose (organizacijose). Tyrimo rezultatai bus panaudoti formuojant Estijos dizaino politiką 2014-2020 m. laikotarpiui.

2.4.1.3. *Geroji praktika dizaino skatinimo ir paramos srityje*

Vienas iš dizainą skatinančių renginių, yra **Dizaino naktis**, kuri pritraukia šimtus besidominčių Estijos dizainu, vykstanti kasmet rugsėjo 20-23 d. Festivalio programa apima įvairius seminarus, darbo grupes, parodas, konkursus (pvz. Estijos dizaino apdovanojimus) ir skirtas tiek jauniems, tiek subrendusiems dizaineriams, verslininkams ir dizaino gerbėjams. Pagrindinis šio festivalio organizatorius yra Estijos dizainerių asociacija.

Dizaino metai (2006 m. rugsėjis – 2007 m. lapkritis) buvo metų trukmės projektas, skirtas pristatyti ir remti dizaino renginius Estijoje. Per tuos metus vyko įvairūs seminarai,

parodos, darbo grupės, edukacinės programos. Tuo pat metu vyko plati žiniasklaidos kampanija pristatant renginius. Tais metais pirmą kartą buvo sudarytas Talino dizaino žemėlapis. Taip pat buvo sutarta įsteigti Estijos dizaino centrą (formaliai įsteigtas 2008 m.). Estijos dizaino centras įkurtas iš viešų (80 proc.) ir privačių (20 proc.) lėšų, jame dirba 6 darbuotojai, jo metinis veiklos biudžetas 400 tūkst. eurų.

2012 m. dizaino skatinimui Estija skyrė 135.000 eurų, dizaino paramai – 240.000 eurų.

Parama dizainui buvo koncentruota į pilotinį projektą (programą) – **Design Bulldozer**. Tai 20 mėnesių trukmės pilotinis projektas, skirtas padidinti 10 Estijos įmonių ekonominį ir eksporto potencialą. Jame dalyvavo 10 dizaino vadovų.

Projektas vyko tokiais etapais:

- dizaino auditas (skirtas nustatyti įmonių problemas/trūkumus, kurie gali būti sprendžiami dizaino pagalba). Dizaino audito rezultatas – parengtos rekomendacijos, kaip taikyti dizainą įmonės paslaugose. Dizaino audito ataskaita pristatoma įmonių vadovams, kaip pagrindas vystyti įmonės dizaino projektus.
- dizaino projektas - dizaino vadovai parengia rekomendacijas, kurios vėliau kartu su įmone aptariamos, nustatomi prioritetai, parengiamas veiksmų planas ir įmonė jį patvirtina vykdymui. Surandami tinkami partneriai projekto įgyvendinimui. Tai gali būti ir dizaino ar produkto vystymo padaliniai įmonės viduje.
- vystymas – dizaino projektą vysto dizaino vadovai, kurie dalyvauja priimant visus strateginius sprendimus, bendradarbiaudami su vidaus ar samdytais vystymo padaliniais.

2013 m. birželio mėn. Estijos dizaino centras pradėjo pirmąją viešojo sektoriaus paslaugų dizaino paramos programą Estijoje. Ši programa truko 7 mėnesius ir koncentravosi į žinių ir praktinių sugebėjimų didinimą aukščiausiojo lygio valstybės tarnautojams dizaino paslaugų srityje.

Kita, mažesnė dizaino paramos programa „Design Engine“ buvo skirta įmonėms, suteikiant inovacijų vaučerius dizaino paslaugoms įsigyti, o taip pat skiriant dotacijas dizaino konsultavimo paslaugoms siekiant skatinti Estijos įmones naudoti dizainą.

2.4.2. LATVIJA

2.4.2.1. *Dizaino sektoriaus dydis ir reikšmė*

Latvijoje yra 84 įmonės⁷³, veikiančios mados, produkto, grafikos, skaitmeninio, interjero, fotografijos, aplinkos ir pakavimo dizaino srityje. Apie 1/3 šių įmonių taip pat yra ir produktų (tekstilės ir baldų) gamintojai. Iš viso šiose įmonėse dirba 567 darbuotojai,

⁷³ Šaltinis: Designed in Latvia 2012, <http://www.liaa.gov.lv/>

o bendra metinė apyvarta sudaro 14.768.884 eurų (0,06 proc. šalies BVP, 2013 duomenimis).

Latvijos dizainerių asociacija, ne pelno organizacija, įkurta dar 1988 m., vienija 186 įvairių sričių dizainerius ir 5 įmones. Asociacija padeda dizaineriams jų kūrybinėje veikloje, gina savo narių socialinius ir teisinius interesus, o taip pat dizainerių intelektualinės nuosavybės teises Latvijoje ir užsienyje. Latvijos dizainerių asociacija organizuoja dizaino projektų ir darbų konkursus, renka informaciją apie geriausius dizaino projektus ir problemas dizaino srityje. Latvijos dizainerių asociacija yra Pramoninio dizaino asociacijų tarptautinės tarybos (ICSID) narė.

Latvijoje veikia 20 švietimo įstaigų, kuriose dėstomos dizaino ir su dizainu susijusios disciplinos.

2.4.2.2. *Dizaino politikos vystymasis*

2008 m. rugpjūčio mėn. Latvijos ministrų kabinetas patvirtino Kultūros ministerijos pateiktą Kūrybinių industrijų ir jų politikos vystymo Latvijoje ataskaitą. Ataskaitoje buvo nustatytos keturios pagrindinės paramos sritys, siekiant sukurti palankias sąlygas kūrybinių industrijų plėtojimui Latvijoje, įgyvendinant vyriausybės ir ES struktūrinių fondų lėšomis finansuojamas priemones:

- kūrybinių industrijų švietimo sistemos kokybės ir pasiekiamumo didinimas, informavimas ir žinomumo didinimas;
- verslo vystymas, ypač **prioritetiniuose sektoriuose – dizainas** ir audiovizualinė ir multimedija, kurios turi didžiausią eksporto potencialą;
- naujų technologijų panaudojimas;
- teisinės bazės kūrimas ir stiprinimas.

Šias prioritetines sritis taip pat remia Latvijos kultūros fondas, kuriame 2010 m. gegužės mėn. įkurtas naujas dizaino ir architektūros padalinys.

Pripažįstant dizaino svarbą Latvijos ekonomikai, dizainas buvo įtrauktas į Valstybės kultūros vystymo gaires 2005-2013 metams, kaip viena iš kūrybinių industrijų.

2013 m. Latvijos kultūros ministerija sudarė 17 ekspertų konsultacinę grupę, pavadintą Latvijos dizaino taryba, kuriai skirta užduotis parengti Latvijos dizaino strategiją. Latvijos dizaino tarybą sudaro įvairių sričių specialistai, įskaitant Švietimo, Ekonomikos ministerijų, Investicijų ir plėtros agentūros, Prekybos ir pramonės rūmų, Latvijos menų akademijos, Rygos technikos universiteto, Latvijos dizaino asociacijos, Nacionalinio dizaino muziejaus ir pavaldžių įstaigų atstovai.

Ilgalaikė Latvijos dizaino strategijos vizija 2020 metams – panaudoti dizaino inovacinį potencialą kaip strateginį turtą ekonomikos augimui, socialinei gerovei ir nacionaliniam kultūriniam identitetui. Išskiriamos trys pagrindinės veiksmų kryptys:

- gerinti Latvijos dizaino kokybę ir didinti žinomumą;
- integruoti dizainą į verslą;
- gerinti Latvijos dizaino sistemos reguliavimą.

2014 m. gegužės mėn. dizaino strategija buvo pateikta Kultūros ministerijai, laukiama strategijos įgyvendinimo priemonių patvirtinimo. Pagrindiniai priemonių įgyvendinimo mechanizmai numatomi įgyvendinti per bendrus projektus, panaudojant ES fondų lėšas, vystant dizainerius ir verslininkus jungiančias programas, integruojant dizaino švietimą į pradinių ir vidurinių mokyklų mokymo programas ir valstybės tarnautojų mokymus.

2015 m., kai Latvija prezidentaus ES, Kultūros ministerija planuoja surengti Latvijos dizaino parodą ir dizaino konferenciją, bendradarbiaujant su Europos Komisija. Dizaino taryba rengia rodiklių sistemą, skirtą įvertinti dizaino strategijos poveikį. Dizainas taip pat yra įtrauktas į Kuriančios Latvijos 2014-2020 m. politiką ir Nacionalinę pramonės politiką 2014-2020 metams.

2.4.2.3. *Geroji praktika dizaino skatinimo ir paramos srityje*

Latvijos kūrybinių industrijų paramos ir vystymo sistemoje svarbus vaidmuo tenka Latvijos investicijų ir vystymo agentūrai. Agentūra jau 2006 m. pradėjo vykdyti svarbias valstybės iniciatyvas remiant kūrybinių industrijų sektorių, daugiausiai pramoninio ir produkto dizaino srityse. 2008 m. pradėjo veikti internetinis portalas www.designlatvia.lv, skirtas Latvijos dizaino skatinimui ir pristatymui.

Latvijos investicijų ir vystymo agentūra įgyvendina platų spektrą paramos priemonių kūrybinių industrijų sektoriui. Pavyzdžiui, agentūra parėmė projektus „**Dizaino autobusas**“ ir „**Dizaino auditas**“⁷⁴, taip pat ženklį parama buvo skirta kūrybinių industrijų įmonėms ir profesionalams eksporto ir produkto vystymo veiklai per įprastines paramos verslui priemones. Agentūra taip pat teikia konsultacijas, rengia seminarus ir mokymus, tarp kurių yra renginių, skirtų būtent kūrybinių industrijų profesionalams.

Kita organizacija, Dizaino informacijos centras, buvo įkurta 2004 m., siekiant paskatinti Latvijos dizaino vystymąsi. Ji renka informaciją, organizuoja renginius ir teikia informaciją dizaino srityje, skatindama bendradarbiavimą tarp dizaino švietimo institucijų ir įmonių bei skatindama visuomenės sąmoningumą dizaino srityje.

2.4.3. LENKIJA

2.4.3.1. *Dizaino sektoriaus dydis ir reikšmė*

Tiksli dizaino sektoriaus statistika Lenkijoje nėra renkama, tačiau vertinama, kad Lenkijoje aktyviai veikia 300 pramoninių dizainerių, 10 dizaino kompanijų, kuriose dirba

⁷⁴ Šaltinis: Creative Industries in Estonia, Latvia and Lithuania 2010.

nuo 5 iki 10 ir daugiau darbuotojų. Bendras dizainerių skaičius Lenkijoje (grafinio dizaino, pramoninio dizaino, interjero dizaino) svyruoja apie 5000-7000, iš kurių apie 90 proc. yra nepriklausomi dizaineriai arba samdomi išorinių dizaino kompanijų. Apie 10 proc. dizainerių yra samdomi dizaineriai gamybos įmonėse⁷⁵.

Kasmet Lenkijoje dizaino studijas baigia 140 magistrų ir 320 bakalaurų.

Daugiau duomenų yra sukaupta apie Silezijos vaivadiją, kuri atstovavo Lenkiją SEE projekte⁷⁶. Silezijoje dirba 1000 dizainerių (0,06 proc. visų dirbančiųjų), dizaino sektorius sukuria 19 mln. eurų bendrosios pridėtinės vertės (0.00049 proc. visos vaivadijos bendrosios pridėtinės vertės).

Silezijos dizainerių, verslininkų ir vietinės valdžios apklausos rezultatai parodė, kad du trečdaliai dizainerių yra patenkinti dizaino vystymo sąlygomis regione, ypač dizaino švietimu aukštojo mokslo įstaigose ir verslo aplinkos institucijomis. Pusė verslininkų patvirtino, kad dizaino svarba jų sektoriuje auga. 37 proc. apklaustų įmonių naudoja profesionalių dizainerių paslaugas, 56 proc. ketina naudoti profesionalių dizainerių paslaugas ateityje kurdami naujus produktus ir paslaugas.

Apklausa parodė, kad Silezijoje dizaineriai yra retai kada įdarbinami visame inovacijos procese – verslas dažniausiai samdo dizainerius vizualaus marketingo ir reklamos vystymui, o taip pat interjero dizainui. Verslininkai, kurie bendradarbiauja su dizaineriais labai vertina jų darbo kokybę ir rezultatus, ir yra įsitikinę, kad tai skatina įmonės augimą, didina konkurencingumą ir klientų pasitenkinimą.

93 proc. apklaustų vietos valdžios atstovų nurodė, kad bendradarbiauja su dizaineriais, dažniausiai viešųjų erdvių atgaivinimo projektuose, ir tokiais atvejais, tik koncepcijų rengimo stadijoje.

Silezijos verslas ir vietos valdžia nurodė finansinius apribojimus, procedūrinius sunkumus ir komunikaciją kaip pagrindinius barjerus bendradarbiaujant su dizaineriais. Per pastaruosius 10 metų Silezijoje profesionalių dizaino paslaugų paklausa produkto dizainui ir viešųjų erdvių dizainui augo greičiausiai, o paklausa paslaugų dizainui augo mažiausiai.

2.4.3.2. *Dizaino politikos vystymasis*

Lenkijos valstybės paramos dizainui politika pradėjo formuotis žymiai anksčiau, negu Latvijos ar Estijos – dar praėjusio šimtmečio penktojo dešimtmečio pabaigoje, kai Kultūros ir meno ministerijoje buvo įkurtas Gamybos estetikos priežiūros biuras. Po kelių metų jis buvo reorganizuotas į Pramoninio dizaino institutą. Institutas vadovavosi koncepcijos, medžiagos, funkcijos ir grožio bendrumo principu. Nepaisant sunkių laikų jo veikla buvo sėkminga namų ūkių interjero dizaino, darbo aplinkos dizaino, dizaino vaikams ir neigaliesiems, o taip pat ligoninių įrangos dizaino srityse. Iki pat 1989 m. veikė Dizaino taryba Premjero pavaduotojo tarnyboje.

⁷⁵ Design in Today's Poland, Academy of Fine Arts in Warsaw / Faculty of Industrial Design.

⁷⁶ SEE PLATFORM BULLETIN ISSUE 10 – DECEMBER 2013.

Lenkijai įstojus į Europos Sąjungą, dizaino sektoriaus situacija ženkliai keitėsi. Vyko daug parodų, konferencijų ir skatinimo renginių, skirtų Lenkijos dizainui, sustiprėjo institucinė parama dizainui. 2005 m. buvo įkurta Silezijos Menų ir verslo pilis, o nuo 2006 m. Pramoninio dizaino instituto nauja vadovybė pradėjo reorganizaciją ir ambicingus veiklos planus.

Be to, poreikis keisti požiūrį į dizainą buvo pripažintas ir politiniame lygmenyje. Ekonomikos ministerijos parengtame strateginiame dokumente „Ekonomikos inovatyvumo didinimo gairės 2007-2013 metams“ buvo pripažinta, kad egzistuojantys Lenkijos augimo šaltiniai, tokie kaip pigi darbo jėga, palanki geografinė padėtis ir žemos žaliavų kainos nebegali išlikti konkurenciniu pranašumu pasaulinėje rinkoje. Ieškodama naujų inovacijų skatinimo veiksnių, Ekonomikos ministerija identifikavo pramoninį dizainą kaip konkurencinio pranašumo šaltinį. Gairėse buvo priimtas siauras dizaino apibrėžimas (tik pramoninis dizainas) ir pabrėžta, kad nepaisant aukšto dizainerių išsilavinimo, Lenkijoje dizainas yra nepakankamai įvertintas ir nepakankamai naudojamas.

Lenkijos ekonomikos inovatyvumo didinimo gairėse 2007-2013 metams pabrėžiama, kad dizainas dažnai asocijuojasi su spalvomis ir gražia išvaizda, ir kad gamintojai nesirūpina ženklią naudą, kurią jie galėtų gauti dėl dizaino su santykinai mažomis investicijomis.

2012 m. Lenkijoje buvo parengtas Dizaino manifestas, kurį pasirašė 55 dizaineriai, įmonių ir valdžios atstovai. Manifesto tikslas buvo pradėti diskusiją dėl dizaino politikos kūrimo Lenkijoje. Diskusijai buvo pasiūlytos 6 inovacijų politikos įgyvendinimo per dizainą kryptys:

- sukurti dizaino lyderių tinklą, kuriame būtų keičiamasi patirtimi ir skatinamos kitos įmonės;
- viešasis sektorius turi rodyti pavyzdį vertindamas dizainą ir inovacijas viešuosiuose pirkimuose ir naudodamas dizainą viešųjų paslaugų tobulinimui;
- įtraukti dizainą į tyrimų finansavimo programą, įskaitant tyrimus „dizainui“ ir tyrimus „per dizainą“;
- integruoti dizainą į kiekvieną švietimo lygį Lenkijoje, pradedant nuo vartotojų iki profesinio mokymo ir tarpdisciplininių studijų;
- skatinti socialines inovacijas per dizainą stiprinant atitinkamus mechanizmus, tokius kaip visuomenės pasitikėjimas, atvirumas inovacijoms ir kūrybiškumą vertinanti švietimo sistema;
- sujungti didelį skaičių dizaino skatinimo veiklų vykdomų visoje Lenkijoje, užtikrinant sinergiją.

2.4.3.3. *Geroji praktika dizaino skatinimo ir paramos srityje*

Patvirtinus strateginį dokumentą „Ekonomikos inovatyvumo didinimo gairės 2007-2013 metams“, galimybė skirti finansinę paramą pramoniniam dizainui buvo įtraukta į 2007-2013 m. Inovatyvios Ekonomikos veiksmų programą dviem specifiniais veiksmiais:

4.2. Stiprinti įmonių MTEP veiklą ir remti pramoninio dizaino srityje;

5.2. Remti verslo aplinkos institucijas teikiančias inovatyvias paslaugas ir jų regioninio lygmens tinklus.

Nuo veiksmų programos pradžios iki 2012 m. pabaigos buvo finansuoti pramoniniam dizainui skirti 129 projektai pagal 4.2. priemonę, kurių bendra vertė siekė 199.625.851 eurų, ir 32 projektai – 5.2. priemonės dalis, kurių bendra vertė sudarė 55.646.011 eurų.

Tuo pat metu buvo parengta 16 regioninių inovacijų strategijų, iš kurių 11 numatė skirti paramą įmonėms dizainui kuriant ir tobulinant produktus ir paslaugas. 4 regionai pripažino strateginės paramos pramoniniam dizainui poreikį: Silezijos vaivadija nusistatė tikslą „skatinti dizainą ir produktų vystymą“, Mažosios Lenkijos ir Pomeranijos vaivadijos planavo įkurti pramoninio dizaino regioninius centrus.

Mazovijos vaivadijos projektas „Mazovijos dizainas“ buvo skirtas paremti inovacijas per pramoninį dizainą, įvaizdžio kūrimą ir vardo kūrimą, organizuojant seminarus ir dizainerių bei verslo susitikimus.

2014-2020 laikotarpiui rengiamose regioninėse strategijose dizaino svarba regionų vystymuisi dar labiau pabrėžiama ir įtrauktos dizaino rėmimo ir skatinimo priemonės. Pavyzdžiui, Mozūrijos regiono strategijoje numatoma parama baldų pramonei įgyvendinant inovatyvias dizaino veiklas. Opolės regionas planuoja finansuoti visą naujų produktų ir paslaugų kūrimo procesą nuo dizaino stadijos. Žemutinė Silezija pripažįsta pramoninį dizainą aukštą augimo potencialą turinčiu pramonės sektoriumi. Liublino regione planuojama didinti verslo kūrybiškumą ir inovatyvumą skatinant „dizaino mąstymą“ ir vystant įvairias ne technologinių inovacijų formas. Vakarinės Pomeranijos regioninė strategija numato įtraukti dizaino švietimą į vidurinių mokyklų mokymo programas. Mažoji Lenkija planuoja skatinti dizaino paslaugų paklausą diegdama dizaino vaučerius.

3. LIETUVOS DIZAINO SEKTORIAUS SWOT

Stiprybės	Silpnybės
<ul style="list-style-type: none"> - Vyksta visų pakopų dizaino studijos (bakalauro, magistratūros ir doktorantūros studijos). - Plėtojami dizaino krypties fundamentiniai mokslo tyrimai. - Įvairių organizacijų iniciatyva vykdomos įvairaus pobūdžio ir apimties dizaino propagavimo veiklos. - Dizaino sektoriuje veikiančios įstaigos ir organizacijos yra suinteresuotos, aktyvios ir savo pajėgomis vykdo sektoriaus atstovavimą ir tarpininkavimą. - Suformuota gera praktika verslumo skatinimo srityje, kuri galėtų būti vykdoma platesniu mastu. - Dizainas vis plačiau naudojamas, kuriant naujus produktus verslo sektoriuje. Auga dizaino reikšmės konkurencingumui tarptautinėje rinkoje supratimas tarp verslo įmonių. - Dizainas įtrauktas į nacionalines inovacijų ir KKĮ plėtros programas. - Užmegztas mokslo – verslo bendradarbiavimas dizaino srityje, taikomos inovaciniais čekiais paremtos paramos priemonės. 	<ul style="list-style-type: none"> - Nėra išsamių tyrimų apie dizaino sektorių ir dizaino naudojimą įmonėse bei viešajame sektoriuje, dėl to visuomenėje nėra pakankamai suprantamas ir vertinamas jo indėlis verslo, o taip pat ir šalies, konkurencingumo stiprinimui. - Nepakankamai suvokiamas ir vertinamas dizainas, kaip inovacijų sistemos dalis. Dizainas vis dar dažnai traktuojamas kaip stilius, „vaizdas“. - Nesukurta nacionalinė dizaino strategija. - Neišnaudojamas dizaino potencialas, vertinant jo galimybes prisidėti prie organizacinių ir socialinių inovacijų kūrimo. - Nėra nacionaliniu mastu veikiančio dizaino tarpininko ir koordinatoriaus (pvz. nacionalinio dizaino centro ar tarybos). - Dizaino propagavimo veiklai trūksta nuoseklumo ir kryptingumo, visai nevykdoma viešajam sektoriui skirta dizaino propagavimo veikla. - Tobulintinas studentų parengimas (trūksta praktikos, verslumo įgūdžių, ekonominio suvokimo, komandinio darbo patirties, rinkos suvokimo ir kt.). - Lietuvoje teikiamų dizaino paslaugų (ypatingai pakuotės ir produkto dizaino) pasiūla dažnai neatitinka pramonės įmonių poreikių.

Galimybės	Grėsmės
<ul style="list-style-type: none"> - Kuriamas platus 2014-2020 m. paramos priemonių spektras, kuriomis gali pasinaudoti dizaino sektoriaus subjektai, o taip pat kitų sektorių įmonės, naudojančios dizainą kaip naujų produktų kūrimo veiklos sudedamąją dalį. - Dizaino naudojimas kaip viešojo sektoriaus atsinaujinimo priemonė. - Įsijungimas į tarptautines inovacijų, tyrimų ir kitas, su dizaino plėtra ar tyrimais, susijusias programas bei tinklus. - Jau veikiančių dizaino tarpininkų (dizaino centrų, asociacijų) pajėgumų ir vaidmens stiprinimas. - Dizaino verslo orientavimas į tarptautinę rinką. - Platformų bendradarbiavimui tarp įvairių dizaino plėtra suinteresuotų šalių sukūrimas (inkubatorius, hub'as, atviros prieigos centras ir kt.). - Glaudesnis bendradarbiavimas tarp aukštųjų mokyklų ir verslo (studijų programų rengime ir praktikų organizavime). - Dizaino verslo inkubavimas. - Dizaino edukacija visuose ugdymo lygmenyse. 	<ul style="list-style-type: none"> - Nebus pasinaudota paramos priemonėmis dėl dizaino, kaip MTEP veiklos, suvokimo (tarp dizaino sektoriaus subjektų ir paramos administratorių) stokos; dėl koordinacijos tarp dizaino sektoriaus subjektų stokos. - Nekryptingas, nekordinuotas dizaino propagavimas nebus efektyvus. - Neskiriant deramo dėmesio dizaino sektoriui, Lietuva atsiliks nuo kitų Europos šalių, kuriose stiprinama dizaino tarpininkų veikla ir dizaino sektoriaus atstovavimas politiniame lygmenyje. - Netobulinant specialistų rengimo, dizaino sektoriaus neturės galimybių plėtotis, rengiami specialistai sunkiai ras galimybių pritaikyti žinias profesiniame gyvenime, taps nekonkurencingi.

4. PRIORITETINĖS KRYPTYS

Atsižvelgiant į galimybių studijoje dalyvavusių ekspertų išvalgas ir pasiūlymus, Europos Komisijos strateginiuose dokumentuose pateikiamas rekomendacijas bei Lietuvos dizaino sektoriaus ir jo aplinkos analizės rezultatus, buvo išskirtos 4 prioritetingos kryptys, kuriose būtina aktyviai veikti, siekiant stiprinti Lietuvos dizaino sektorių ir paspartinti jo integravimą į inovacijų sistemą:

- 1 kryptis: Dizaino edukacijos stiprinimas;
- 2 kryptis: Mokslo ir žinių perdavimo plėtra;
- 3 kryptis: Bendradarbiavimo stiprinimas;
- 4 kryptis: Suvokimo didinimas.

Toliau pateikiamas šių prioritetingų krypčių aprašymas.

4.1. DIZAINO EDUKACIJOS STIPRINIMAS

1 prioritetingoje kryptyje „Dizaino edukacijos stiprinimas“ numatyti uždaviniai ir veiksmai yra skirti didinti visų šalies piliečių raštingumą dizaino srityje ir skatinti dizaino mokymosi kultūrą visuose švietimo sistemos lygmenyse. Siūlomi veiksmai orientuoti tiek į dizaino pasiūlos gerinimą (t.y. į kokybišką dizaino specialistų rengimą ir galimybių dizaino specialistams bei pedagogams didinti kompetenciją sudarymą), tiek į dizaino paklausos didinimą ilgalaikėje perspektyvoje (t.y. dizaino sukuriamos naudos ir vertės suvokimo didinimą vaikų ir jaunimo tarpe, vertinant juos kaip potencialius dizaino produktų ir paslaugų vartotojus, taip pat dizaino mokymų įmonių vadovams organizavimą).

Siekiant kurti dizainu paremtas inovacijas, šalies įmonėms ir viešajam sektoriui reikalingi pasauliniu mastu konkurencingi dizaino specialistai. Atsižvelgiant į dizaino sektoriaus atstovų nuomonę, rengiant dizaino specialistus, ypatingas dėmesys turi būti skiriamas studijų ir MTEP infrastruktūros atnaujinimui ir stiprinimui, studijų programų tobulinimui (stiprinant studentų ekonominę suvokimą, bendruosius įgūdžius dirbant su kitų sričių specialistais, taip pat supratimą apie globalios rinkos tendencijas) ir studentų karjeros planavimui. Aukštosiomis mokykloms reikalinga stiprinti tarpusavio bendradarbiavimą, inicijuoti ir įgyvendinti tarpdisciplininius projektus (pvz. studijų programas, praktikas ir kt.), kurios apjungtų dizaino, technologinių ir vadybos mokslo disciplinas. Studentų rengimo procese būtina didinti pažangių verslo įmonių, kaip potencialių darbdavių ir „geros verslo praktikos“ pavyzdžių, į(si)traukimą (kviečiant verslo atstovus skaityti paskaitas, dalyvauti baigiamųjų darbų vertinime, praktikos atlikime, supažindinant studentus su karjeros galimybėmis ir pan.).

1 kryptyje numatytų veiksmų įgyvendinime rekomenduojama aktyviau įsitraukti dizaino asociacijoms, taip stiprinant savo vaidmenį ir panaudojant turimas kompetencijas.

4.2. MOKSLO IR ŽINIŲ PERDAVIMO PLĖTRA

2 prioritetingoje kryptyje „Mokslas ir žinių perdavimo plėtra“ numatyti uždaviniai ir veiksmai yra skirti dizaino inovacijų pajėgumams, o kartu ir juos naudojančio verslo konkurencingumui, didinti.

Dizaino srities MTEP veiklos gali prisidėti prie visų sumanios specializacijos prioritetų įgyvendinimo. Esminė šio proceso prielaida yra dizaino mokslo ir studijų įstaigų bendradarbiavimas su technologinių aukštųjų mokyklų mokslininkais, vykdant bendrus tyrimus fundamentinių ir taikomųjų mokslinių tyrimų srityse. Kita svarbi sąlyga yra bendrų mokslo, tarp jų dizaino, ir verslo MTEP projektų įgyvendinimas, atsižvelgiant į įvairiems ūkio sektoriams aktualias temas bei rezultatų komercinimo galimybes. Šioms, pirmiausia eksperimentinės plėtros veikloms, įgyvendinti būtina plėsti dizaino mokymo įstaigų materialinę bazę.

Siekiant pilnai panaudoti dizaino MTEP potencialą, svarbu plėtoti dizaino MTEP sistemos tinklavedį, t.y. bendradarbiavimą su integruotų mokslo, studijų ir verslo centrais (slėniais), mokslo technologijų parkais ir kitomis inovacijų skatinimu užsiimančiomis institucijomis, didinant galimybes dizaino tyrėjams įsijungti į bendrus tyrimų projektus tiek šalyje, tiek ir tarptautiniu mastu.

Dizaino įtraukimas į naujų, aukštos pridėtinės vertės produktų kūrimo procesą yra būtina sąlyga šalies įmonėms, siekiant konkuruoti globalioje rinkoje. Dizaino MTEP veikla gali ženkliai prisidėti prie įvairių ūkio sektorių įmonių konkurencingumo didinimo, pirmiausia per inovacinių konsultacinių paslaugų, susijusių su dizainu, teikimą verslui, taip pat per dizaino MTEP integraciją į įvairių verslo sektorių įmonių vykdomus MTEP projektus. Tačiau, atsižvelgiant į tai, kad vis dar trūksta supratimo apie dizaino MTEP veiklos vaidmenį naujų produktų kūrimo procese, reikalinga kuo plačiau supažindinti įvairių ūkio sektorių įmones su dizaino MTEP panaudojimo galimybėmis, o dizaino verslo atstovus informuoti apie galimybes pasinaudoti ES struktūrinių fondų paramos priemonėmis.

4.3. BENDRADARBIAVIMO STIPRINIMAS

3 prioritetineje kryptyje “Bendradarbiavimo stiprinimas” numatyti uždaviniai ir veiksmai yra skirti kryptingai ir veiksmingai dizaino politikai Lietuvoje užtikrinti, suvienijant dizaino sektoriaus plėtra suinteresuotas puses ir prisijungiant prie Europoje vykdomų dizaino plėtrai skirtų iniciatyvų, taip pat palankios aplinkos šalyje dizaino sektoriaus sąveikos su kitais sektoriais sudarymui.

Kaip viena didžiausių kliūčių, stabdančių dizaino plėtrą Lietuvoje, yra išskiriamas vieningos struktūros, kuri apjungtų įvairius dizaino sektoriaus atstovus, suteiktų kryptį dizaino plėtrai ir atstovautų dizaino sektoriui politiniame lygmenyje šalyje ir tarptautiniu mastu, trūkumas. Remiantis užsienio šalių patirtimi, nacionaliniu mastu veikiantis dizaino tarpininkas (nacionalinis dizaino centras ar dizaino taryba) sąlygoja ženklų postūmį dizaino sektoriaus plėtrai. Tuo tikslu rekomenduojama Lietuvoje įsteigti nacionalinę dizaino tarybą, kurios veikla ilgalaikėje perspektyvoje apimtų ryšių tarp valdžios institucijų, įmonių, dizaino agentūrų, švietimo įstaigų palaikymą, taip pat konsultavimą dizaino politikos klausimais, grįžtamojo ryšio tarp dizaino politiką įgyvendinančių institucijų ir naudos gavėjų užtikrinimą ir kt. Siekiant palaikyti nuoseklų dialogą tarp aukštųjų mokyklų, dizainerių bendruomenės, pramonės ir valdžios institucijų, siūloma kasmet organizuoti Nacionalinį dizaino forumą.

Bendradarbiavimas mikrolygmenyje (t.y. tarp dizainerių ir potencialių jų paslaugų naudotojų) sudarytų sąlygas tiek dizaino verslo stiprėjimui, tiek dizaino paslaugų paklausos augimui. Kaip bendradarbiavimą skatinančios priemonės siūlomas dizaino verslo

akseleravimo programų aukštosiose mokyklose vykdymas, dizaino verslo inkubatoriaus įsteigimas, dizaino sektoriaus atstovų įsijungimas į šalyje veikiančius klasterius, taip pat bendri pilotiniai projektai su viešuoju sektoriumi, sprendžiantys socialines, aplinkosaugines ir kitas problemas.

4.4. SUVOKIMO DIDINIMAS

4 prioritetinėje kryptyje „Suvokimo didinimas“ numatyti uždaviniai ir veiksmai yra orientuoti į supratimo didinimą apie dizaino įtaką socialinei, ekonominei šalies plėtrai bei poveikį inovacijoms įvairiose srityse.

Lietuvoje nuolat vyksta dizainerių ar dizaino įmonių pasiekimus pristatantys renginiai, tačiau jų įtaka dizaino vaidmens suvokimui visuomenėje per maža. Būtina kryptingesnė, į tikslines auditorijas orientuota dizaino propagavimo veikla. Rekomenduojama plėsti šių renginių dalyvių ratą, pirmiausia orientuojantis į verslo įmonių, asocijuotų verslo struktūrų bei viešojo sektoriaus aktyvesnę dalyvavimą. Konkursas jauniems dizaineriams turėtų įgyti nacionalinio, o vėliau gal ir tarptautinio (pvz. Baltijos šalių) konkurso statusą, turėtų būti išplėstas dalyvių bei apdovanojimų kategorijų sąrašas, o laimėtojams sudarytos galimybės įgyvendinti inovatyvius projektus.

Dizaino sektoriaus vaidmens suvokimo stoką sąlygoja ir tai, kad nėra išsamios, sistemingos informacijos apie šio sektoriaus apimtį, augimo tempus, dizaino paslaugų pasiūlą bei paklausą verslo įmonėse ir viešajame sektoriuje. Kartu nėra galimybės objektyviai įvertinti dizaino vaidmenį šalies ūkio plėtrai, įtaką inovacijų sistemai bei tarptautiniam konkurencingumui.

Prie aiškesnio dizaino vaidmens visuomenėje supratimo prisidėtų geros praktikos pavyzdžių apie dizaino panaudojimą inovacinėje veikloje ar verslo konkurencingumo didinimui sklaida, taip pat dizaino panaudojimo viešųjų paslaugų tobulinimui galimybių viešinimas. Viešinimo kompanija galėtų apimti publikacijas, TV ir radio laidas dizaino tematika, įvairių renginių organizavimą bei socialinių tinklų galimybių panaudojimą. Siūloma svarstyti galimybes dizaino propagavimo veiklą integruoti į inovacijų populiarinimo veiklas. Svarbus ir aktyvus Lietuvos dizaino pasiekimų pristatymas užsienio rinkose (konkursuose, parodose ir kituose renginiuose).

5. REKOMENDACIJOS IR PASIŪLYMAI

Šiame skyriuje detalizuojami kiekvienoje prioritentinėje kryptyje rekomenduojami įgyvendinti uždaviniai ir veiksmai, numatant potencialias įgyvendinančias institucijas, finansavimo šaltinius ir stebėsenos rodiklius.

17 paveikslas. Lietuvos dizaino sektoriaus plėtros veiksmų planas

1 prioritetinė kryptis: Dizaino edukacijos stiprinimas

1.1. uždavinys. Stiprinti dizaino edukaciją vaikams ir jaunimui bendrojo ugdymo bei neformaliojo ugdymo lygmenyse

Veiksmai	Institucijos	Finansavimas	Rodikliai
1.1.1. Inicijuoti dizaino mokymus bendrojo ugdymo lygmenyje, integruojant dizaino modulį į dailės ir/ar technologijų pamokas	Asociacijos, aukštosios mokyklos ir kt. socialiniai partneriai kartu su bendrojo ugdymo mokyklomis	ŠMM	Įgyvendintų pilotinių projektų skaičius
1.1.2. Plėtoti dizaino mokymą neformaliojo ugdymo įstaigose	Neformaliojo ugdymo įstaigos, savivaldybės, asociacijos	ŠMM, ES SF lėšos	Įgyvendintų projektų skaičius

1.2. uždavinys. Gerinti dizaino studijų kokybę aukštosiose mokyklose

Veiksmai	Institucijos	Finansavimas	Rodikliai
1.2.1. Atnaujinti ir stiprinti dizaino MTEP ir studijų infrastruktūrą aukštosiose mokyklose	Aukštosios mokyklos	ŠMM, ES SF lėšos	Įgyvendintų infrastruktūros projektų skaičius
1.2.2. Įdiegti dizaino specialybės studentų rengimo programose naujus verslumą ir lyderystę skatinančius mokymo (mokymosi) modulius	Aukštosios mokyklos	ŠMM, ES SF lėšos	Programų, kuriose įdiegti nauji verslumo ir lyderystę skatinantys mokymo moduliai
1.2.3. Kurti naujas dizaino studijų programas (ar modulius), atitinkančias globalias dizaino ir rinkos plėtros tendencijas	Aukštosios mokyklos	ŠMM	Sukurtų naujų programų (ar modulių) skaičius
1.2.4. Stiprinti aukštųjų mokyklų vaidmenį dizaino specialybės studentų praktikos organizavime	Aukštosios mokyklos kartu su Lietuvos ir užsienio socialiniais partneriais	ŠMM, ES SF lėšos	Įgyvendintų pilotinių projektų skaičius

1.2.5. Stiprinti dizaino specialybės studentų karjeros planavimą, teikiant konsultacines paslaugas, organizuojant Karjeros dienas ir kt.	Aukštosios mokyklos kartu su socialiniais partneriais	ŠMM, SADM, ES SF lėšos	Paslaugomis pasinaudojusių dizaino specialybės studentų skaičius
--	---	------------------------	--

1.3. uždavinys. Didinti kvalifikacijos kėlimo galimybes dizaino srityje dirbantiems asmenims

Veiksmai	Institucijos	Finansavimas	Rodikliai
1.3.1. Organizuoti pedagoginių darbuotojų kvalifikacijos tobulinimąsi dizaino srityje	Neformaliojo ugdymo įstaigos, aukštosios mokyklos	ŠMM, ES SF lėšos	Apmokytų asmenų skaičius
1.3.2. Organizuoti specializuotus mokymus dizaineriams, ypač orientuojantis į tarptautinės patirties įgijimą	Asociacijos	ŪM, ES SF lėšos	Apmokytų asmenų skaičius
1.3.3. Organizuoti dizaino mokymus įmonių aukščiausio lygio ir vidurinės grandies vadovams	Asociacijos	ŪM, ES SF lėšos	Apmokytų asmenų skaičius

2 prioritetinga kryptis: Mokslo ir žinių perdavimo plėtra

2.1. uždavinys. Plėtoti dizaino srities mokslinę veiklą ir žinių perdavimą aukštojo mokslo institucijose

Veiksmai	Institucijos	Finansavimas	Rodikliai
2.1.1. Integruoti dizaino tyrimus į aukštųjų mokyklų vykdomus fundamentinius tyrimus, prisidedančius prie sumanios specializacijos prioritetų įgyvendinimo	Mokslo ir studijų institucijos	ŠMM, ES SF lėšos	Bendrų projektų skaičius
2.1.2. Integruoti dizaino tyrimus į bendrus verslo ir mokslo projektus, prisidedančius prie sumanios specializacijos prioritetų įgyvendinimo	Mokslo ir studijų institucijos kartu su socialiniais partneriais	ŠMM, ES SF lėšos	Įgyvendintų projektų skaičius
2.1.3. Stiprinti mokslo ir studijų institucijų infrastruktūrą, skirtą eksperimentinės plėtros veikloms vykdyti	Mokslo ir studijų institucijos kartu su socialiniais partneriais	ŠMM, ES SF lėšos, privačios lėšos	Įrengtos infrastruktūros plotas
2.1.4. Plėtoti dizaino MTEP veiklos komercinimo paslaugas	Mokslo ir studijų institucijos	ŠMM, ŪM, MITA, ES SF lėšos	Paslaugomis pasinaudojusių skaičius

2.1.5. Plėtoti dizaino MTEP sistemos dalyvių tinklaveiką šalyje ir tarptautiniu mastu	Mokslo ir studijų institucijos, inovacijų paramos struktūros	ŠMM, ES SF lėšos	Bendrų renginių skaičius
---	--	------------------	--------------------------

2.2. uždavinys. Išnaudoti dizaino kaip inovacijų kūrimo priemonę įmonių konkurencingumui didinti

Veiksmai	Institucijos	Finansavimas	Rodikliai
2.2.1. Plėtoti inovacijų konsultacines paslaugas, susijusias su dizaino MTEP (pvz. dizaino auditas, ekspertizės)	Inovacijų centrai, technologiniai inkubatoriai, mokslo ir technologijų parkai	ŪM, ES SF lėšos	Paslaugomis pasinaudojusių subjektų skaičius
2.2.2. Skatinti įmones integruoti dizaino tyrimus į vykdomas MTEP veiklas	ŪM	ŪM, ES SF lėšos	Finansuotų verslo MTEP projektų, kuriuose integruoti dizaino tyrimai, skaičius
2.2.3. Organizuoti informacinius renginius, skirtus informuoti apie ES SF finansavimo galimybes dizaino verslui ir dizaino paslaugų naudotojams	ŪM, MITA, VŠĮ "Versli Lietuva"	ŪM	Viešinio kampanija

3 prioritetinga kryptis: Bendradarbiavimo stiprinimas

3.1. uždavinys. Stiprinti Lietuvos dizaino sektoriaus atstovavimą nacionaliniu ir tarptautiniu mastu

Veiksmai	Institucijos	Finansavimas	Rodikliai
3.1.1. Įsteigti Nacionalinę dizaino tarybą, kuri vienyti dizaino sektoriaus plėtra suinteresuotas puses ir vykdytų jų veiklos koordinavimą	ŪM, KM, ŠMM kartu su asociacijomis, aukštosiomis mokyklomis, kitais socialiniais partneriais	ŪM, KM, ŠMM	Įsteigta Nacionalinė dizaino taryba, vykdomos veiklos
3.1.2. Įsijungti į tarptautinę organizacijos SEE Platform veiklą	Vilniaus dailės akademija	ŠMM, ŪM, ES SF lėšos	Narystė tarptautinėje organizacijoje
3.1.3. Organizuoti kasmetinį nacionalinį dizaino forumą	Aukštosios mokyklos kartu su socialiniais partneriais, valdžios institucijomis	ŠMM, ŪM, KM, ES SF lėšos	Suorganizuotas kasmetinis renginys, pritrauktų dalyvių skaičius

3.2. uždavinys. Stiprinti dizaino verslą ir sąveiką su kitais sektoriais

Veiksmai	Institucijos	Finansavimas	Rodikliai
3.2.1. Įgyvendinti dizaino verslo akseleravimo programas, bendradarbiaujant su technologinės ir vadybos krypties aukštosiomis mokyklomis	Aukštosios mokyklos, kiti socialiniai partneriai	ŪM, ŠMM, MITA, ES SF lėšos	Įgyvendintų projektų skaičius, įsteigtų inovatyvių įmonių skaičius
3.2.2. Stiprinti konsultacinę veiklą, skirtą dizaino verslo įsteigimui ir plėtrai	Inovacijų centrai, VŠĮ Versli Lietuva	ŪM, ES SF lėšos	Konsultacinėmis paslaugomis pasinaudojusių subjektų skaičius
3.2.3. Įkurti dizaino verslo inkubatorių	Vilniaus dailės akademija ir socialiniai partneriai	ŪM, ES SF lėšos	Įkurtas dizaino verslo inkubatorius
3.2.4. Skatinti dizaino sektoriaus įmones ir organizacijas išsijungti į šalyje veikiančius inovatyvius ir/ar verslo klasterius ir dalyvauti bendruose projektuose	Asociacijos, inovacijų centrai, aukštosios mokyklos	ŪM	Paremtų subjektų skaičius
3.2.5. Įgyvendinti dizaino panaudojimo viešųjų paslaugų tobulinimui skirtus pilotinius projektus, sprendžiančius socialines, aplinkosaugines ir kitas problemas	SADM, SAM, ŪM	SADM, SAM, ŪM, ES SF lėšos	Įgyvendintų pilotinių projektų skaičius

4 prioritetingė kryptis: Suvokimo didinimas

4.1. uždavinys. Stiprinti vykdomas dizaino propagavimo veiklas

Veiksmai	Institucijos	Finansavimas	Rodikliai
4.1.1. Stiprinti kasmetinį nacionalinį dizaino propagavimo renginį su apdovanojimu, siekiant aktyvaus verslo asocijuotų struktūrų ir viešojo sektoriaus dalyvavimo	Asociacijos kartu su socialiniais partneriais	KM, ŪM, ŠMM	Įgyvendintas renginys

4.1.2. Stiprinti kasmetinio konkurso jaunesiems dizaineriams vaidmenį nacionaliniu ir tarptautiniu mastu, išplečiant kategorijas, pritraukiant platesnį konkurso dalyvių ratą ir stiprinant komercializavimo galimybes geriausiems projektams	Vilniaus dailės akademija kartu su socialiniais partneriais	ŠMM, KM, , ŪM, ES SF lėšos	Įgyvendintas renginys
---	---	----------------------------------	-----------------------

4.2. uždavinys. Didinti žinomumą apie Lietuvos dizaino sektoriaus potencialą nacionaliniu ir tarptautiniu mastu

Veiksmai	Institucijos	Finansavimas	Rodikliai
4.2.1. Įgyvendinti viešumo kampaniją, skirtą dizaino kaip inovacijos sistemos dalies propagavimui	ŪM kartu su socialiniais partneriais	ŪM, ES SF lėšos	Viešinio kampanija
4.2.2. Atlikti išsamų Lietuvos dizaino sektoriaus tyrimą, kuriame būtų įvertintas dizaino naudojimo mastas įmonėse ir viešajame sektoriuje, dizaino sektoriaus dydis, dizaino specialistų atitiktis darbo rinkai ir kt.	ŪM	ŪM	Atliktas tyrimas
4.2.3. Populiarinti dizaino MTEP sprendinių diegimą viešajame sektoriuje	MITA, ŪM	MITA, ŪM, ES SF lėšos	Viešinio renginių skaičius
4.2.4. Pristatyti Lietuvos dizainerių idėjas ir sukurtus produktus užsienio rinkose	KM, URM kartu su asociacijomis, aukštosiomis mokyklomis	KM, URM	Pristatymų užsienio valstybėse skaičius

Numatoma, jog Lietuvos dizaino sektoriaus plėtros veiksmų planas turės teigiamą įtaką „Lietuvos inovacijų plėtros 2014-2020 metų programos“ įgyvendinimui, t.y. prisidės prie šių programos rodiklių pasiekimo:

Prioritetinė kryptis

Rodiklis

1 prioritutinė kryptis: Dizaino edukacijos stiprinimas

- 1 Ugdymo įstaigų, kuriose įdiegtos kūrybiškumo ir inovatyvaus mąstymo skatinimo programos, dalis (proc.)
- 2 Užimtumas žinioms imliuose sektoriuose (proc.)
- 3 Privačių išlaidų švietimui dalis, palyginti su BVP (proc.)

2 prioritinė kryptis: Mokslo ir žinių perdavimo plėtra

- 4 Aukštojo mokslo išlaidos MTEP, palyginti su BVP (proc.)
- 5 MTEP lygis (vieta Pasaulio inovacijų indekse)
- 6 Verslo sektoriaus išlaidos MTEP, palyginti su BVP
- 7 Universitetų ir verslo bendradarbiavimas (vieta Pasaulio inovacijų indekse)

3 prioritinė kryptis: Bendradarbiavimo stiprinimas

- 8 Verslo subjektų, teigiamai vertinančių MTEP ir inovacijų skatinimo institucijų teikiamas paslaugas, dalis (proc.)
- 9 Veikiančių MVĮ skaičius, fizinių asmenų, vykdančių individualią veiklą, ir savarankiškai dirbančių asmenų skaičius 1 tūkst. gyventojų
- 10 Klasterių išsivystymo lygis (vieta Pasaulio inovacijų indekse)

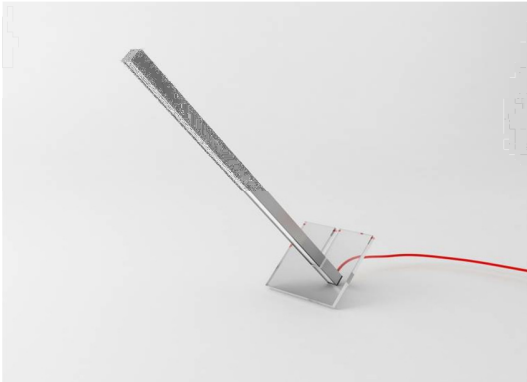
4 prioritinė kryptis: Suvokimo didinimas

- 11 Inovacijas diegiančių MVĮ dalis iš visų MVĮ (proc.)
- 12 MVĮ, diegiančių naujus produktus ir procesus, dalis iš visų MVĮ (proc.)
- 13 Valdžios išlaidos MTEP, palyginti su BVP (proc.)

Atsižvelgiant į „Kultūrinių ir kūrybinių industrijų 2014–2020 m. plėtros strategijos“ projektą, Lietuvos dizaino sektoriaus plėtros veiksmų planas prisidės prie visų šiame dokumente (projekte) numatytų rodiklių pasiekimo (t.y. kultūrinių ir kūrybinių industrijų sektoriaus sukuriamos BVP dalies, pridėtinės vertės, eksporto dalies, darbo vietų skaičiaus, taip pat viešųjų ir privačių investicijų augimo).

6. PRIEDAI

1 PRIEDAS. VILNIAUS DAILĖS AKADEMIJOS MTEP PROJEKTO KOMERCINIMO PAVYZDYS

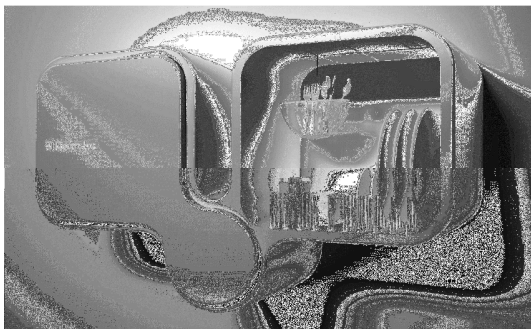


Šviestuvas

Dizainas: Živilė Lukšytė

Gamintojas: “Gruppo Status” (Italija)

2 PRIEDAS. VILNIAUS DAILĖS AKADEMIJOS STUDENTŲ DARBŲ PAVYZDŽIAI



Indaplovė

Dizainas: Toma Brundzaitė

Apdovanojimas:

Electrolux Design Lab Finalist Prize



Virtuvės įranga vienos rankos nevaldantiems žmonėms

Dizainas: Gabrielė Meldaikytė

Apdovanojimai:

1-a vieta SaloneSatellite WorldWide Moscow 2009

3-a vieta "I Salone Premio SaloneSatellite" 2010



Naujos kartos multifunkcinis navigacinis prietaisas senyvo amžiaus žmonėms

Dizainas: Eglė Ugintaitė

Apdovanojimas:

Fujitsu Design Award Grand Prix



Dirbtinės širdies kuprinė-diržas

Dizainas: Jevgenija Sidorevič

Gamintojas: Berlin Heart GmbH (Vokietija)

3 PRIEDAS. PRODUKTO DIZAINO MTEP PROJEKTO TRUMPAS APRAŠYMAS

MTEP etapo numeris	Veiklos aprašymas	Veiklos rezultatas
1	Fundamentinių žinių, apie kultūrinius / socialinius visuomenės bei vartotojų elgsenos pokyčių tendencijas ir dėsningumus, naujas technologijas ir medžiagas, išsigijimas.	Fundamentinių mokslinių tyrimų pagrindu suformuluota idėja – sukurti produkto naują dizainą, reaguojant į vartotojų elgsenos pokyčių tendencijas ir dėsningumus bei į naujų medžiagų kompozicinį panaudojamumą.
2	Produkto naujo dizaino koncepcijos formuluojamos teoriniu lygmeniu, grindžiant anksčiau atliktų naujausių tyrimų rezultatais socialinių mokslų ir medžiagotyros srityje, modeliuojant koncepcijų alternatyvas šiose dimensijose: forma, funkcija, struktūra, medžiagos, kompozicija ir kt.	Suformuluotos kelios (dažniausiai 3-4, bet gali būti ir daugiau priklausomai nuo produkto tipo) žinių taikymo, koncepcijos siekiant sukurti produkto naują dizainą, reaguojant į vartotojų elgsenos pokyčių tendencijas ir dėsningumus bei į naujų medžiagų kompozicinį panaudojamumą.
3	<p>Teoriniais ir eksperimentiniais taikomaisiais moksliniais tyrimais ir jų rezultatais patvirtinamas koncepcijų įgyvendinamumas, vertinant pagal šias dedamąsias:</p> <ul style="list-style-type: none"> - medžiagų savybės (medžiagų savybių tyrimas); - medžiagų apdirbimo technologijos (technologijų tyrimas medžiagų formos, struktūros ir galimų kompozicijų formavimo kontekste); - vizualinis adekvatumas (vartotojų elgsenos modeliavimas: fokus grupės, interviu). <p>Patvirtinamos/paneigiamos prielaidos dėl atskirų produkto dizaino aspektų ir elementų.</p>	Įrodytas koncepcijų įgyvendinamumas, pasirenkama konkreti produkto naujo dizaino kūrimo koncepcija, nustatyti esminiai parametrai produkto dizainui kurti (funkciniai ir techniniai parametrai, vizualizacija: brėžiniai, eskizai, piešiniai).
4	Produkto dizaino (modelio) – produkto sąlyginio (alfa) prototipo – kūrimas/gaminimas. Vykdomas produkto sąlyginio (alfa) prototipo vizualinio adekvatumo ir technologinio įgyvendinamumo testavimas (ekspertinis vertinimas). Rengiamos rekomendacijos dėl tobulinimo (tolimesnė produkto prototipo versija).	Sąlyginis produkto (alfa) prototipas. Rekomendacijos dėl tobulinimo. <i>Alfa prototipas gali būti pagamintas iš sąlyginių medžiagų, mažesnio mastelio, gali būti imituojamos technologijos arba nepilnai veikti visos funkcijos (priklausomai nuo produkto tipo)</i>

MTEP etapo numeris	Veiklos aprašymas	Veiklos rezultatas
5	<p>Produkto dizainas (modelis) – produkto sąlyginis (alfa) prototipo – patikrinimas imituojant realias sąlygas: formuojamos fokus ir technologų ekspertų grupės, atliekamas vizualinio adekvatumo ir technologinio igyvendinamumo vertinimas.</p> <p>Pagal galimybes ir poreikį atliekamas modelio techninis testavimas (priklausomai nuo modelio ir produkto) bei pristatymas visuomenei (pvz. parodose).</p>	<p>Produkto dizainas (modelis) – produkto sąlyginis (alfa) prototipas įvertintas imituojant realias (vartotojų elgsenos ir technologinio igyvendinamumo) sąlygas.</p> <p>Paruoštas produkto naujo dizaino prototipo gamybos projektas (funkciniai ir techniniai parametrai, vizualizacija: brėžiniai, eskizai, piešiniai).</p>
6	<p>Sukuriamas/pagaminamas produkto naujo dizaino (beta versija) prototipas. Jam suteikiama reikiama konfigūracija, turinys, išvaizda ar kitos savybės. Atliekamas prototipo techninis testavimas laboratorinėse sąlygose (esant poreikiui atliekamos korekcijos).</p>	<p>Galutinis produkto naujo dizaino (beta versija) prototipas. Patvirtintas techninis adekvatumas laboratorinėse sąlygose.</p> <p><i>Beta prototipas – realus produkto maketas/ bandomoji produkto versija.</i></p>
7	<p>Galutinis produkto naujo dizaino (beta versija) prototipas demonstruojamas tam tikroje socialinėje aplinkoje (pvz. parodose ir/ar viešoje erdvėje)</p>	<p>Patikrintas naujo dizaino (beta versija) prototipo adekvatumas vartotojų elgsenos pokyčių tendencijoms ir dėsningumams (ataskaita).</p>
8	<p>Pagaminama naujo dizaino produktų bandomoji partija. Pasinaudojama subjektų, teikiančių mažatiražės gamybos paslaugas, paslaugomis. Įvertinami tiražavimo technologiniai aspektai bei jų įtaka produkto savybėms.</p>	<p>Naujo dizaino produkto bandomoji partija. Tiražavimo įtakos produkto parametrų vertinimo ataskaita.</p>
9	<p>Naujo dizaino produktai pristatomi potencialiems vartotojams/klientams. Produktai demonstruojami:</p> <ul style="list-style-type: none"> - erdvėse, maksimaliai artimose jų kasdienei lokacijai (praktinio panaudojimo erdvės/vietos); - parodose. <p>Naujo dizaino produkto adekvatumas vartotojų elgsenos pokyčių realijoms vertinamas atliekamas taikant stebėjimo ir apklausos metodus.</p>	<p>Patvirtinamas naujo dizaino adekvatumas vartotojų elgsenos pokyčių realijoms ir tendencijoms.</p>

4 PRIEDAS. GALIMYBIŲ STUDIJOS RENGIMO METU TAIKYTI TYRIMŲ METODAI

GRUPINĖS DISKUSIJOS

Laikas:

2014-11-07 (akademinės bendruomenės poreikių aptarimas)

2014-11-14 (dizainerių bendruomenės poreikių aptarimas)

2014-11-28 (pramonės atstovų poreikių aptarimas)

Vieta:

Vilniaus dailės akademija

Naudotas diskusijos metodas:

World Café

Skelbiami diskusijų rezultatai:

Susitikimo su akademinė bendruomene rezultatai <http://www.dic.lt/index.php/pageid/947>

Susitikimo su dizainerių bendruomene rezultatai <http://www.dic.lt/index.php/pageid/948>

Susitikimo su pramonės atstovais rezultatai <http://www.dic.lt/index.php/pageid/949>

INDIVIDUALŪS INTERVIU

Laikas:

2014 m. spalio – lapkričio mėn.

Dalyviai:

UAB „Rubineta“, UAB „ACME Europe“, AB „Stumbras“, UAB „Kalvis“, UAB „Narbutas“, Vilniaus dizaino kolegijos, Vilniaus technologijų ir dizaino kolegijos, Lietuvos dizainerių sąjungos, Lietuvos grafinio dizaino asociacijos atstovai.

Naudotas metodas:

Pusiau struktūruotas interviu

5 PRIEDAS. SANTRUMPOS

MTEP - moksliniai tyrimai ir eksperimentinė plėtra
BVP – bendrasis vidaus produktas
ES – Europos Sąjunga
NVS – Nepriklausomų valstybių sandrauga
VDA – Vilniaus dailės akademija
KTU – Kauno technologijos universitetas
LGDA - Lietuvos grafinio dizaino asociacija
MITA – mokslų ir technologijų agentūra
MVĮ – mažos ir vidutinės įmonės
SVV subjektai – smulkaus ir vidutinio verslo subjektai
IT – informacinės technologijos
KKI – kultūrinės ir kūrybinės industrijos
ŪM – LR Ūkio ministerija
KM – LR Kultūros ministerija
ŠMM – LR Švietimo ir mokslo ministerija
SADM – LR Socialinės apsaugos ir darbo ministerija
SAM - LR Sveikatos apsaugos ministerija
ES SF lėšos – Europos Sąjungos struktūrinių fondų lėšos

6 PRIEDAS. SVARBIAUSI INFORMACIJOS ŠALTINIAI

Teisiniai dokumentai:

LR Vyriausybės 2012 m. birželio 6 d. nutarimas Nr. 650 „Dėl rekomenduojamos mokslinių tyrimų ir eksperimentinės plėtros etapų klasifikacijos aprašo patvirtinimo“ (Žin. 2012, Nr. 66-3344).

LR Vyriausybės 2014 m. balandžio 30 d. nutarimas Nr. 411 „Dėl Prioritetinių mokslinių tyrimų ir eksperimentinės (socialinės, kultūrinės) plėtros ir inovacijų raidos (sumanios specializacijos) kryptių ir jų prioritetų įgyvendinimo programos patvirtinimo“.

LR Vyriausybės 2009 m. gruodžio 23 d. nutarimas Nr. 1749 „Dėl studijų sričių ir kryptių, pagal kurias vyksta studijos aukštosiose mokyklose, sąrašo ir kvalifikacinių laipsnių sąrašo patvirtinimo“.

LR Švietimo ir mokslo ministro įsakymas 2010 m. vasario 19 d. Nr. V-222 „Dėl studijų kryptis sudarančių šakų sąrašo patvirtinimo“.

Dizaino krypties studijų aprašas, 2013 m.

LR dizaino įstatymas 2002 m. lapkričio 7 d. Nr. IX-1181.

LR Vyriausybės 2013 m. gruodžio 18 d. nutarimas Nr. 1281 „Dėl Lietuvos inovacijų plėtros 2014-2020 m. programos patvirtinimo“.

Kultūrinių ir kūrybinių industrijų 2014-2020 m. plėtros strategija (projektas).

EU Commission “Staff Working Document Design as a Driver of User-Centered Innovation” SEC(2009)501 final.

Design for Growth&Prosperity. Report and Recommendations of the European Design Leadership Board, European Design Innovation Initiative, 2012.

Commission staff working document Implementing an Action Plan for Design-Driven Innovation, SWD(2013) 380 final.

Studijos:

Pasiūlymai dėl Lietuvos sumanios specializacijos prioritetinių kryptių. Parengė tarptautinė nepriklausoma ekspertų grupė, 2013.

Mantas Biekša. 2010 m., 2011 m., 2012 m. inovacinių čekių ir 2012 m., 2013 m. inočekių analizė, 2013.

The Complex Development of Lithuanian Design, Mollerup Designlab A/S, 2008

Guidelines for collecting and interpreting design data, A proposal for a future Barcelona Manual on Design, „€Design“, June 2014.

Cox Review of Creativity in Business: Building on the UK's Strengths, G. Cox, London, Design Council, 2005.

Mapping of international design policies and strategies for leading design schools and research institutions, Quartz+Co, the Danish Enterprise and Construction Authority, Danish Ministry of Culture, 2011.

International Design Scoreboard: Initial indicators of international design capabilities, University of Cambridge, London, 2009.

Design Policy Monitor 2012. Reviewing Innovation and Design Policies across Europe, A Whicher, G Cawood and A Walters, September, 2013.

Rafiq Elmansy, Leading Economy Through Design: Applying National Design Policies, 2014.

World Design Survey 2010, Icoграда, IDA.

Design Industry Report, Design Council, 2010.

Leading Business by Design, Warwick Business Scholl and Design Council, 2014.

Design for Public Good, Design Council, 2013.

Interneto svetainės:

Europos Komisijos interneto svetainė:

http://ec.europa.eu/enterprise/policies/innovation/policy/design-creativity/index_en.htm

Organizacijos SEE Platform interneto svetainė:

<http://www.seeplatform.eu/>

Dizaino tarybos (Jungtinė Karalystė) interneto svetainė:

www.designcouncil.org.uk

Mokslo ir studijų stebėsenos ir analizės centro (MOSTA) interneto svetainė

<http://www.mosta.lt/lt/>