



**LIETUVOS DIZAINO SEKTORIŲ KOORDINUOJANČIOS INSTITUCIJOS
POREIKIO ANALIZĖ IR GALIMYBIŲ STUDIJA**

Tyrimo ataskaita

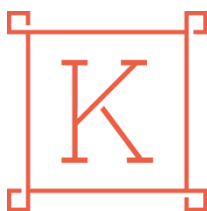
Vilnius

2019

Dizainas yra kur kas daugiau nei stilius. Jis gali būti naudojamas kaip priemonė didžiausiems pasaulio visuomenės, kultūros ir aplinkos iššūkiams atliepti, problemoms spręsti ir universaliems poreikiams bei paslaugoms gerinti.

„Ireland: The Design Island“, 2017

Tyrimas iš dalies finansuotas Lietuvos kultūros tarybos ir LR Kultūros ministerijos.



LIETUVOS
KULTŪROS
TARYBA



LIETUVOS RESPUBLIKOS
KULTŪROS MINISTERIJA

Tyrimo rengimo darbo grupė

Doc. dr. Jūratė Tutlytė, Vytauto Didžiojo universitetas

Dr. Karolina Jakaitė, Vilniaus dailės akademija

Ieva Ščervianinaitė, VšĮ „Dizaino edukacijos laboratorija“

Audronė Drungilaitė, asociacija Lietuvos dizaino forumas

Jorigė Kuzmaitė, asociacija Lietuvos dizaino forumas

Ekspertai

Dr. Giedrė Baltrušaitytė

Doc. dr. Vytautas Žirgūtis

Egidijus Mikailas

VDU Verslo praktikų centras

Apklausoje, interviu ir strateginio dizaino dirbtuvėse dalyvavę asmenys

Prof. Vakarė Bernotas, Vilniaus dailės akademija, UAB Klaipėdos dizaino centras

Doc. Juozas Brundza, Vilniaus dailės akademija

Martynas Darškus, Lietuvos kultūros taryba

Živilė Diawara, VšĮ „Menų fabrikas“ (LOFTAS)

Marius Dirgėla, Lietuvos architektų sąjunga

Vytautas Gurevičius, žurnalas CENTRAS

Sigita Ilgauskaitė, Lietuvos grafinio dizaino asociacija (LGDA)

Prof. dr. Jonas Jakaitis, Vilniaus Gedimino technikos universitetas

Laimutė Jankauskienė, LR Švietimo, mokslo ir sporto ministerija

Julija Janulaitytė, UAB „Julia Janus“

Doc. Robertas Jucaitis, Vilniaus dailės akademija, *dizainologija.lt*

Tautvydas Kaltenis, asociacija Lietuvos dizainerių sąjunga

Edvardas Kavarskas, UAB „Etiketė“ (prekės ženklas *étiquette*)

Darius Kisielius, Lietuvos grafinio dizaino asociacija (LGDA)

Prof. Audrius Klimas, Vilniaus dailės akademija

Rasa Kolesnikovaitė, UAB „Tailor-made“ (prekės ženklas *NAMUOS*)

Janina Krušinskaitė, LR kultūros ministerija

Justė Kubilinskaitė, Ekologinio dizaino asociacija (EKODA)

Lina Lagunavičienė, Lietuvos kultūros taryba

Jolanta Lapinskaitė-Vaitulionienė, Vilniaus prekybos, pramonės ir amatų rūmai

Mantas Lesauskas, dizaineris (prekės ženklas *Honorific*)

Jonas Liugaila, Lietuvos grafinio dizaino asociacija (LGDA)

Doc. Jonas Malinauskas, Vilniaus technologijų ir dizaino kolegija

Doc. Julija Mazūrienė, Vilniaus dailės akademija, prekės ženklas *Less Table*

Erika Mikulskienė, UAB EMKO

Eglė Opeikienė, UAB „March Design Studio“

Algirdas Orantas, Lietuvos grafinio dizaino asociacija (LGDA)

Aurimas Pautienius-Želvys, Lietuvos verslo paramos agentūra

Lorenzo Piazzi, „Design Library Kaunas“

Giedrė Rutkauskaitė, „Kurk Lietuvai“

Andrius Sankauskas, „Versli Lietuva“

Roma Survilienė, Nacionalinė kūrybinių ir kultūrinių industrijų asociacija

Marius Urbanavičius, Vilniaus dailės akademijos Dizaino inovacijų centras

Lina Vaičiūnienė, LR ekonomikos ir inovacijų ministerija

Dr. Inga Valentienė, Kauno kolegija

Sandra Valavičiūtė, LR švietimo, mokslo ir sporto ministerija

Dr. Rūta Valušytė, Kauno technologijos universitetas

Kristina Vilkienė, Valstybinis patentų biuras

Paulius Žeimys, „Kurk Lietuvai“

Dr. Gintautė Žemaitytė, LR kultūros ministerija

Interviu su Europos dizaino centrų atstovais

Isabel Roig, Barcelonos dizaino centras (Ispanija)

Ana Masut, *International Council of Design (ico-D)* (Kanada)

Michael Thomson, *Design Connect* (Didžioji Britanija)

Anna Kohut-Janko, *Hungarian Design Council* (Vengrija)

Dr. Miklós Bendzsel, *Hungarian Design Council* (Vengrija)

Kaboukos Dimitris, *Hellenic Design Centre* (Graikija)

Tiia Vihand, Estijos dizaino centras (Estija)

Dita Danosa, Latvijos dizaino centras (Latvija)

Hanna Gryka, Gdynės dizaino centras (Lenkija) (*Centrum Designu Gdynia*)

Karen Hennessy, Airijos amatų ir dizaino taryba (Airija)

Dėkojame visiems už dalyvavimą, suteiktą informaciją ir pagalbą:

Valstybinei mokesčių inspekcijai, Statistikos departamentui, Lietuvos kultūros tarybai,

INVEGA, *Red Dot Design Award*, *IF Design Award*

Ižangos žodis

Silpna Lietuvos dizaino politika pastūmėjo prisiimti vis daugiau atsakomybių, su kuriomis tekdavo paliesti ir didžiausius bendruomenės skaudulius – sektoriaus susiskaldymą ir koordinuotų veiksmų trūkumą. Todėl vis dažniau per neformalius susitikimus su dizaino lauko veikėjais pradėjo sklaidyti idėja apie sektorių koordinuojančios institucijos steigimo poreikį. Imtis šio tyrimo paskatino ir patirtis vykdant veiklas užsienyje: supratome, kad prieš partnerius atrodome nelabai solidūs – neturime dizaino centro, trūksta infrastruktūros, aiškių prioritetų, tęstinio finansavimo, sektoriaus monitoringo, bendros strategijos ir kitų išsivysčiusiems šalims savaimė suprantamų dizaino ekosistemos elementų, tad dalį informacijos vis dažniau tekdavo tiesiog sąmoningai nutylėti. Atlikdami šį tyrimą siekėme išklausti kuo daugiau dizaino lauko veikėjų, atskleisti vyraujančią nuotaiką, apibendrinti lūkesčius ir suformuoti pasiūlymus, kurie turėtų perspektyvą netolimoje ateityje būti įgyvendinti. Norėjome pradėti oficialų dialogą, kuris ne skaldytų, o kvieštų dizaino bendruomenę pradėti veikti kartu.

Tyrimo pradžią tarptautinei bendruomenei oficialiai pristatėme 2017 m. birželį Vilniaus *TechPark* vykusioje Europos dizaino asociacijų biuro (BEDA) generalinėje asamblėjoje. Išanalizavome skirtingą dizaino tradiciją turinčių šalių patirtis. Turbūt visų per pastaruosius dvejus metus sutiktų užsienio šalių dizaino srities ekspertų paklausiau apie jų nacionalinę dizaino politiką, tad apie šį tyrimą jau žino beveik visos Europos šalys. Dalis pokalbių nugulė šioje ataskaitoje, tačiau daug vertingų per neformalius susitikimus įvykusių pasikalbėjimų liko „už kadro“. Pokalbių metu supratau, kad su problemomis susiduriame ne tik Lietuvoje, išties dalis problematikos yra aktuali daugeliui Europos šalių (dizaino įstatymų bazė, EVRK kodai, finansavimo tęstinumo klausimai ir kt.), stipresnę dizaino tradiciją turinčios šalys šias problemas pradėjo spręsti jau prieš kelis dešimtmečius, todėl nedelsdami turime imtis koordinuotų veiksmų.

Dar 2015 m. įsitraukę į tarptautinio projekto „Design for Europe“ veiklas, dirbdami su prestižinėmis dizaino tyrimus atliekančiomis organizacijomis, tokiomis kaip Britų dizaino taryba, Danų dizaino centras, „Nesta“ ir „Pdr.“, įgijome tam tikrų specifinių tyrimų organizavimo patirties. Jau tada supratome, kad vien kelių dešimčių puslapių nespalvotų A4

popieriaus lapų ataskaitų nepakanka. Siekėme įamžinti tyrimo procesą, kūrybinių dirbtuvių momentus ir stengėmės pateikti papildomą tyrimą reziumuojančią vizualiai patrauklios formos ataskaitą, kuri taptų rekomendacija valdžios institucijoms, būtų artima ne tik akademinėi bendruomenei, aiškiai suprantama dizaineriams ir verslui, bet kartu taptų įkvėpimu skatinti dizaino plėtrą Lietuvoje.

Noriu padėkoti už paramą LR kultūros ministerijai ir Lietuvos kultūros tarybai, už didelį įdirbį tyrimo darbo komandai – doc. dr. Jūratei Tutlytei, dr. Karolinai Jakaitei ir Ievai Ščervianinaitei, strateginio dizaino dirbtuves vedusiems VDU Verslo praktikų centro ekspertams, finansinės analizės autoriams UAB „Bankinės konsultacijos“, valstybinėms institucijoms, akademinėi bendruomenei, verslo atstovams, anketinės apklausos respondentams ir visiems, kurie skyrė dalį savo brangaus laiko ir prisidėjo prie šio tyrimo sėkmingo įgyvendinimo.

Audronė Drungilaitė

Tyrimo grupės vadovė,

Lietuvos dizaino forumo valdybos narė, vykdančioji direktorė (2014–2019)

LR kultūros ir ekonomikos ir inovacijų viceministrų žodis

Dizainas yra viena iš universaliausių veiklų – sunku įsivaizduoti gyvenimo sritį, kurios jis vienaip ar kitaip neveiktų. Tai kartu ir didelį potencialą turinti industrija, susiejanti skirtingus sektorius, apimanti visą veiklų spektrą nuo inovacijų kūrimo ir įtvirtinimo iki paveldo suaktualinimo ir interpretavimo šiuolaikiniam žmogui patraukliu būdu. Stiprus dizaino sektorius visuomet ne tik kelia gyvenimo kokybės kartelę, skatina ekonomikos augimą ir didina šalies tarptautinį konkurencingumą, bet ir padeda spręsti socialines problemas, modeliuoti harmoningesnę ateitį, ugdyti sąmoningesnę visuomenę, todėl klestinčiose valstybėse dizaino sektoriui skiriama ypač daug dėmesio. Palaikomas ir stiprinamas, šis sektorius tampa patikimu partneriu kuriant tvarią ekonomiką ir kūrybingai pasitinkant ateities iššūkius.

Džiugu, kad Lietuvos dizainas pagaliau pradeda naują etapą: tarpsektorinį bendradarbiavimą turėtų įtvirtinti ir nuosekliai plėtoti netrukus darbą pradėsianti Lietuvos dizaino taryba, kuriama bendru Kultūros ir Ekonomikos ir inovacijų ministerijų sprendimu. Jai teks ne tik teikti strateginius dizaino politikos siūlymus, bet ir ieškoti būdų, kaip sutelkti dizaino bendruomenę, kad ji svariai prisidėtų kuriant klestinčią ateities Lietuvą. Mūsų dizaineriai tikrai tai gali.

Dr. Gintautė Žemaitytė

Kultūros viceministrė,

Gintaras Vilda

Ekonomikos ir inovacijų viceministras

TURINYS

IVADAS	10
---------------	-----------

1 13

1.1	13
1.2	19
1.2.1	24
1.3	34
1.4	61
1.5	69
1.5.1	69
1.5.2	86
1.5.3	92

2 94

2.1	94
2.2	98
2.2.1	98
2.2.2	99
2.2.3	99
2.2.4	102
2.3	104
2.3.1	105
2.3.2	112
2.4	116
2.4.1	117
2.4.2	121
2.4.3	124
2.4.4	127

IŠVADOS IR REKOMENDACIJOS	19
----------------------------------	-----------

EXECUTIVE SUMMARY	23
--------------------------	-----------

LITERATŪROS SARAŠAS	24
----------------------------	-----------

ILIUSTRACIJŲ IR LENTELIŲ SARAŠAS	28
-----------------------------------------	-----------

PRIEDAI	31
----------------	-----------

⇒ ĮVADAS

Taigi dizaine problemų yra. Matyt, jos bus sunkiai įveikiamos, kol neturėsime respublikoje centro, koordinuojančio dizaino darbus.

s – 80“

Nobelio premijos laureatas Herbertas Simonas „*dizaino procesą* apibūdino kaip veiksmus, skirtus esamų situacijų pakeitimui į pageidaujamas situacijas“, – šia citata pradėta pirmoji Lietuvos dizaino politikos strategijos versija, kurią tarptautinė dizaino tyrimų komanda „Mollerup Designlab“ pristatė 2008 m. Joje konstatuota, kad *Lietuva yra šalis, neturinti aiškios dizaino politikos vizijos* („The Complex Development of Lithuanian Design“, 2008). Praėjus šešeriems metams, 2014 m. ES atliktas Dizaino politikos monitoringo tyrimas paskelbė, kad *Lietuva (vis dar) yra priskiriama šalims, neturinčioms dizaino politikos*.

Per tą laiką Europos politinėje ir strateginėje dienotvarkėje radosi keletas dizaino sektoriaus plėtrai skirtų iniciatyvų. 2010 m. Europos Komisija paskelbė Komunikatą dėl Strategijos „Europa 2020“, pavyzdinę iniciatyvą „Inovacijų sąjunga“, kurioje *dizainas* numatomas kaip *strateginė priemonė inovacijoms skatinti* ir kaip priemonė, suteikianti pridėtinės vertės bei atspindinti Europos pranašumą („Europa 2020“, 2010). 2011 m. Europos Komisijos iniciatyva įkurta Europos dizaino taryba, siekiant padidinti dizaino svarbą inovacijų politikoje. 2012 m. taryba parengė ataskaitą ir pateikė dvidešimt vieną dizaino politikos rekomendaciją. Jose atkreipiamas dėmesys į Europos dizaino vaidmenį globaliu mastu, Europos įmonėse ir viešajame sektoriuje, inovacijų, tyrimų ir švietimo sistemose („Design for Growth & Prosperity“, 2012). 2013 m. paskelbtame dokumente „Dizainu grindžiamų inovacijų skatinimo veiklų plano įgyvendinimas“ apibrėžtos trys strateginės veiklos sritys: skatinti dizaino poveikio inovacijoms supratimą; dizainu grindžiamas inovacijas pramonės šakose, siekiant sustipinti Europos konkurencingumą, ir dizainu grindžiamą viešojo sektoriaus atsinaujinimą („Commission Staff Working Document, 2013“).

Antroje Lietuvos dizaino sektoriaus plėtros galimybių studijoje, kurią 2014 m. atliko Vilniaus dailės akademijos Dizaino inovacijų centras, reziumuota, kad „<...> spartesnei Lietuvos dizaino sektoriaus plėtrai ir konkurencingumo augimui yra būtinas deramas valstybės dėmesys ir finansavimas“. O vienas svarbiausių ir artimiausio laikotarpio veiksnių yra *nacionalinės dizaino tarybos įsteigimas* ir jos veiklos užtikrinimas bei įsijungimas į Europoje vykstančias dizaino sektoriaus plėtrai skirtas iniciatyvas (Lietuvos dizaino sektoriaus plėtros galimybių studija, 2014).

Po dvejų metų, 2016 m., vykdant projektą „Design for Europe“ buvo suformuluotas Lietuvai skirtos dizaino politikos veiksnių planas („Policy Workshop Report,“ 2016). Tačiau atskirų uždavinių įgyvendinimą atidėjus tam tikram laikui, šiandien galime konstatuoti, kad (ir toliau) esame šalis, kuri neturi oficialios dizaino politikos, tik iš dalies yra ją atspindėjusi apsibrėžtose dizaino plėtros gairėse (LR kultūros ministro įsakymas, 2015).

2014 m. jau aštuoniolikoje šalių pradėjo veikti bent po vieną dizaino centrą, kuris atlieka pagrindinį katalizatoriaus ir mediatoriaus vaidmenį, jungdamas dizaino sektorių su privačiu, viešuoju ir kitais sektoriais („Sharing Experience Europe“, 2014).

Lietuva yra viena iš nedaugelio šalių, neturinčių vienos sektorių reprezentuojančios institucijos.

Kaimynėje Estijoje toks centras sėkmingai veikia jau nuo 2008 m., Latvijoje – nuo 2009 m. Tai kuria nepalankią aplinką sėkmingai šalies dizaino sektoriaus reprezentacijai nacionaliniu ir tarptautiniu mastu, lemia beprasme konkurenciją, apsunkina informacijos sklaidą.

Šio tyrimo **tikslas** yra atlikti Lietuvos dizaino sektorių koordinuojančios institucijos steigimo poreikio ir galimybių analizę bei sukurti tokios institucijos steigimo projekto modelį. Tyrimas siekė atspindėti dizaino lauko bendruomenės / suinteresuotųjų požiūrį į tokios institucijos steigimą, todėl buvo atlikta **anketinė apklausa** (iš viso apklausta 100 respondentų) **ir interviu su 18 ekspertų**. Šio požiūrio „iš apačios“ pagrindu, pasitelkus strateginio dizaino dirbtuvių metodą, buvo išgryninta galima Lietuvos dizaino sektorių koordinuojančios institucijos – *Lietuvos dizaino biuro (LDB)* – koncepcija.

Atliekant Lietuvos dizaino sektorių koordinuojančios institucijos steigimo poreikio ir galimybių analizę remtasi pagrindiniais pirminių tyrimų ir informaciniais šaltiniais, Europos Komisijos strateginiais dokumentais ir kitais nacionaliniais bei tarptautiniais dokumentais (tyrimų ataskaitos, įsakymai, teisės aktai, darbiniai dokumentai), statistikos duomenimis (Eurostatu ir Lietuvos statistikos departamento duomenimis). Siūlomas Lietuvos dizaino biuro projekto modelis suformuotas remiantis atlikto empirinio tyrimo: apklausos ir ekspertų interviu (akademinės bendruomenės narių, verslo atstovų, dizainerių, politikos formuotojų) nuomonėmis bei išvalgomis. Ataskaitoje taip pat pristatytos keturios koordinuojančios institucijos steigimo įgyvendinimo alternatyvos.

1 LIETUVOS DIZAINO SEKTORIŲ KOORDINUOJANČIOS INSTITUCIJOS STEIGIMO KONTEKSTAS IR APLINKOS ANALIZĖ

1.1 Trūkinėjanti Lietuvos valstybės ir dizaino santykių tradicija

Dizainas nuo XX a. trečiojo dešimtmečio tapo ir iki šiol yra vienas iš Lietuvos kūrybinio bei ekonominio potencialo įrodymų šalyje ir už jos ribų.

Prof. dr. Giedrė Jankevičiūtė

Dizainerių poreikis kuriant Lietuvos valstybės viziją

Dizaino istorijos tyrimai rodo, kad Lietuvos valstybės ir dizaino santykiai per visą 100 metų (1918–2018) laikotarpį klostėsi gana permainingai. Dizainerių poreikis buvo juntamas dar tik kuriant Lietuvos valstybės viziją, galvojant apie vėliavą, herbą ar pinigų dizainą. „Pletojantis nepriklausomos valstybės gyvenimui, tiek XX a. pirmoje pusėje, tiek to paties šimtmečio pabaigoje, valstybės reikmėms tenkinti pritaikyto dizaino poreikis vis augo. Dizainerių reikėjo valstybės renginiams, įvairioms iškilmėms apipavidalinti; be dizainerių negalėjo apsieiti nė viena valstybės institucija: ieškota specialistų, kurie pajėgtų suprojektuoti ir dokumento blanką, ir įstaigos iškaba, ir tarnautojo uniformą.“ (G. Jankevičiūtė, 2018)

Dizaino srityje norėję dirbti dailininkai ir architektai studijuoti važiavo į garsiausias Europos mokyklas ir dizaino centrus (visada galima prisiminti Bauhauzo mokyklos absolventą Vladą Švipą (1900–1968), Paryžiuje studijavusį Joną Prapuolenį (1900–1980) ir daugelį kitų garsių tarpukario vardų). Grįžus, kai kuriems iš jų pavyko įkurti savo studijas ir privačias dirbtuves, įgyvendinti ambicingus valstybinius užsakymus, tačiau besiformuojančias dizaino ir valstybės santykių tradicijas pertraukė karas, dvi okupacijos ir reokupacija.

Institucinis tinklas sovietmečiu: dizaino biurai, institutas ir koordinuojančio dizaino centro vizija

Socialistiniai planinės ekonomikos idealai iš esmės skyrėsi nuo šiuolaikinės dizaino sampratos, tačiau sovietmečio tyrimai rodo, kad būta bandymų formuoti institucijų tinklą pagal dizaino sritis ir specializacijas.

- ⇒ 1954 m. buvo atidaryti Vilniaus modelių namai – mados dizainui skirta institucija.
- ⇒ 1957 m. Vilniuje įkurtas Baldų konstravimo biuras, kuriame buvo kuriami vienetinių naujų baldų projektai ir modeliai masinei gamybai.
- ⇒ 1961 m. Vilniaus dailės institute (dab. Vilniaus dailės akademijoje) buvo įsteigta Pramonės gaminių meninio konstravimo katedra (dab. Dizaino katedra).
- ⇒ 1964 m. Vilniuje įkurta specializuota grafinio dizaino institucija – Eksperimentinis taros ir įpakavimo konstravimo biuras.
- ⇒ 1966 m. įsteigtas Visasąjunginio techninės estetikos mokslinio tyrimų instituto (VTEMTI) Vilniaus filialas, kurio pagrindinės funkcijos buvo elektronikos ir tikslųjų prietaisų konstravimas, pramonės įmonių interjerų ir eksterjerų projektavimas.

Vėlgi reikia pridurti, kad tokių institucijų funkcionavimas buvo labai specifinis, jos veikė iškreiptomis planinės ekonomikos sąlygomis ir novatoriškiausi dizainerių sukurti projektai dažnai likdavo nerealizuoti.

Didelę įtaką Lietuvos dizaino lauke vaidino Vilniaus dailės akademijos Dizaino katedra, kurią iki 1990-ųjų baigė beveik 300 dizainerių. Kita vertus, dominuojanti industrinio funkcionalaus dizaino mokykla nesudarė sąlygų Lietuvoje susiformuoti *art* (meninio) dizaino tradicijai.

Įvairiais laikotarpiais netrūko iššūkių ir vis naujai išskildavo koordinuojančio dizaino centro poreikis. Daug pasakanti 1980 m. įžvalga, kai, surengus apžvalginę parodą „Dizainas-80“, buvo konstatuota nemažai dizaino problemų, kurias, kaip įvardyta apžvalginiame straipsnyje, padėtų išspręsti centro, koordinuojančio dizaino darbus, įsteigimas.

1987 m. buvo įkurta Lietuvos dizainerių sąjunga. Iki tol dauguma dizaino srityje dirbusių profesionalų priklausė skirtingoms sekcijoms prie Dailininkų sąjungos.

Beveik visų sovietmečio institucijų patirtis, ir teigiama, ir neigiama, nutrūko 9-ojo dešimtmečio pabaigoje, prasidėjus permainingoms ir privatizacijos procesams. Dingo visų minėtų dizaino biurų ir Techninės estetikos instituto archyvai, neišliko metodiniuose kabinetuose kelis dešimtmečius saugoti projektai ir prototipai, specializuotose bibliotekose

kaupta medžiaga. Išimtis turbūt yra tik Vilniaus dailės akademijos Dizaino katedros archyvas, ilgus metus kurtas profesoriaus Felikso Daukanto (1915–1995), ir atsakingų darbuotojų didžiąja dalimi išsaugotas iki šių dienų.

Nepriklausomos Lietuvos dizaino iniciatyvos ir jų suaktyvėjimas kas dešimt metų

1990-aisiais, Lietuvai atkūrus Nepriklausomybę, būta pastangų palaikyti tam tikrą institucinį bei tradicijų tęstinumą ir įsteigti Lietuvos dizaino centrą. Techninės estetikos instituto patalpose (A. Juozapavičiaus g., Vilniuje) buvo įkurtas Lietuvos dizaino institutas, tačiau po kelerių metų jis buvo reorganizuotas į AB Dizaino institutą, patalpos privatizuotos, o šios įstaigos veikla neviešinama.

Dizaineriai bandė prisitaikyti prie pasikeitusių ekonominių, socialinių gyvenimo sąlygų, todėl gerą dešimtmetį daugiausia dirbo įvairiose reklamos srityse. Apie tokį posūkį liudija ir 1996 m. įkurta Lietuvos grafinio dizaino asociacija, vienijanti profesionalius vizualinio dizaino kūrėjus.

Nuo 2000-ųjų pradėjo reikštis naujos kūrybinės iniciatyvos, kurtis dizaino studijos, dizaineriai ėmė rengti bendras parodas, jungtines Lietuvos dizaino ekspozicijas užsienyje. Žiūrint iš laiko perspektyvos, galima išskirti tam tikrus Lietuvos dizaino gyvenimo suaktyvėjimo laikotarpius. XXI a. 1-ajame dešimtmetyje toks naujų iniciatyvų bumus pastebimas apie 2006–2007 m. Tuo metu Vilniaus dailės akademijoje buvo įkurtas Dizaino inovacijų centras. 2006 m. Vytauto Gurevičiaus, Mariaus Dirgėlos ir Naurio Kalinausko iniciatyva įsteigtas Lietuvos dizaino forumas, surengta pirmoji „Dizaino savaitė“, startavo dizaino konkursas „Neformate“.

Po 2006 m., kai sparčiai į aukštumas šovė lietuviško dizaino pasiekimai, praėjus kiek daugiau nei dešimtmečiui, dizaino lauke išgyvename naujų iniciatyvų laiką. 2014 m. Kauno technikos universitete įkurtas Dizaino centras, 2015 m. Lietuva minėjo profesoriaus F. Daukanto šimtmetį, o metų pabaigoje skambiai pasklido žinia, kad turime dizaino miestą: Kaunas tapo pirmuoju Rytų ir Vidurio Europos miestu, gavusiu UNESCO dizaino miesto statusą. Tais pačiais metais startavo Nacionaliniai pakuotės dizaino apdovanojimai. 2016 m. Kaune atidaryta dizaino biblioteka „Design Library“, Vilniuje įkurtas Taikomosios dailės ir dizaino

muziejus, startavo su dizainu ir inovacijomis susijusi *Kurk Lietuvai* iniciatyva, veiklą pradėjo naujos NVO, tokios kaip „Performatyvaus dizaino asociacija“, „Dizaino edukacijos laboratorija“, „Dizaino fondas“, Ekologinio dizaino asociacija „EKODA“ ir kt.

Dizaino politikos srityje: atotrūkia tarp vizijų kūrimo ir realių veiksmų įgyvendinimo

Stebime atsirandančias tam tikras tradicijas ir vis didėjančią įvairovę: tiek dizaino žanrų, tiek veiklos galimybių – nuo sėkmingų industrinio dizaino pavyzdžių, įsitvirtinusių lietuviškų prekės ženklų iki ateities vizijų, paslaugų dizaino ir socialinių projektų. Tačiau, analizuojant pastarojo dešimtmečio Lietuvos dizaino politikos įvykius, galima konstatuoti, kad daugiausia nuveikta vizijų lygmeniu.

Per pastaruosius 10 metų buvo sukurtos net trys Lietuvos dizaino politikos strategijos. Pirmoji strategija „The Complex Development of Lithuanian Design“ buvo pristatyta 2008 m. pavasarį LR švietimo ministerijoje. Tyrimą užsakė Vilniaus dailės akademija, o atliko tarptautinė dizaino tyrimų komanda „Mollerup Designlab“, todėl pagrindinis tyrimo tekstas buvo parašytas anglų kalba. Danų dizaino profesorius Peras Mollerupas tada Lietuvos dizainui numatė 7 metų perspektyvą.

Nors nacionaliniu lygmeniu nebuvo imtasi vykdyti jo parašytos strategijos, kai kurie strateginiai tikslai buvo įgyvendinti pačių dizainerių ir bendruomenės iniciatyva. Galime drąsiai teigti, kad tikrai „ūgtelėjome“ įgyvendindami mažiausiai 2 iš 6 strateginių krypčių – tai gero dizaino supratimas ir tarptautinė dizaino reputacija. Prie to prisidėjo nuo 2011 m. Vilniaus dailės akademijos Dizaino inovacijų centro iniciatyva rengiamas konkursas „Jaunojo dizainerio prizas“ ir Lietuvos dizaino prizo „Geras dizainas“ apdovanojimai, organizuojami Dizaino forumo iniciatyva nuo 2012-ųjų.

Lietuvos dizaineriai pasaulio dizaino reitinguose („World Design Rankings“, WDR), 2010–2018 m. duomenimis, užima 22-ą vietą, iškart po Suomijos (21), ir už savęs palieka Norvegiją (26), Švediją (32), Estiją (40), Latviją (59) ir kitas valstybes.

Apie lietuvių dizainerius rašo dizaino portalai „Designboom“, „Dezeen“, „Core77“, vokiečių dizaino

žurnalas „Form“ 2016 m. vasarį pasirodžiusį 264-ą numerį paskyrė Lietuvos dizainui „Lithuania, Land of design“.

Kita vertus, reikia pasakyti, kad prieš 10 metų P. Mollerupo sukurta Lietuvos dizaino strategija, kurios dalis išvalgų tebėra aktualios ir šiandien, mūsų šalyje netapo impulsu pradėti įgyvendinti nacionalinę dizaino politiką, kaip tai buvo padaryta Estijoje ir Latvijoje. 2003 ir 2004 m. to paties P. Mollerupo vadovaujama tarptautinė tyrėjų komanda parengė strateginius Estijos ir Latvijos dizaino dokumentus. Jais buvo pasinaudota taip pat ne iš karto ir ne 100 proc., tačiau lemiami veiksmai nacionaliniu lygiu buvo įgyvendinti abiejose gretimose Baltijos šalyse.

2014 m. birželį Europos Komisijos dokumente „SEE Platform Bulletin“ Estija pakilo į aukščiausią, ketvirtąją, dizaino politikos pakopą ir buvo įvertinta kaip turinti „strateginio dizaino politiką“, Latvija atsidūrė antroje pakopoje kaip turinti „pramoninio dizaino politiką“, o Lietuva, už kurią, kaip buvo rašoma britų ataskaitoje, tyrimo duomenis tais metais pateikė latviai, liko paskutinėje, žemiausioje, pakopoje ir buvo įvertinta kaip „neturinti aiškios dizaino politikos vizijos“.

2014 m. Vilniaus dailės akademijos Dizaino inovacijų centras, gavęs Kultūros tarybos paramą, vykdė dar vieną tyrimo projektą „Lietuvos dizaino sektoriaus plėtros galimybių studija“ ir jo rezultatus pristatė 2014 m. gruodį Vilniaus dailės akademijoje. Tarp svarbiausių šio tyrimo rekomendacijų buvo siūloma 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.“. Šio tyrimo pagrindu 2015 m. LR kultūros ministras Šarūnas Birutis patvirtino *Architektūros ir dizaino plėtros gaires*, kuriose buvo išskirtos 4 strateginės architektūros ir dizaino plėtros kryptys:

1. Architektūros ir dizaino neformalios edukacijos stiprinimas, visuomenės ir specialistų raštingumo architektūros ir dizaino srityse didinimas.
2. Mokslo ir žinių perdavimo plėtra, skatinant architektūros ir dizaino inovacijas.
3. Bendradarbiavimo tarp skirtingų sektorių stiprinimas.

4. Dizaino matomumo visuomenėje ir suvokimo apie dizaino įtaką socialinei, ekonominei šalies plėtrai bei poveikį inovacijoms didinimas.

Visos jos buvo ir tebėra aktualios, tačiau joms įgyvendinti pristigo tolesnių praktinių žingsnių, koordinuotos institucijų veiklos.

Dar viena iniciatyva, susijusi su dizaino politika, Lietuvą pasiekė 2016 m., kai Lietuvos dizaino forumas prisijungė prie europinio projekto „Design for Europe“: Vilniuje vyko kelerios kūrybinės dirbtuvės, vienoms jų vadovavo dr. Anna Whicher, rengusi „SEE Platform“ dokumentą. Buvo suformuluotas Lietuvai skirtas dizaino politikos „Policy Action Plan“, kurio atskirų uždavinių įgyvendinimas vėlgi buvo atidėtas tam tikram laikui.

Prie pačių naujausių teigiamų poslinkių reikia įvardyti 2019 m. vasario 19 d. įsakymą Nr. ĮV-88/4-100 „Dėl Lietuvos dizaino tarybos nuostatų patvirtinimo“, pasirašytą dviem LR ministrų – kultūros ministro Mindaugo Kvietkausko ir ekonomikos ir inovacijų ministro Virginijaus Sinkevičiaus. Šis įsakymas įtvirtina Lietuvos dizaino tarybos, kurios pagrindinis uždavinys – prisidėti prie ilgalaikės teštinės dizaino politikos formavimo, nuostatus.

1.2 Dizaino ekonomika pasaulyje

Dizainas yra XXI amžiaus verslo modelis.

John Kampfner, Kūrybinių industrijų federacijos vadovas

Gimęs pramonės revoliucijos laikais, *dizainas* kaip veikla, sritis ir laukas yra neatsiejamai susijęs su svarbiausiais naujų ir naujausių laikų industriniais, technologiniais, ekonominiais ir socialiniais lūžiais. *Dizainas*, vienu metu reiškiantis procesą, šio proceso rezultatą ir kuriamą pridėtinę vertę, yra viena kompleksiausių modernybės veiklų, tarpstančių technologijų ir meno, gamybos ir kūrybos, vartojimo ir kultūros sankirtose.

Dizainas iš esmės yra naujovių inžinerija, kuriama fizinių ir socialinių technologijų pagrindu.

Šiandien dizainas stovi *ketvirtosios pramonės revoliucijos* ir „išmanizacijos“ priešakinėse linijose kaip ateities galimybių mąstymo ir veikimo strategija. Inovacinių ir technologijų pokyčių – nuo 3D spausdintuvų iki dirbtinio intelekto – tikrovėje iškyla ne tik gamybos kompiuterizacijos, automatizavimo klausimai, bet ir naujų tarpdisciplininių gebėjimų poreikis – kaip niekada anksčiau didelis yra įgūdžių, kuriuos būtų sunku automatizuoti, poreikis: socialinio suvokimo, analitinių ir pažinimo, vizualizavimo ir kūrybiško mąstymo.

Dizainas ir dizaineriški įgūdžiai, kuriems būdingas divergentinis ir konvergentinis mąstymas, yra ketvirtosios pramonės revoliucijos „Pramonė 4.0“ pagrindas – kaip galimybė atitinkamai reaguoti į precedento neturinčius iššūkius, paskatinti augimą, diegti naujoves ir kurti darbo vietas – kaip raktas į ateitį.

(„*The Design Economy*“, 2018).

Dizainas yra svarbi pasaulio ekonomikos dalis ir neatsiejamai susijęs su ekonomikos procesais – pirmiausia su kūrybinių industrijų paslaugomis, bet taip pat ir su kitais ekonomikos sektoriais. Nes dizainas yra naudojamas produktams pozicionuoti ir įpakuoti per reklamą, madą – nuo mašinų iki virdulių ir vyno etikečių. Kūrybos industrijų, apibrėžiamų socialinių tinklų rinkos pagrindu, kontekste dizainas yra laikomas viena svarbiausių kūrybos

industrijos šakų, nes jame žmogaus idėjos sąveikauja su jo aplinka („Social Network Markets“, 2008).

Pripažįstama, kad dizaino vaidmuo ekonomikoje yra kritinis dėl to, kad:

1. kuria dinamišką ir sparčiai augančią pramonę;
2. padeda subrendusioms pramonės šakoms tapti konkurencingesnėms;
3. tiekia kritiškai svarbius ingredientus inovatyvioms vietoms;
4. katalizuoja bendruomenės atsinaujinimą;
5. lemia aukštesnę darbo jėgos kvalifikaciją („New Engines of Growth“, 2012).

Dizainas kūrybos ir kultūros industrijų kontekste

Daugelyje pasaulio ir Europos šalių kūrybos ekonomika, kultūros ir kūrybinės industrijos (toliau – KKI) tapo vienu svarbiausių miestų ir regionų strateginių prioritetų. Šis sektorius yra visuotinai atpažįstamas kaip turintis didžiulę reikšmę tiek vietos, tiek pasaulinei ekonomikai. Šiuo metu tai yra vienas sparčiausiai augančių Europos ekonomikos sektorių, kurio indėlis į ES bendrąjį vidaus produktą skaičiuojamas šimtais milijardų eurų, o KKI įmonių ekonominis efektyvumas yra didesnis už viso privataus verslo ekonominio efektyvumo vidurkį. Kūrybinės industrijos yra ekonomikos augimo, darbo vietų kūrimo ir išorės prekybos variklis. Jos taip pat prisideda prie žmonių gerovės, socialinės sanglaudos ir įtraukties („Culture Statistics“, 2016). KKI užima strateginę padėtį Europos 2020 m. strategijoje kaip išmanaus, tvaraus ir įtraukaus visų ES regionų ir miestų augimo pagrindas („European Agenda for Culture“, 2012).

Naujausių studijų duomenimis, KKI pajamos pasaulyje šiandien siekia beveik 2,2 mlrd. JAV dol., o tai yra daugiau nei Indijos BVP ir viso pasaulio telekomunikacijų sektoriaus įplaukos. Šiame sektoriuje dirba 29,5 mln. darbuotojų, o tai sudaro 1 proc. pasaulio populiacijos („Culture Times“, 2015).

Europa yra antra pagal dydį KKI rinka pasaulyje, sudaranti 32 proc. pasaulio pajamų. Šis sektorius sukuria 7,7 mln. darbo vietų (26 proc. pasaulio KKI sektoriaus darbo vietų) Europoje. O tai reiškia, kad KKI sektoriuje dirba 2,5 karto daugiau žmonių nei visoje automobilių pramonėje ir net 5 kartus daugiau nei chemijos pramonėje. Praėjusiais metais

Didžiosios Britanijos valdžia paskelbė, kad kūrybinių industrijų vertė siekia 10 mln. svarų per valandą. KKI yra itin svarbios jaunimo į(si)darbinimo požiūriu. Europoje KKI sektoriuje dirba kur kas daugiau 15–29 metų žmonių nei bet kuriame kitame ekonomikos ar pramonės sektoriuje – tai sudaro 19,1 proc. visų jaunimo darbo vietų.

Kartu tai yra ne tik jaunas, bet ir sparčiai augantis sektorius. Mokslininkai suskaičiavo, kad net ir ekonomikos krizės akivaizdoje (2000–2007 m.) KKI sektorius augo 3,5 proc., kai bendras Europos ekonomikos augimas tesiekė vos 1 proc. („Creating Growth“, 2014). Daugumoje išsivysčiusių rinkos ekonomikos principu paremtų šalių KKI sektorius sukuria nuo 2 iki 5 proc. BVP ir pasižymi stabiliu laipsnišku augimu, viršijančiu pasaulinio ekonomikos augimo vidurki.

Lietuvoje 2009 m. KKI sektoriuje dirbo iki 70 tūkst. darbuotojų, tai sudarė 4,94 proc. visos Lietuvos darbo rinkos. KKI sektoriaus sukuriama BVP dalis siekė net 6 proc. Šio sektoriaus pridėtinės vertės augimas Lietuvoje buvo didžiausias visoje Europoje – net 67,8 proc., kai nominalus visos ekonomikos augimas buvo tik 5,1 proc. 2010 m. KKI sektorius Lietuvoje sukūrė 4,5 proc. Europos BVP ir 3,8 proc. visų Europos darbo vietų (LR kultūros ministro įsakymas Nr. ĮV-524, 2015). Lietuvos KKI gyvybingumą patvirtina ir ekonominės autorių teisių ir gretutinių teisių (ATGT) veiklos, kurios, 2012 m. duomenimis, sudarė 5,4 proc. BVP ir 4,92 proc. nacionalinio užimtumo, o užsienio prekyboje ATGT srities eksportas siekė 4,68 proc. bendrojo eksporto (Tyrimas dėl Autorių teisių ir gretutinių teisių industrijos indėlio į Lietuvos ekonomiką, 2012).

Remiantis naujausiais jungtinio Vytauto Didžiojo universiteto (VDU), Kauno technologijos universiteto (KTU) ir *Politecnico di Milano* (POLIMI) mokslininkų tyrimo duomenimis („Report on CCI Contribution on Lithuanian Society“, 2018), visa KKI rinka Lietuvoje 2015 m. sudarė 1 816 mln. Eur apyvartą ir sugeneravo 261 mln. Eur pelną. Šiame sektoriuje dirbo apie 28 tūkst. įmonių ir apie 54 tūkst. darbuotojų. Nuo 2011 m. KKI vaidmuo Lietuvos ekonomikoje nuolat augo. 2011–2015 m. laikotarpiu šiame sektoriuje veikiančių įmonių skaičius padvigubėjo, darbuotojų skaičius padidėjo 42 proc. Per tą patį laikotarpį pajamos augo apie 40 proc. Pelno augimas buvo dar didesnis – apie 71 proc.

Bendras Lietuvos įmonių pelningumas penkiuose tirtuose sektoriuose (architektūros, dizaino ir vizualiųjų menų, muzikos, scenos menų ir meninės kūrybos, programinės įrangos ir žaidimų) buvo 10 proc., o sektoriaus pelningumas buvo daug didesnis – nuo 16 proc. (programinė įranga ir žaidimai) iki 23 proc. (scenos menai ir meninė kūryba, dizainas ir vizualieji menai). Minėtuose sektoriuose 2015 m. buvo 12 958 įmonės, tai sudarė 5,2 proc. visų Lietuvos bendrovių. Šiose įmonėse dirbo 21 863 darbuotojai (1,7 proc. visų dirbančiųjų).

Tyrimas atskleidė, kad 2011–2015 m. *ypač reikšmingas augimas* patirtas trijuose pagrindiniuose sektoriuose: dizaino ir vizualiųjų menų, scenos menų ir meninės kūrybos, programinės įrangos ir žaidimų. Nors poveikis Lietuvos ekonomikai buvo gana nedidelis, ypač daug žada jų nuolatinis augimas ir perspektyvumas. Didelis minėtų sektorių įmonių pelningumas, ypač pastaraisiais metais, rodo teigiamas ateities tendencijas, atitinkančias pasaulines tendencijas.

Dizaino reikšmę pasaulio ir Europos kultūros ir kūrybos industrijų kontekste liudija teorinės ir praktinės studijos. Pirmojo pasaulinio KKI (Kultūros ir kūrybinių industrijų) žemėlapiu statistiniai duomenys rodo, kad vizualiųjų menų rinka, kuriai priskiriamos ir dizaino veiklos, yra antra pagal dydį rinka po televizijos industrijos. Ši rinka generuoja 391 mlrd. JAV dol. pajamų, čia dirba 6,7 mln. darbuotojų. Europos mastu tai trečias pagal dydį kūrybinių industrijų sektorius, kuris generuoja 121,5 mln. JAV dol. pajamų („Culture Times“, 2015).

Europos KKI sektoriaus studijoje, pristatant visą vizualiojo meno sektorių, atskirai nurodoma, kad dizaino veiklos sugeneravo 19,2 mln. Eur pajamų („Creating Growth“, 2014).

Naujausio Jungtinės Karalystės tyrimo ir pirmosios tokios kompleksinės bei visapusės dizaino būklės studijos pasaulyje duomenimis,

2016 m. dizaino ekonomika Jungtinei Karalystei suteikė 85,2 mlrd. GBP bruto pridėtinės vertės (BPV). Tai sudaro 7 proc. Didžiosios Britanijos BVP ir atitinka platinimo, transporto, apgyvendinimo ir maisto sektorių dydį.

Nuo 2009 iki 2016 m. dizaino ekonomika išaugo 52 proc. ir pralenkė kitas kūrybinių industrijų sritis. Didžiąją šios vertės dalį sukūrė dizaineriai, dirbantys *ne dizaino* pramonėje, kaip antai kosmoso, automobilių ir bankininkystės srityse (68 proc.). Tyrimas taip pat atskleidė, kad dizaino ekonomikos mastai didėja.

2016 m. dizaino lauke dirbo 1,69 mln. žmonių. Jei dizaino ekonomika būtų vienas sektorius, tai būtų devintas pagal dydį užimtumo sektorius Jungtinėje Karalystėje. Nustatyta, kad čia veikia 78 030 didelės apimties dizaino įmonių (2017 m.). Tai reiškia, kad nuo 2010 m. dizaino įmonių skaičius padidėjo 63 proc. (palyginti su 3,7 proc. padidėjimu visoje Jungtinėje Karalystėje). Pastebėta, kad *dizainas vis labiau yra skaitmeninis*: skaitmeninis dizainas dabar sudaro šiek tiek daugiau nei vieną iš trijų dizaino veiklų (2016 m.).

Skaitmeninis dizainas yra sparčiausiai auganti dizaino ekonomikos dalis.

Šio sektoriaus įmonių apyvarta nuo 2009 m. iki 2016 m. išaugo 85 proc., o tai liudija vis didėjančią skaitmeninio dizaino svarbą Jungtinėje Karalystėje. Be to, skaitmeninis dizainas sudaro 58 proc. viso šalies dizaino eksporto vertės. Tyrimo pabaigoje pateikta svarbiausia išvada: „Dizaino svarba Jungtinės Karalystės ekonomikai yra aiški. Dizainas prisideda prie Jungtinės Karalystės augimo, produktyvumo bei naujovių diegimo ir turi potencialą vaidinti dar didesnę vaidmenį ateities ekonomikos augimo procese“ („The Design Economy 2018“, 2018).

1.2.1 Lietuvos dizaino sektoriaus statistika

Metodologinės pastabos

Žemiau pateikiama Lietuvos dizaino veiklos statistinių duomenų analizė atlikta papildant ir išplečiant Lietuvos ir Italijos mokslininkų vykdytą KKI indėlio į Lietuvos visuomenę tyrimą ir parengtos ataskaitos kontekste („Report on CCI Contribution on Lithuanian Society“, 2018). Šis tyrimas yra grindžiamas sektorine KKI analize, atsižvelgiant į kiekvieno sektoriaus ir subsektoriaus specifiką. Tyrimas paremtas išsamia atitinkamų tarptautinių dokumentų („ESSnet-CULTURE“ (2012), „Cultural Times“ (2015), „Culture Statistics“ (2016) ir kt.) ir Lietuvos KKI statistikos analize. Pagrindiniai statistikos šaltiniai yra Eurostatas ir Statistikos departamentas, kurie sudaro daugumą būtinų ataskaitai duomenų, pateikiamų Eurostato ekonominių veiklų struktūros statistikos duomenų bazėje („Eurostat Database“, 2018).

Būtina paminėti, kad, siekiant galimybės palyginti Lietuvos KKI statistikos duomenis tarptautiniame kontekste, buvo svarbu sektorius ir subsektorius tirti remiantis tarptautiniais veiklų priskyrimais ir jiems suteikiamais NACE kodais. Tiek pirmajame pasauliniame KKI žemėlapyje („Culture Times“, 2015), tiek Europos KKI tyrime („Creating Growth“, 2014) ir prieinamose veiklų statistikos duomenų bazėse dizainas priskiriamas vizualiųjų menų sektoriui *vizualieji menai ir dizainas* (vizualiojo meno kūryba, muziejai, fotografija ir dizaino veiklos). Jį sudaro įmonės, kurių pagrindinė veikla apibrėžiama dviem NACE kodais: M 74.10 (specializuota projektavimo veikla) ir M 74.20 (fotografijos veikla).

Pastebėtina, kad Lietuvoje atskirose studijose ir dokumentuose dizaino subsektoriui yra priskiriamos ir kitos veiklos, apibrėžiamos skirtingais NACE kodais (pvz., 59.12, 81.30, 32.12 ir kt.). Kūrybinės industrijos čia apibrėžiamos ir klasifikuojamos remiantis 2008 m. Jungtinių Tautų prekybos ir plėtros konferencijos (UNCTAD) apžvalga „Kūrybos ekonomika“. Pagal šį klasifikacijos modelį visos KKI veiklos yra suskirstytos į keturias pagrindines sritis: paveldą, menus, medijas ir funkcinis produktus. Lietuvos kūrybinių industrijų sektoriaus konkurencingumo tyrime (2014) dizainas priskiriamas naujosioms kūrybinių industrijų veikloms ir išskiriamos dvi veiklos, apibrėžiamos šiais kodais: 59.12. (pagamintų kino filmų, vaizdo filmų ir televizijos programų) bei 81.30. (kraštovaizdžio tvarkymas). O tiesiogiai dizainui tarptautiniuose tyrimuose priskiriama *specializuota projektavimo veikla* (74.10)

priskiriama taikomajai kūrybai ir kūrybinėms paslaugoms, kurios yra susijusios su architektūra, reklama ir kt. (Lietuvos kūrybinių industrijų sektoriaus konkurencingumo tyrimas, 2014). Kultūros ir kūrybinių industrijų politikos 2015–2020 m. plėtros kryptių dokumente (2015, priedas Nr. 4) pateiktame KKI priskiriamų veiklų kodų pagal ekonominės veiklos rūšių klasifikatorių (EVRK) sąrašė dizainas nurodomas kartu su projektavimo ir leidybos veiklomis – „Dizainas, projektavimas, leidyba“, tarp jų yra papuošalų, juvelyrinių ir panašių dirbinių gamyba (32.12), specializuota projektavimo veikla (pramoninis, grafinis, interjero dizainas, modeliavimas (74.10), dirbtinės bižuterijos ir panašių dirbinių gamyba (32.13), meninė kūryba (90.03), architektūros veikla (71.11), knygų leidyba (58.11), laikraščių leidyba (58.13), žurnalų ir periodinių leidinių leidyba (58.14), kita leidyba (58.19), vertimo raštu ir žodžiu veikla (74.30) (LR kultūros ministro įsakymas Nr. ĮV-524, 2015).

Atkreiptinas dėmesys, kad bendros dizaino veiklų apibrėžimų sistemos ir sutarimo Lietuvoje nebuvimas apsunkina galimybę įvertinti viso dizaino sektoriaus kaip skėtinio koncepto mastą ir poveikį Lietuvos ekonomikai bei visuomenei. Juolab kad ir Europos pramoninio dizaino srities tarybos parengtoje ataskaitoje rekomenduojama stiprinti specialiai dizaino veiklai skirtą dabartinio NACE kodo 74.10 įgyvendinimą visose valstybėse narėse ir prireikus užtikrinti atnaujinimą, būtiną standartams nustatyti lyginamajai valstybių narių analizei atlikti („Design for Growth & Prosperity“, 2012). Visa tai išryškina kompleksinių dizaino lauko tyrimų ir nuolatinių tiek ekonominių, tiek socialinių ir kultūrinių vertinimų poreikį bei būtinybę. *Jų vykdymas yra esmingai susijęs ir neatsiejamas nuo dizaino politikos formavimo ir įgyvendinimo.*

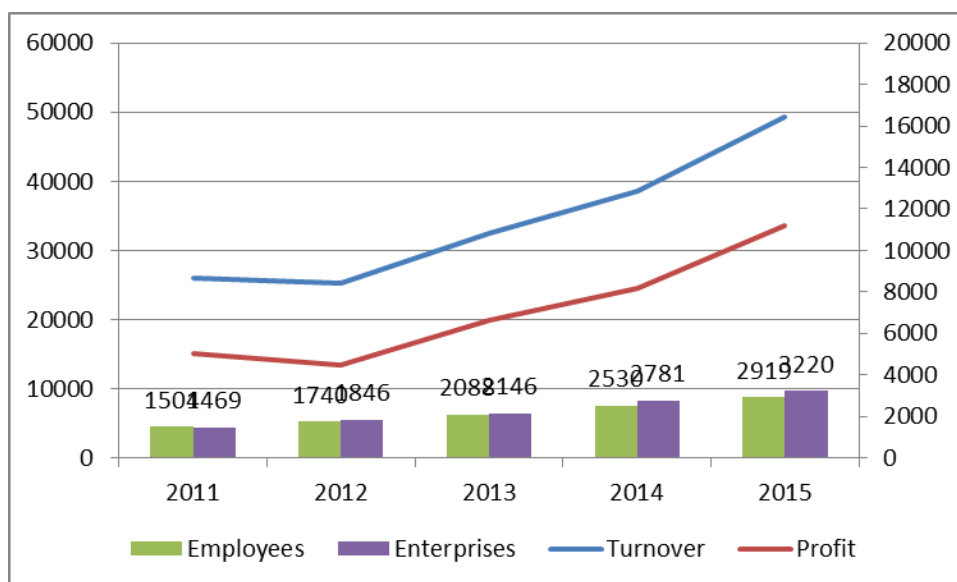
Žemiau pateikiama statistinė analizė paremta išgrynintų dizaino veiklų apibrėžimais ir grindžiama aktualiais tarptautiniais tyrimais bei prieinamose statistinių duomenų bazėse pateikiamais duomenimis. Todėl ji tik iš dalies atspindi viso kompleksinio dizaino lauko, kuris yra glaudžiai susijęs su kitomis veiklomis (kaip antai leidyba, architektūra, mada, kinas ir pan.), apimtį ir poveikį Lietuvos ekonomikai.

Dizaino ir vizualiųjų menų sektorius

Dizaino ir vizualiųjų menų sektorių sudaro įmonės, kurių pagrindinė veikla apibrėžiama dviem NACE kodais: 74.10 (specializuota projektavimo veikla) ir 74.20 (fotografijos veikla).

2015 m. šiame sektoriuje buvo 3220 įmonių, tai sudarė 1,43 proc. visų Lietuvos bendrovių. Šiose įmonėse dirbo 2919 darbuotojų. Darbo sąnaudos sektoriuje pasiekė net 16 proc. metinės apyvartos, o tai yra reikšminga didesnė vertė, palyginti su bendrosiomis darbo sąnaudomis Lietuvoje (tik 11 proc.).

Dizaino ir vizualiųjų menų sektoriaus įmonių apyvarta viršijo 49 mln. Eur; 2015 m. ši apyvarta sudarė tik 0,06 proc. visų Lietuvos įmonių apyvartos. Tokia apyvarta leido uždirbti daugiau nei 11 mln. Eur. Bendras visų Lietuvos įmonių pelningumas buvo 10 proc., o sektoriaus pelningumas buvo daug didesnis – net 23 proc. Sektoriaus įmonės į materialųjį turtą investavo 2,5 proc. Metinės apyvartos ir šis rodiklis buvo daug mažesnis, palyginti su 6,1 proc. visų Lietuvos įmonių apyvarta (žr. 1 paveikslą).



1 paveikslas. Dizainas ir vizualieji menai Lietuvoje: įmonės, darbuotojai, apyvarta, pelningumas, 2011–2015 m.

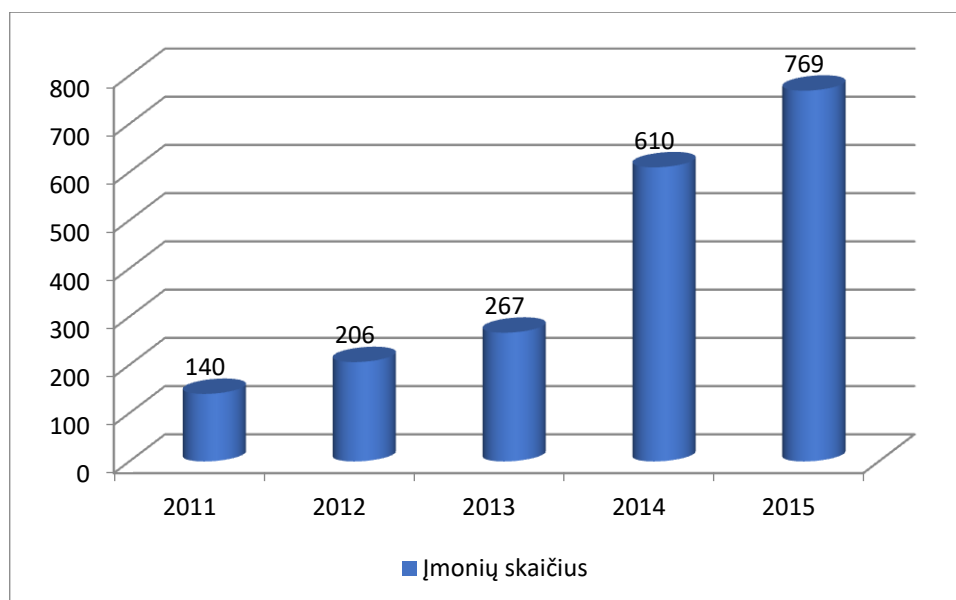
Šaltinis: Lietuvos statistikos departamentas (2018)

Pažymėtina, kad 2011–2015 m. laikotarpiu sektorius smarkiai augo. Sektoriaus įmonių skaičius padvigubėjo: nuo 1469 bendrovių 2011 m. iki 3220 2015 m. (žr. 1 paveikslą). Šių įmonių apyvarta 2011–2015 m. padidėjo 1,9 karto: nuo 26 mln. Eur iki 49 mln. Eur. Dar daugiau padidėjo sektoriaus įmonių pelningumas: nuo 5 mln. Eur 2011 m. iki 11 mln. Eur 2015 m. Šiame sektoriuje dirbančių darbuotojų skaičius taip pat padidėjo nuo 1504 iki 2919.

Specializuotos dizaino veiklos

Nagrinėjamos veiklos kodas pagal Nacionalinę (EVRK Rev. 2) ekonomikos veiklų Europos bendruomenėje (NACE Rev. 2) statistinę klasifikaciją: 74.10 – specialaus dizaino veiklos.

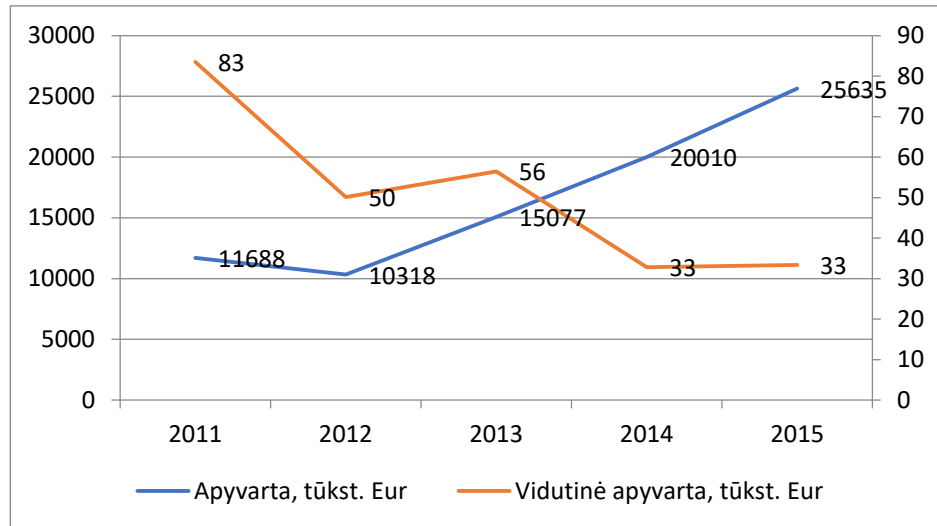
2015 m. pabaigoje specialaus dizaino veiklas vykdė 769 įmonės Lietuvoje. Per 5 metų laikotarpį nuo 2011 m. šis skaičius padidėjo 5,5 karto.



2 paveikslas. Specializuotos dizaino veiklos: įmonių skaičius, 2011–2015 m.

Šaltinis: Lietuvos statistikos departamentas (2018)

Bendra šių įmonių apyvarta 2015 m. buvo 25 mln. Eur. Apyvarta nuo 2011 m. (11,5 mln. Eur) iki 2015 m. pabaigos augo 2,2 karto. Vidutinė apyvarta taip pat gerokai padidėjo.

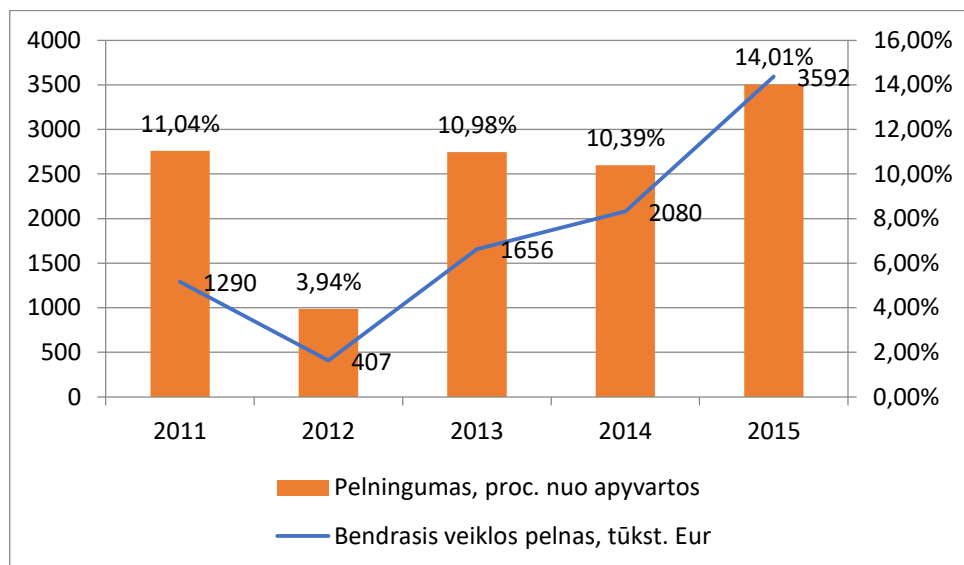


3 paveikslas. Specializuotos dizaino veiklos: apyvarta, 2011–2015 m.

Šaltinis: Lietuvos statistikos departamentas (2018)

2011–2015 m. visos įmonės šiame segmente buvo pelningos. Jų grynasis pelnas svyravo tarp 0,4 ir 3,6 mln. Eur ir siekė nuo 3,94 iki 14,01 proc. pelningumą nuo apyvartos. 2012 m. buvo pastebimai prastesni – segmento pelnas sudarė 0,4 mln. Eur.

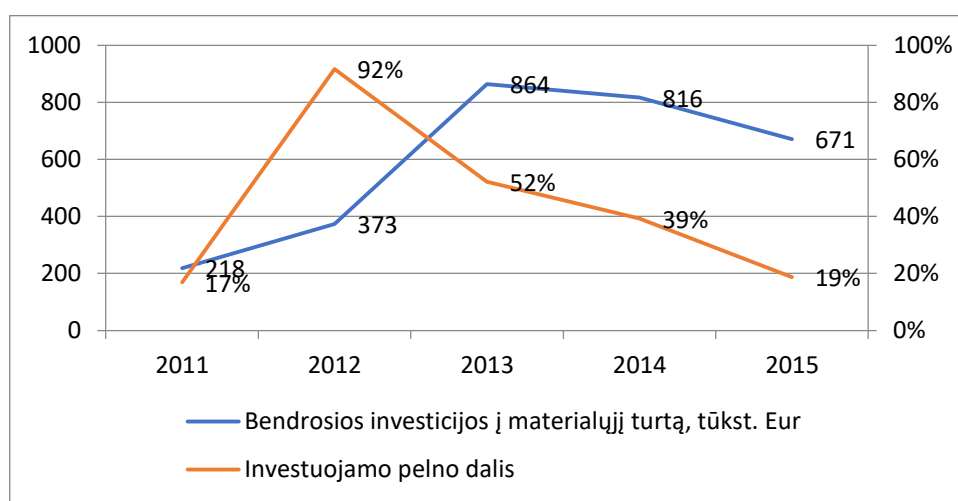
2013–2015 m. periodu specializuoto dizaino segmentas vidutiniškai uždirbo per 2,4 mln. Eur per metus ir 2015 m. pasiekė didžiausią pelningumą nuo apyvartos – 14 proc.



4 paveikslas. Specializuotos dizaino veiklos: pelningumas, 2011–2015 m.

Šaltinis: Lietuvos statistikos departamentas (2018)

2011 m. segmento bendrovės investavo nedaug – bendros investicijos į materialųjį turtą siekė 0,2 mln. Eur. Verta atkreipti dėmesį, kad 2012 m. segmento įmonės reinvestavo 92 proc. pelno. Šio periodo duomenys buvo iškreipti (*distorted*) dėl žymaus pelno sumažėjimo. Vis dėlto nuo 2012 m. bendrovės pradėjo aktyviau investuoti ir investicijų suma kilo nuo 373 tūkst. iki 864 tūkst. Eur. Per visą periodą (2011–2015 m.) bendra investicijų suma į materialųjį turtą siekė 2,9 mln. Eur, o pelningumas buvo 9 mln. Eur. Tiriamojo periodo metu kiek daugiau nei 40 proc. pelno buvo reinvestuota.

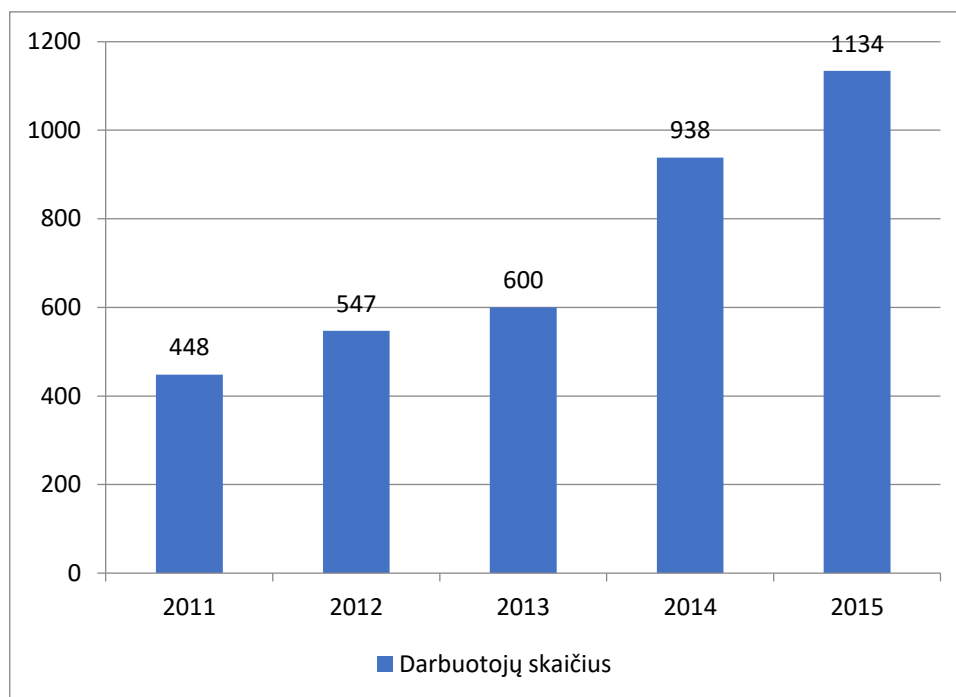


5 paveikslas. Specializuotos dizaino veiklos: investicijos, 2011–2015 m.

Šaltinis: Lietuvos statistikos departamentas (2018)

2015 m. segmento įmonėse dirbo 1134 darbuotojai. Šis skaičius nuo 2011 m. gerokai paaugo – per 5 metus darbuotojų skaičius padidėjo daugiau nei 2,5 karto.

Svarbu pridurti, kad 2011 m. segmento bendrovėse vidutiniškai dirbo po 3 žmones, o 2015 m. po 1,5 žmogaus. Darbuotojų skaičiaus didėjimą lėmė augantis įmonių skaičius segmente.



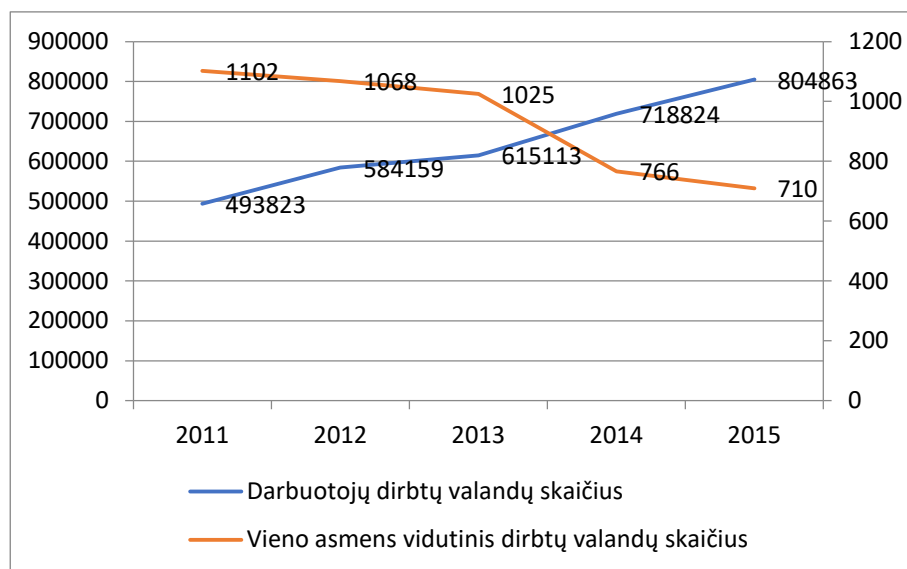
6 paveikslas. Specializuotos dizaino veiklos: dirbančiųjų skaičius, 2011–2015 m.

Šaltinis: Lietuvos statistikos departamentas (2018)

2015 m. segmento įmonėse dirbančių darbuotojų dirbtos valandos pasiekė 0,8 mln. darbo valandų. Šis skaičius paaugo beveik 1,6 karto nuo 2011 m.

2011–2015 m. bendras dirbtų valandų skaičius dizaino sektoriuje padidėjo nuo 0,49 mln. iki 0,8 mln. darbo valandų – per 5 metų periodą buvo dirbta 311 tūkst. darbo valandų.

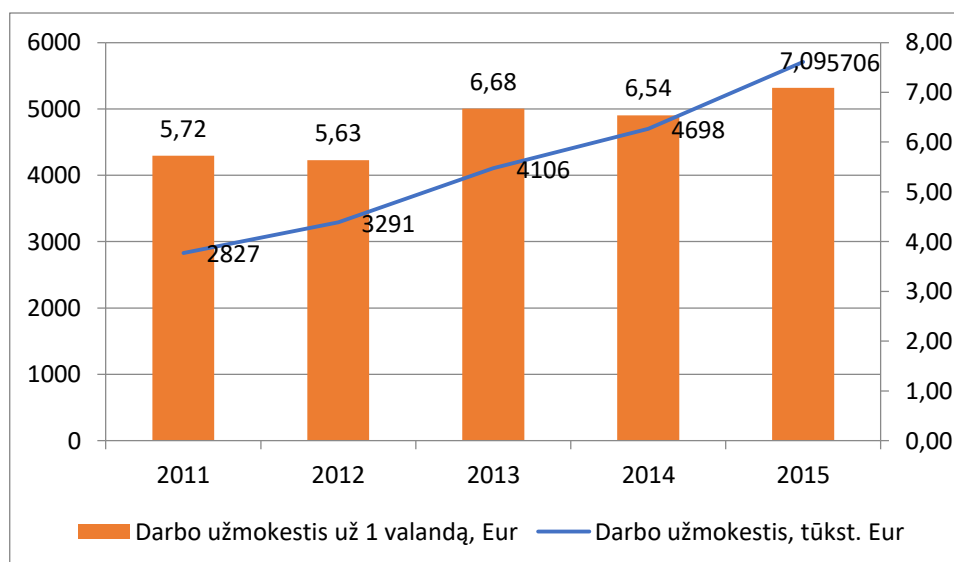
Atitinkamai vienas žmogus segmente vidutiniškai dirbo 710 valandų 2015 m., arba 0,35 etato (skaičiuojant, kad visas etatas yra sudarytas iš 5 darbo dienų po 8 valandas, ir tai iš viso sudaro 2010 darbo valandų per metus). 2013 m. segmento darbuotojai vidutiniškai dirbo po 0,53 etato.



7 paveikslas. Specializuotos dizaino veiklos: dirbtų valandų skaičius, 2011–2015 m.

Šaltinis: Lietuvos statistikos departamentas (2018)

Įsipareigojimai šiame sektoriuje 2015 m. sudarė 6 mln. Eur (22 proc. apyvartos). 2012 m. 32 proc. apyvartos buvo skirta atlyginimams, vėliau procentas kiek sumažėjo ir 2013 m. jis sudarė 27 proc., 2014 m. – 23 proc., o 2015 – 22 proc. apyvartos. Tiriamuoju laikotarpiu buvo šiek tiek pakeltas darbo užmokestis už valandą nuo 5,75 Eur (2011 m.) iki 7,09 Eur (2015 m.)



8 paveikslas. Specializuotos dizaino veiklos: darbo užmokestis, 2011–2015 m.

Šaltinis: Lietuvos statistikos departamentas (2018)

Dizaino veiklas vykdančio segmento palyginimas su visomis kitomis egzistuojančiomis įmonėmis.

Įmonės, kurios yra įtrauktos į specialaus dizaino veiklas, sudaro tik 0,003 proc. visų Lietuvoje veikiančių bendrovių. Vidutinė tokių įmonių apyvarta 2015 m. sudarė 0,0003 proc. Lietuvoje veikiančių bendrovių vidutinės apyvartos. Vidutinis apyvartos augimas 2011–2015 m. Lietuvoje buvo 1,2 karto, o specialaus dizaino veiklomis užsiimančių įmonių apyvartos augimas siekė 2,2 karto.

2011–2015 m. periodu grynasis pelnas Lietuvoje išaugo 1,34 karto. Specialaus dizaino veiklų segmente grynojo pelno augimas buvo 2,78 karto didesnis.

Kaip bendra tendencija 2014–2015 m. pastebėtas žymus pelno augimas tiek specialaus dizaino veiklos segmente, tiek kitose šalyje veikiančiose įmonėse.

2015 m. specialaus dizaino įmonės į materialųjį turtą investavo 671 tūkst. Eur, tai sudarė tik 0,0001 proc. visoje šalyje veikiančių įmonių investicijų.

Lyginant darbuotojų skaičių tarp specialių dizainu užsiimančių ir kitų šalyje veikiančių įmonių, buvo pastebėta ta pati tendencija. Vidutinis darbuotojų skaičius 2011–2015 m. periodu mažėjo visose įmonėse – nuo 5,78 iki 4,5 darbuotojo. Šiuo periodu darbuotojų, dirbančių specialaus dizaino įmonių segmente, skaičius sumažėjo nuo 3,2 iki 1,47.

Pagal tyrimo duomenis, specialaus dizaino įmonių segmento darbuotojai dirbo beveik 1,9 karto mažiau nei žmonės kitose įmonėse. 2015 m. vidutinis darbuotojas Lietuvos įmonėje dirbo 1350 valandų per metus, o specialaus dizaino veikla užsiimančios įmonės darbuotojas vos 710 valandų per metus.

2015 m. dizaino segmento įmonės atlyginimams skyrė 5,7 mln. Eur, tai sudarė 22 proc. jų apyvartos. Kitos Lietuvos bendrovės atlyginimams tuo pačiu metu išleisdavo vidutiniškai 11 proc. apyvartos. 2015 m. vidutinis atlyginimas už valandą įmonėse buvo 6,38 Eur, o specialaus dizaino veikla užsiimančiose įmonėse – 7,09 Eur.

Vertinant duomenis bendrame vykdytų Lietuvos KKI poveikio Lietuvos visuomenei tyrimų kontekste, matyti, kad, nepaisant gana nedidelio poveikio Lietuvos ekonomikai, vis dėlto

vizualiųjų menų ir dizaino sektorius yra vienas iš trijų ypač reikšmingą augimą patyrusių kūrybinių industrijų sektorių 2011–2015 m. Lietuvoje.

Didelis sektoriaus ir subsektoriaus įmonių pelningumas, ypač pastaraisiais metais, rodo teigiamas ateities tendencijas, kurios esmingai sutampa ir su pasaulinėmis tendencijomis.

1.3 Lietuvos dizaino ekosistemos žemėlapis

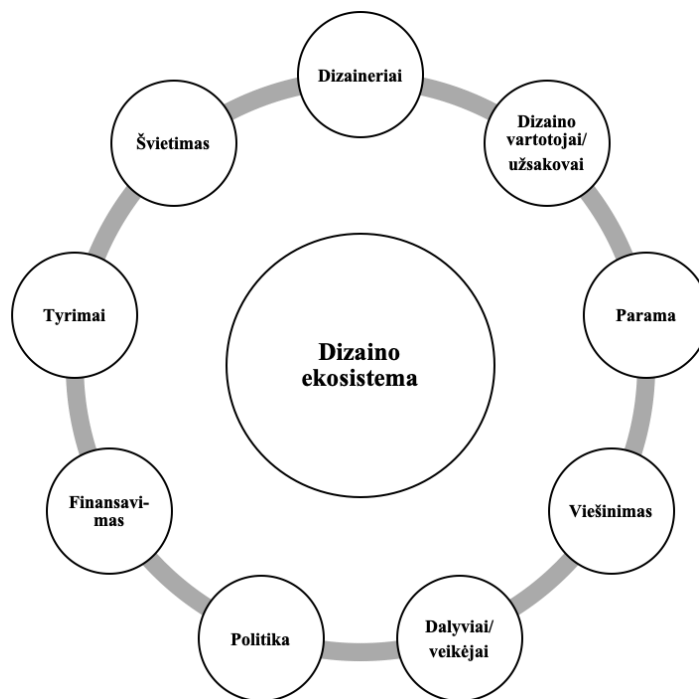
Dizaino ekosistemos teorinis modelis

Dizainas vis labiau pripažįstamas įvairiais valdymo lygmenimis kaip naujovių varomoji jėga, todėl dizaino politika tampa vis svarbesnė koordinuojant dizaino ekosistemą. Tačiau įvairiose suinteresuotųjų šalių grupėse – įmonėse, politikos formuotojų, akademikų ir plačiosios visuomenės – dizainas vis dar nėra tinkamai suprantamas. Todėl šiame skyriuje siekiame apibrėžti visus Lietuvos dizaino ekosistemos narius ir veikėjus bei politikos formuotojus.

Tokių organizacijų kaip Europos dizaino asociacijų biuro (BEDA) kartu su Tarptautiniu dizaino ir tyrimų centru (*International Design and Research Centre (Wales)*, PDR) ir tokių programų kaip *Design4Innovation* vykdyti projektai padėjo išgryninti dizaino ekosistemos dalyvių ir veikėjų žemėlapi.

Dizaino ekosistemos žemėlapis – tai teorinis konceptas, naudojamas akademikų ir politikos formuotojų, siekiant ištirti subjektų ir iniciatyvų tarpusavio ryšius tinkle ir kaip tai gali padėti formuoti tikslingus politikos veiksmus kuriant dizaino politiką. Vienu ar kitu būdu Danijos, Estijos, Suomijos, Prancūzijos, Airijos ir Latvijos dizaino politika grindžiama dizaino ekosistemų analize.

Dizaino ekosistemos žemėlapio schemą išgrynino ir parengė PDR (*International Design and Research Centre (Wales)*). Šią žemėlapio schemą sudaro devyni tarpusavyje veikiantys elementai („A Guide to Mapping Design Ecosystems“, 2016) (7 paveikslas):



9 paveikslas. Dizaino ekosistemos žemėlapio schema

Šaltinis: *A Guide to Mapping Design Ecosystems*, 2016

1. *Dizaino vartotojai / užsakovai* – nurodo, kaip dizainas naudojamas vartotojų ir užsakovų šalyje ar regione.

Taigi, pvz., *ES InnoBarometer* duomenys rodo, kaip skirtingų šalių įmonės naudoja dizainą. Šiam naudojimui apibrėžti pasitelkiamas „Dizaino kopėčių“ (*The Design Ladder*) metodas. Šis metodas apibrėžia, kaip įmonės naudoja dizainą produktams ar procesams: dizainas turi mažai įtakos įmonėje vykstantiems procesams (1 etapas), dizainas nėra pagrindinė įmonės veiklos sritis, bet yra stipriai integruotas per santykius su klientais, pvz., per pakuotę, per rinkodaros įrankius (2 etapas), dizainas kaip procesas yra integruotas į daugelį įmonių veiklos sričių (3 etapas) arba dizainas kaip strategija – tai yra dizainas naudojamas visose įmonės veiklos aspektuose ir ypač juo remiama įmonės strategija (4 etapas). Šis „Dizaino kopėčių“ įrankis buvo pristatytas 2001 m. Danų dizaino centro („The Design Economy“, 2018).

2. *Parama* – tai vyriausybės ar nevyriausybinė parama, pvz., mentorystė ir mokymas, įgalinantys įmones naudoti dizainą.

3. *Viešinimas* – tai visuomenės ir dizaino bendruomenės sąmoningumo didinimas ir informavimas apie įvairias dizaino sritis ir galimybes per įvairius kanalus, pvz., nacionalines kampanijas, dizaino muziejus, parodas, apdovanojimus, *pop-up* parduotuves ir ekspozicijas ar prekybos misijas.
4. *Dalyviai / veikėjai* – tai aktyviausi dizaino ekosistemos dalyviai, tokie kaip Nacionalinis dizaino centras, dizaino asociacijos, tinklai, klasteriai, kultūros centrai, kūrėjų laboratorijos, įgūdžių tobulinimo agentūros ar intelektinės nuosavybės tarnybos.
5. *Politika* – nurodo vyriausybės politiką, strategijas ir iniciatyvas, į kurias įtrauktas dizainas. Pvz., dizainas gali būti įtrauktas į inovacijų politiką, pažangiosios specializacijos strategiją, pramonės politiką, kūrybinės ir kultūrinės pramonės politiką, regionų plėtros planą, miestų kultūros strategiją ar net dizaino veiksmų planą. Tai taip pat galėtų būti vyriausybės inovacijų laboratorija, orientuota į viešųjų paslaugų ar politikos naujoves.
6. *Finansavimas* – tai finansavimas arba bendro finansavimo galimybė įmonėms ir potencialiai kitoms organizacijoms investuoti į dizainą, pvz., kuponai, subsidijos, dotacijos ir mokesčių kreditai.
7. *Tyrimai* – tai institucijos ir iniciatyvos, skatinančios dizaino discipliną, pvz., per magistrantūros ir doktorantūros studijas, akademinės bendruomenės bendradarbiavimo iniciatyvas ir duomenų apie dizainą rinkimą.
8. *Švietimas* – tai formalios ir neformalios švietimo įstaigos, kurios turi dizaino programas nuo pradinio ir vidurinio mokymo iki aukštojo mokslo ir visą gyvenimą trunkančio mokymosi.
9. *Dizaineriai* – nurodo dizainerių skaičių, taip pat juos siejančius tinklus, grupes bei asociacijas, komandines iniciatyvas.

Lietuvos dizaino ekosistema

2014–2016 m. Europos dizaino organizacijų, universitetų ir verslo organizacijų konsorciumas vykdė projektą „Dizainas Europai“ (*Design for Europe*). Tai trejų metų trukmės programa, skirta dizaino sprendimais paremtoms inovacijoms Europoje paskatinti. Programa įkurta

bendradarbiaujant su ES kaip ES veiksmų plano dizaino sprendimais paremtoms inovacijoms dalis.

2016 m. per „Dizaino savaitę“ projekto ambasadorius Lietuvoje Dizaino forumas projekto rėmuose atliko Lietuvos dizaino politikos ekosistemos tyrimą, kuriame dalyvavo atstovai iš 18-os suinteresuotųjų šalių – Vyriausybės, inovacijų agentūrų, aukštųjų mokyklų, dizaino sektoriaus ir dizaino skatinimo organizacijų. Vykdamas tyrimą buvo siekiama sukurti strateginių pasiūlymų rinkinį dizaino pasiūlai ir poreikiui Lietuvoje didinti. Tyrime, kuriam vadovavo „Dizaino Europai“ ekspertė dr. Anna Whicher, strateginėms idėjoms sukurti buvo panaudoti dizaino srities metodai.

Tyrimo metu grupė sukūrė apie 70 strateginių idėjų, kurios išgrynintos į 10-ies stipresnių poveikį turinčių veiksmų rinkinį.

2016 m. vykdamas tyrimą jo dalyviai parengė Lietuvos dizaino ekosistemos žemėlapi. Išanalizavus ekosistemos dalyvius ir veikėjus, buvo išskirtos kiekvieno ekosistemos komponento silpnybės ir stiprybės.

ekosistemos dalys yra tarpusavyje susijusios, tai reiškia, kad jei sistemos komponentas yra nepakankamas, jis Visos turi įtakos kitam komponentui. Iš esmės dizaino pasiūla ir paklausa turėtų būti subalansuota.

Tyrimo dalyviai išnagrinėjo ekosistemos dalių stipriąsias ir silpnąsias puses, kad būtų galima įvertinti sisteminės sąveikos tarp dalyvių ir iniciatyvų lygį, siekiant nustatyti spragas ir galimybes („Lithuanian Design Policy Workshop Report“, 2016).

1 lentelė. Lietuvos dizaino ekosistemos stiprybės ir silpnybės.

Šaltinis: *Lithuanian Design Policy Workshop Report, 2016*

	STIPRYBĖS	SILPNYBĖS
1. Vartotojai / užsakovai	<ul style="list-style-type: none">- Didėjantis supratimas apie dizaino pridėtinę vertę paslaugų sferoje (viešasis ir privatus sektorius);- Didėjantis tyrimų, įrodančių	<ul style="list-style-type: none">- Santykinai mažas dizaino naudojimas (62% įmonių Lietuvoje nenaudoja dizaino, palyginti su ES vidurkiu - 55%);

- dizaino vertę, skaičius;
- Didelis susidomėjimas gero dizaino apdovanojimais.
- Nėra žinomų dizaino ambasadorių ar verslo čempionų;
- Ribotas dizaino naudojimas viešajame sektoriuje;
- Manymas, kad dizainas yra brangus;
- Manymas, kad dizainas apsiriboja prekės ženklu ar produktais.

2. Parama

- Didėjantis verslo paramos programų skaičius skatina dizaino kūrimą;
- Galimybė bendradarbiauti su verslo įmonėmis ar inkubatoriais sukuria galimybių dizaino „start-up“ augimui.
- Ribotas verslo tarpininkų ir inkubatorių supratimas apie dizainą;
- Sunku nustatyti sprendimus priimančius asmenis Vyriausybės paramos programoms;
- Nėra atvirų konsultacijų.

3. Viešinimas

- Didėja dalyvavimas dizaino apdovanojimuose;
- Didėja verslo tinklų ir dizaino suinteresuotųjų šalių bendradarbiavimas konferencijose, renginiuose, parodose ir kt.
- Brangu dalyvauti tarptautiniuose apdovanojimuose;
- Dizaino viešinimo iniciatyvų dubliavimas.

4. Dalyviai / veikėjai

- Augantis aktyvių žaidėjų skaičius;
- „Design for Europe“ parama;
- Didėjantis dizaino žinomumas tarp svarbių verslo tinklų, tokių kaip Lietuvos pramonės konfederacija.
- Santykių tarp dizaino ir verslo subjektų koordinavimo trūkumas;
- Riboti ištekliai;
- Veiklos dubliavimas.

5. Politika

- Galimybė parengti veiksmų planą, skirtą architektūros ir dizaino gairėms įgyvendinti;
- Dizainas pripažintas trijose ministerijose.
- Nėra dizaino politikos ir veiksmų įgyvendinimo plano;
- Dizainas, nepripažįstamas socialinių ar sveikatos ministerijų;
- Ribotos politikų žinios ir supratimas apie dizainą kaip inovacijų pagrindą;

- Nėra jokių veiksmų, skirtų pažangiosios specializacijos strategijai kurti.

6. Parama

- Dizaino finansavimas dviejose ministerijose (naujos dizaino LT dotacijos);
- Dizainas yra kultūros finansavimo prioritetas;
- Lietuvos kultūros tarybos finansavimas projektams ir stipendijoms.
- Biurokratinis paraiškų teikimo procesas įmonėms gauti finansavimą;
- Ribotas fondų koordinavimas;
- Nėra reguliarių kvietimų dalyvauti projektuose;
- Dizaino finansavimas yra antras mažiausias finansavimas.

7. Tyrimai

- Institucinių ryšių naudojimas siekiant pagerinti mokslinius tyrimus ir švietimą;
- Keletas dizaino mokslinių tyrimų projektų buvo finansuojami Vyriausybės, tačiau rezultatai nebūtinai buvo veiksmingai viešunami.
- Duomenų, įgalinančių atstovavimą, trūkumas;
- Nėra verslo ir dizaino bendradarbiavimo;
- Mažas dizaino doktorantūros tyrimų skaičius;
- Nedaug tarpdisciplininių dizaino tyrimų.

8. Švietimas

- Stipri švietimo bazė ir gera infrastruktūra;
- Studentų galimybės keliauti į užsienį;
- Augantis susidomėjimas studijuoti dizainą universitete.
- Dizainas nėra visiškai integruotas į pradinį ugdymą;
- Dizainas siejamas su amatais, o ne inovacijomis;
- Nepakanka aukštojo mokslo taikomųjų žinių;
- Ribotas ryšys tarp aukštojo mokslo ir pramonės;
- Mokymo programos orientuotos į tradicines aukštųjų mokyklų dizaino disciplinas.

9. Dizaineriai

- Išplėstinė grafinio dizaino disciplina;
- Daug apdovanojimų pelniusių dizainerių;
- Jaunų talentų gausa;
- Dizainerių duomenų bazė.
- Nėra dizaino sektoriaus atstovų, galinčių rengti dizainą verslui ir Vyriausybei;
- Dizainas suprantamas kaip stilius (tik 6% įmonių mano, kad dizainas yra strategija);
- Ribotas paslaugų dizaino taikymas;

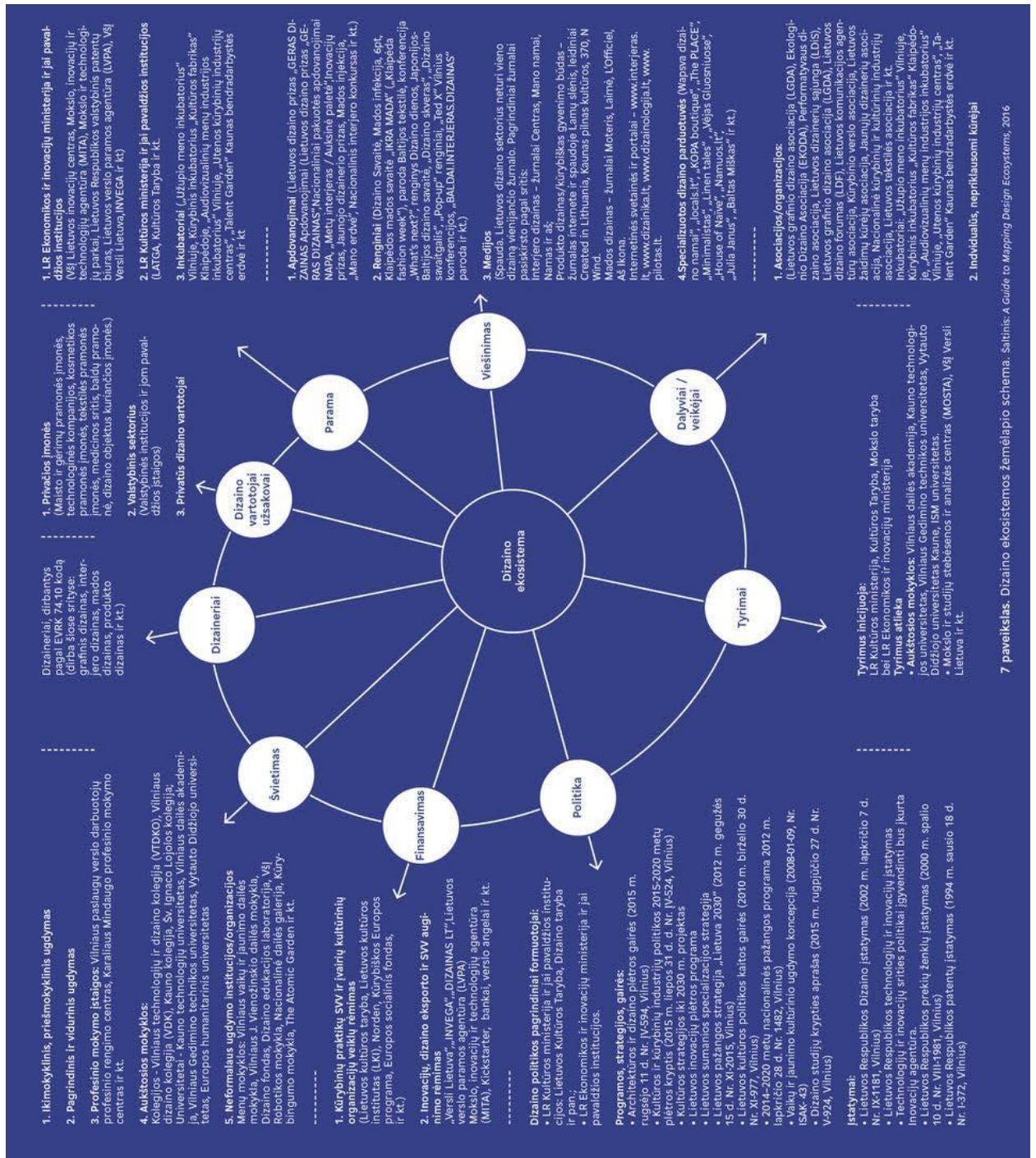
- Nėra profesionalių dizaino standartų;
- Ribotos nuolatinės profesinio tobulėjimo galimybės;
- Būti pristatomam lietuviško dizaino atstovu nenaudinga.

Lietuvos dizaino ekosistemos žemėlapis / atnaujinta versija

Rengiant Lietuvos dizaino sektorių koordinuojančios institucijos steigimo analizės ir poreikio vertinimo tyrimą kaip branduolys buvo naudotas 2016 m. projekto „Dizainas Europai“ (*Design for Europe*) kūrybinių dirbtuvių Lietuvoje metu sudarytas dizaino ekosistemos žemėlapis. Tačiau atliekant šį tyrimą jis buvo papildytas ir praplėstas atsižvelgiant į pasikeitimus Lietuvos dizaino srityje. Taigi, kaip minėta aukščiau, atnaujinta Lietuvos dizaino ekosistemos žemėlapiu versija parengta remiantis PDR (*International Design and Research Centre (Wales)*) siūloma devynių elementų ekosistemos žemėlapiu schema („A Guide to Mapping Design Ecosystems“, 2016).

Informacija šiam ekosistemos žemėlapiui buvo rinkta pasitelkiant Lietuvos statistikos departamento ir Švietimo informacinių technologijų centro duomenis, bendradarbiaujant su Nacionalinių ir tarptautinių apdovanojimų organizatoriais, taip pat naudota asociacijų ir kitų įstaigų teikiama informacija.

Atnaujinta informacija pateikiama žemiau esančiame paveiksle (jo versija taip pat pateikiama ir Priede Nr. 3).



10 paveikslas. Lietuvos dizaino ekosistemos žemėlapis

1. Dizaino vartotojai / užsakovai

Dizaino vartotojus Lietuvoje galima skirstyti į šias grupes:

⇒ Individualūs vartotojai;

Tai vartotojai, kurie perka ir naudoja įvairius dizaino gaminius, naudojami dizainerių teikiamomis paslaugomis (grafinis dizainas, interjero, mados dizainas ir kt.), dalyvauja įvairiose su dizainu susijusiuose renginiuose ir pan.

⇒ Juridiniai asmenys;

Tai įmonės, kurios savo veikloje naudoja dizainą remiantis *ES Innobarometer* teikiamais duomenimis pagal „Dizaino kopėčių“ (*The Design Ladder*) metodiką. Šis metodas apibrėžia, kaip įmonės naudoja dizainą produktams ar procesams: dizainas turi mažai įtakos įmonėje vykstantiems procesams (1 etapas), dizainas nėra pagrindinė įmonės veiklos sritis, bet yra stipriai integruotas per santykius su klientais, pvz.: per pakuotę, per marketingo įrankius (2 etapas), dizainas kaip procesas yra integruotas į daugelį įmonių veiklos sričių (3 etapas) arba dizainas kaip strategija - tai yra dizainas naudojamas visose įmonės veiklos aspektuose ir ypatingai juo remiama įmonės strategija (4 etapas) (*The Design Economy*, 2018).

Analizuojant gautus duomenis buvo pastebėta, kad Lietuvos įmonės daugiausia dizainą naudoja kaip įrankį pridėtinei vertei kurti - dizainas naudojamas ir integruotas per santykius su klientais: tai pakuotės, reklaminės kampanijos ir kt. Įmonės vis dažniau pasikliauja profesionalais srityje ir naujų produktų sukūrimui bei įvedimui į rinką naudojami dizainerių ir reklamos agentūrų paslaugomis. Dizaino naudojamas versle ypatingai pastebimas:

- Maisto ir gėrimų pramonės įmonėse;
- Technologinėse kompanijose;
- Kosmetikos pramonės įmonėse;
- Tekstilės pramonės įmonėse;
- Medicinos srityje;
- Baldų pramonėje
- Dizaino objektus kuriančiose įmonėse.

⇒ Valstybinis sektorius – ministerijos, biudžetinės įstaigos, savivaldos institucijos bei kt.

Valstybiniame sektoriuje plačiausiai paplitęs grafinis dizainas – naujų logotipų, firminio stiliaus kūrimas, įvairių leidinių leidimas bei maketavimas, internetinių puslapių kūrimas ir kt.

Valstybinės institucijos taip pat naudoja dizainerių paslaugas ir institucijų reprezentacijai užsienio šalyse – skelbiami konkursai įvairių paviljonų įrengimui, suvenyrų gamybai bei pristatomiesiems leidiniams.

Dizainas kaip strategija valstybiniame sektoriuje nėra taikomas.

Pastebėtina, kad Lietuvoje dizainas labiausiai paplitęs stiliaus išraiškos formoje, tačiau įmonės vis labiau siekia bendradarbiauti su dizaino srities profesionalais kuriant naujus produktus. Įmonės įdeda vis daugiau lėšų į naujų produktų pristatymą ir įvedimą į rinką. Dizainas kaip strategija, kaip strateginio mąstymo ir veikimo įrankis, nėra paplitęs.

2. Parama

Lietuvoje parama dizaino įmonėms ir kūrėjams labiausiai pastebima per inovacijų skatinimo veiklas, kurias kuruoja LR Ekonomikos ir inovacijų ministerija ir jai pavaldžios institucijos. Šios institucijos teikia mentorių paslaugas naujai steigiamiems bei įsteigtiems verslams, konsultuoja bendradarbiavimo ir eksporto su kitomis šalimis klausimais, teikia informaciją apie mokestines prievoles bei konsultuoja patentavimo klausimais. Taip pat institucijos atlieka tarpininko paslaugas suvedant mokslo ir švietimo institucijas su dizaineriais bei dizaino įmonėmis.

Pagrindinės institucijos teikiančios paramą Dizaino sektoriui:

- *VšĮ Lietuvos inovacijų centras*
- *Mokslo, inovacijų ir technologijų agentūra (MITA)*
- *Mokslo ir technologijų parkai*
- *Lietuvos Respublikos valstybinis patentų biuras*
- *Lietuvos verslo paramos agentūra (LVPA)*
- *VšĮ Versli Lietuva*

- *INVEGA ir kt.*

LR Kultūros ministerija paramos teikimo klausimu nėra tokia palanki Dizaino sektoriui – specialių priemonių ar tam skirtų institucijų nėra, daugiausia su dizaineriais (kalbant apie jų autorines teises) dirba LATGA.

Institucijos teikiančios paramą Dizaino sektoriui:

- *Lietuvos kultūros institutas (LKI)*

Taip pat reikšmingai prie dizaino lauko paramos prisideda inkubatoriai: „Užupio meno inkubatorius“ Vilniuje, Kūrybinis inkubatorius „Kultūros fabrikas“ Klaipėdoje, „Audiovizualinių menų industrijos inkubatorius“ Vilniuje, „Utenos kūrybinių industrijų centras“, „Talent Garden“ Kaunas bendradarbybės erdvė ir kt.

3. Viešinimas

Lietuvoje dizaino sektoriaus viešinimas ir sklaida vykdoma keliais pagrindiniais kanalais

⇒ *Apdovanojimai*

Lietuvos dizaino prizas „Geras Dizainas“.

Lietuvos dizaino prizas „Geras Dizainas“ yra nacionalinis konkursas, skirtas geriausiam dizainui šalyje atrasti ir paminėti. Konkursą kasmet nuo 2012 m. organizuoja asociacija Dizaino forumas.

Teikti paraiškas konkursui kviečiami Lietuvoje dirbantys dizaineriai (bet kurios šalies piliečiai) ir veikiančios įmonės. Vertinti priimami per dvejus metus iki konkurso užbaigti (sukurti arba išleisti į rinką) darbai. Dalyvavimas konkurse yra nemokamas. Siekiant nešališkumo, pateiktus darbus vertina užsienio dizaino srities profesionalų komisija.

Konkursui darbus teikti galima dešimtyje skirtingas dizaino sritis apimančių kategorijų: baldai ir šviestuvai, interjeras, interjero elementai, koncepcija, kostiumo dizainas, leidinys, mados aksesuarai, produkto ir industrinis dizainas, socialinis ir paslaugų dizainas, vizualinis

identitetas. Kiekvienoje kategorijoje tarptautinė komisija renka tris geriausius darbus, kurių vienas apdovanojamas konkurso prizų, o du – diplomais.

Nacionaliniai pakuotės apdovanojimai NAPA

Nacionalinius pakuotės dizaino apdovanojimus NAPA rengia Lietuvos grafinio dizaino asociacija (LGDA) ir Lietuvos parodų ir kongresų centras LITEXPO. Nugalėtojų apdovanojimų ceremonija, darbų paroda ir diskusijos vyksta Baltijos maisto ir gėrimų parodos BAF metu.

Metų interjeras / Auksinė paletė

Konkursas organizuojamas jau 12 metų (organizatorius žurnalas „Centras“). Darbai vertinami trijose tipologinėse grupėse: privataus, visuomeninio ir biuro interjero. Konkursą sudaro 11 nominacijų, kiekviena nominacija turi komercinį rėmėją. Vertinimo komisija sudaroma iš užsienio architektų ir dizainerių, kurių darbai paskutiniaisiais metais buvo publikuoti žurnale „Centras“. Komisija vertina virtualiai, specialiai sukurtame internetiniame modulyje.

Inovacijų prizas

Lietuvos pramoninkų konfederacija kartu su VšĮ Lietuvos inovacijų centru rengia dar nacionalinį konkursą „Inovacijų prizas“, kurį remia Lietuvos Respublikos Ekonomikos ir inovacijų ministerija.

Konkurso tikslas - skatinti verslų mąstymą, technologinę plėtrą ir inovatyvumą. Konkurse „Inovacijų prizas“ gali dalyvauti verslo įmonės, registruotos Lietuvoje. Dalyvių pateiktas paraiškas vertina nepriklausoma ekspertų komisija pagal iš anksto nustatytus kriterijus, kurie yra skelbiami konkurso tinklapyje. Konkurso paraiškas taip pat vertina Europos verslo ir inovacijų tinklo (*Enterprise Europe Network*) ekspertai. Nugalėtojams suteikiama teisė naudoti logotipą reprezentaciniams tikslams.

Jaunojo dizainerio prizas

„Jaunojo dizainerio prizas“ – tai nuo 2011 m. Vilniaus Dailės akademijos organizuojamas konkursas. Kiekvienais metais konkurse dalyvauja apie 60-70 jaunųjų dizainerių. Konkurso

tikslas – skatinti dizaino studentų tobulėjimą, išbandant idėjas ir jų pateikimo įgūdžius nebe saugioje akademinėje aplinkoje, bet pristatant juos nepriklausomai komisijai. Darbai skirstomi į šias kategorijas: produkto dizaino, komunikacijos dizaino, mados dizaino, dizaino tyrimų.

Mados injekcija

Jaunieji mados talentai ant *Mados infekcijos* podiumo gali patekti per visiems atvirą konkursą *Injekcija* – nuo 2008 metų festivalio rengiamą konkursą. Nuo 2010 metų *Injekcijos* konkursas yra tarptautinis. Konkurse gali dalyvauti profesionalūs dizaineriai ir studentai, kurie dar nėra dalyvavę *Mados infekcijoje*.

Kita:

Mano erdvė (organizatorius *Lietuvos architektų sąjunga*), *Nacionalinis interjero konkursas* (iniciatorius nekilnojamo turto bendrovė Hanner).

⇒ *Renginiai:*

Dizaino savaitė

Dizaino savaitė – nuo 2005 m. vyksiantis vienintelis tokio masto dizaino festivalis Lietuvoje, organizuojamas Dizaino Forumo. Tradiciškai pirmąją gegužės savaitę šeši Lietuvos miestai – Vilnius, Kaunas, Klaipėda, Šiauliai, Telšiai ir Anykščiai – pasineria į „dizainerišką“ fiestą, kurios metu rengiamos kūrybinės dirbtuvės, parodos, organizuojamos konferencijos, kūrėjų darbų pristatymai. *Dizaino savaitė* metu vyksta ir jau tradicija tapęs nacionalinis konkursas *Geras dizainas*, skirtas geriausiam dizainui šalyje atrasti ir paminėti. Nugalėtojus kasmet renka tarptautinė komisija. Jaunieji kūrėjai *Dizaino savaitė* metu yra kviečiami pristatyti savo naujausius darbus miestų pagrindinėse gatvėse įsikūrusių kavinių, parduotuvių, salonų vitrinose.

Kiti renginiai:

Mados infekcija, 6pt, Klaipėdos mados savaitė *IKRA MADA (Klaipėda fashion week)*, paroda *Baltijos tekstilė*, konferencija *What's next?*, renginys *Dizaino dienos, Japonijos-Baltijos dizaino*

savaitė, Dizaino skveras, Dizaino savaitgalis, Pop-up renginiai, Ted X Vilnius konferencijos, BALDAI.INTERJERAS.DIZAINAS paroda.

⇒ *Medijos:*

Spauda

Lietuvos dizaino sektorius neturi vieno dizainą vienijančio žurnalo. Pagrindiniai žurnalai pasiskirsto pagal sritis. Interjero dizainas – žurnalai: „Centras“, „Mano namai“, „Namas ir aš“. Produkto dizainas/kūrybiškas gyvenimo būdas – žurnalas internete ir spaudoje „Lamų slėnis“, leidiniai *Created in Lithuania*, „Kaunas pilnas kultūros“, „370“, „N Wind“. Mados dizainas – žurnalai: „Moteris“, „Laimė“, „L'Officiel“, „Aš Ikona“.

Internetinės svetainės ir portalai

Pagrindiniai išskirtini šie: www.interjeras.lt, www.dizainika.lt, www.dizainologija.lt, www.pilotas.lt.

⇒ *Specializuotos dizaino parduotuvės*

Wapsva dizaino namai, locals.lt, KOPA boutique, The PLACE, Minimalistas, Linen tales, Vėjas Gluosniuose, House of Naïve, Namuos.lt, Julia Janus, Baltas Miškas ir kt.

4. Dalyviai / veikėjai

Vykdytos apklausos bei pokalbių su dizaino sektoriaus kūrėjais metu galima identifikuoti dvi Lietuvos dizaino sektoriaus dalyvių/veikėjų grupes:

⇒ *Dizaino sektoriaus atstovus vienijančios asociacijos/organizacijos:*

Lietuvoje šiuo metu veikia kelios dizainerių asociacijos. Jos vienija skirtingų sričių dizaino profesionalus, pvz. *Lietuvos grafinio dizaino asociacija (LGDA)*, kuri vienija grafinius dizainerius; *Ekologinio Dizaino Asociacija (EKODA)*, kuri vienija ekologinio dizaino atstovus – įmones ir pavienius kūrėjus; *Performatyvaus dizaino asociacija* vienija tarpdisciplininio dizaino kūrėjus.

Tačiau net ir seniausios veikiančios organizacijos negali pasigirti dideliu savo narių skaičiumi - *Lietuvos dizainerių sąjunga (LDiS)*, veikianti nuo 1987 m. (2018 10 29 duomenimis LDiS iškelta bankroto byla, paskutinis buvęs vadovas – Tautvydas Kaltenis), 2017 12 30 duomenimis vienijo 64 narius. *Lietuvos grafinio dizaino asociacija (LGDA)* savo puslapyje pateikia informaciją apie 163 narius, *Lietuvos dizaino forumas (LDF)* 2019 m. kovo mėnesio informacija vienija 36 narius.

Taip pat veikia ir organizacijos, kurios atstovauja ir vienija kūrybinių industrijų atstovus, jų tarpe ir dizaino kūrėjus – *Lietuvos komunikacijos agentūrų asociacija, Kūrybinio verslo asociacija, Lietuvos žaidimų kūrėjų asociacija, Jaunųjų dizainerių asociacija, Nacionalinė kūrybinių ir kultūrinių industrijų asociacija, Lietuvos tekstilės asociacija* ir kt.

Reikšmingai prie dizaino lauko veiklų prisideda inkubatoriai: „Užupio meno inkubatorius“ Vilniuje, Kūrybinis inkubatorius „Kultūros fabrikas“ Klaipėdoje, „Audiovizualinių menų industrijos inkubatorius“ Vilniuje, „Utenos kūrybinių industrijų centras“, „Talent Garden“ Kaunas bendradarbystės erdvė ir kt.

⇒ *Individualūs, nepriklausomi kūrėjai* – dizaino edukatoriai, tyrėjai, dizaino kūrėjai (interjero dizainas, grafinis, produkto, mados, maisto dizainas ir pan.) ir kt.

Šie kūrėjai nepriklauso jokioms dizaino asociacijoms, tačiau nuolat dalyvauja dizaino populiarinimo renginiuose, atstovauja Lietuvos dizaino sektorių užsienio šalyse, savo darbais stipriai prisideda prie dizaino sektoriaus problemų sprendimo, inicijuoja įvairius projektus tarp skirtingų sričių dizaino kūrėjų, atstovauja dizaino kūrėjų bendruomenę įvairiose tarptautinėse organizacijose.

Lietuvos dizaino institucijų atstovavimas tarptautinėse dizaino asociacijose bei tinkluose: Ico-D (International Council of Design), WDO (World Design Organization), BEDA (Bureau of European Designers' Associations), CUMULUS. Analizuojant dabartinę situaciją, atstovavimas nacionaliniu mastu skirtingose asociacijose nėra koordinuojamas, tačiau pavienių organizacijų ar kūrėjų iniciatyva kontaktas palaikomas.

5. Politika

Pagrindinis Lietuvos Dizaino politikos formavimas pasiskirsto per dvi ministerijas – tai LR Kultūros ministerija, kuri kuruoja įvairias kultūrinės dizaino sektoriaus iniciatyvas, autorines teises, bei LR Ekonomikos ir inovacijų ministeriją, kuri atsakinga už inovacijas, dizaino eksportą ir SVV auginimą.

Vykdamas tyrimo interviu su skirtingų institucijų darbuotojais pastebėta, kad šios dvi ministerijos labai mažai bendrauja tarpusavyje Dizaino politikos klausimais, neturi bendrų gairių ar veiklos strategijų. Taip pat svarbu pabrėžti, kad Lietuva vis dar neturi nuoseklaus Lietuvos Dizaino įstatymo tinkamo plačiam dizaino suvokimui ir strateginių tikslų siekiant pagerinti dizaino sistemos rodiklius. Šiuo metu veikiančias LR Dizaino įstatymas kalba tik apie produktų dizainą, tačiau jame nėra dizaino sąvokos apibrėžimo pagal šiuo metu aktualius terminus bei veiklos modelius. Šis įstatymas, kuris buvo priimtas 2002 metais, neatspindi šių dienų realių ir nėra aktualus Dizaino sektoriui. Vistik 2019 m. buvo žengtas pirmas Dizaino politikos žingsnis – LR Ekonomikos ir inovacijų bei LR Kultūros ministerijos įsteigė bendrą darinį – Dizaino tarybą.

Taip pat atkreiptinas dėmesys į tai kad Lietuvoje nėra veikiančios Dizaino institucijos, kuri analizuotų dizaino sistemos rodiklius per kelis pjūvius – ekonomikos, kultūros, socialines sritis.

⇒ *Įstatymai:*

- Lietuvos Respublikos Dizaino įstatymas (2002 m. lapkričio 7 d. Nr. IX-1181, Vilnius)
- Lietuvos Respublikos technologijų ir inovacijų įstatymas
- Technologijų ir inovacijų srities politikai įgyvendinti bus įkurta Inovacijų agentūra.
- Lietuvos Respublikos prekių ženklų įstatymas (2000 m. spalio 10 d. Nr. VIII-1981, Vilnius)
- Lietuvos Respublikos patentų įstatymas (1994 m. sausio 18 d. Nr. I-372, Vilnius)

⇒ *Programos, strategijos, gairės:*

- Architektūros ir dizaino plėtros gairės (2015 m. rugsėjo 11 d. Nr. IV-594, Vilnius)

- Kultūros ir kūrybinių industrijų politikos 2015-2020 metų plėtros kryptis (2015 m. liepos 31 d. d. Nr. IV-524, Vilnius)
- Kultūros strategijos iki 2030 m. projektas
- Lietuvos inovacijų plėtros programa
- Lietuvos sumanios specializacijos strategija
- Lietuvos pažangos strategija „Lietuva 2030“ (2012 m. gegužės 15 d. Nr. XI-2015, Vilnius)
- Lietuvos kultūros politikos kaitos gairės (2010 m. birželio 30 d. Nr. XI-977, Vilnius)
- 2014–2020 metų nacionalinės pažangos programa 2012 m. lapkričio 28 d. Nr. 1482, Vilnius)
- Vaikų ir jaunimo kultūrinio ugdymo koncepcija (2008-01-09, Nr. ISAK- 43)
- Dizaino studijų krypties aprašas (2015 m. rugpjūčio 27 d. Nr. V-924, Vilnius) ir kt.

6. Finansavimas

Dizaino srities finansavimas yra kompleksinis reiškinys - LR Kultūros Taryba skiria finansavimą įvairioms su dizainu susijusioms iniciatyvoms, leidiniams, renginiams, edukacijoms, festivaliams bei remia SVV ir įvairias kultūrinių organizacijų veiklas. Kai tuo tarpu LR Ekonomikos ir inovacijų ministerija per MITA, Verslią Lietuvą ir kitas institucijas labiau orientuojasi į inovacijas, dizaino eksportą ir SVV auginimą.

Dizaino srities finansavimas patenka po keliomis sritimis – tai ir verslų rėmimas, kultūrinių iniciatyvų ir projektų rėmimas, kūrybinių industrijų rėmimas – todėl įvardinti konkrečia suma kurią gauna Dizaino sritis nėra įmanoma.

Pagrindinės institucijos/programos finansuojančios Dizaino sektorių per įvairias veiklas:

Lietuvos kultūros taryba

2013 m. reformavus kultūros ir meno projektų finansavimo sistemą įsteigta Lietuvos kultūros taryba – kultūros politikos įgyvendinimo institucija. Įsteigiant Lietuvos kultūros tarybą buvo sukurta kultūros bendruomenės savivalda ir pagarbaus atstumo principu pagrįsta kultūros valdymo sistema. 2018 m. finansuoti 34 projektai iš 108 pateiktų, jiems skirta 240396 Eur suma (žr. 2-3 lentelės).

2 lentelė. Informacija parengta pagal Lietuvos kultūros tarybos informaciją

Srities finansavimas: Dizainas

Metai	Pateikta paraiškų	Finansuota paraiškų	Prašoma suma	Skirta suma
2018	108	34	1 610 413 €	240 396,00 €
2017	63	25	879 036,40 €	131 000,00 €
2016	73	24	1 125 170,89 €	157 550,00 €
2015	102	29	1 485 601,39 €	174 666,00 €
2014	69	35	1 283 974,51 €	279 865,62 €

3 lentelė. Informacija parengta pagal Lietuvos kultūros tarybos informaciją

Dizaino srities stipendijos (individualios ir edukacinės)

Metai	Skirta stipendijų	Pateikta paraiškų	Skirta suma eur	Prašoma suma
2018	33	60	100 800,00	411 809,00
2017	21	61	61 023,00	420 183,00
2016	20	31	39 900,00	137 940,00
2015	21	36	29 649,00	140 600,00
2014	12	19	28 500,00	81 320,00

Lietuvos kultūros institutas (LKI)

Lietuvos kultūros institutas (LKI) – biudžetinė įstaiga, įsteigta LR kultūros ministerijos, kurios funkcija yra vykdyti Lietuvos kultūros sklaidą užsienyje ir pristatyti pasauliui Lietuvą per kultūrą.

Mokslo, inovacijų ir technologijų agentūra (MITA)

Mokslo, inovacijų ir technologijų agentūra, administruodama jai pavestas mokslinių tyrimų, technologinės plėtros ir inovacijų programas, organizuoja ekspertinį projektų ir ataskaitų vertinimą.

Lietuvos verslo paramos agentūra (LVPA)

Lietuvos verslo paramos agentūra (LVPA) skelbia įvairius kvietimus projektų finansavimui. Visa informacija apie 2018–2020 metų kvietimus skelbiama interneto svetainėje http://lvpa.lt/upload/files/Kvietimu%20planas_2017-12-29.pdf *Mokslo, inovacijų ir technologijų agentūra (MITA).*

„DIZAINAS LT“

Europos regioninės plėtro fondo priemonė NR. 03.3.1-LVPA-K-838 „DIZAINAS LT“. Remiama veikla – netechnologinių inovacijų sukūrimo ir (ar) diegimo gamybos procesuose ir (ar) paslaugose skatinimas, pritaikant originalius gaminių (paslaugų) dizaino sprendimus. Galimi pareiškėjai – mažos ir vidutinės įmonės. Atsakinga įgyvendinamoji institucija – Viešoji įstaiga Lietuvos verslo paramos agentūra. Šiai priemonei planuojamos skirti ES struktūrinių fondų lėšos - 5 656 436 Eur.

„INVEGA“

INVEGA administruoja finansinių ir visuotinės dotacijos priemonių įgyvendinimą, bet neadministruoja atskirai tik su dizainu susijusių projektų. INVEGOS administruojamos priemonės, skirtos verslo finansavimui pagerinti, gali būti pritaikomos įvairiems verslams. Remiantis INVEGA 2018 m. liepos 24 d. atsakymu į užklausą, 2015-2017 metais pagal su dizainu susijusius EVRK kodus buvo vykdomi 36 projektai. Pareiškėjų skaičius siekia 26, nes,

vienas smulkiojo ir vidutinio verslo subjektas gali įgyvendinti keletą projektų. Bendra prašyta finansavimo suma šiems projektams įgyvendinti sudarė per 1,73 mln. Eur. Kokia suma tiksliai panaudota, kol kas duomenų nėra, nes dauguma projektų dar įgyvendinami.

„Versli Lietuva“

VšĮ „Versli Lietuva“ – Ūkio ministerijos įsteigta agentūra, skatinanti verslumą, tvarią ir modernią verslo plėtrą, startuolių ekosistemą bei eksportą Lietuvoje. „Versli Lietuva“ – tai „vienas langelis“ verslui per visą jo raidos ciklą.

Kitos finansavimo galimybės:

Norden, Kūrybiškos Europos programa, Europos socialinis fondas, Kickstarter, bankai, verslo angelai ir kt.

7. Tyrimai

Dizaino srities tyrimų Lietuvoje nėra atliekama daug. Pagrindiniai dizaino srities tyrimų užsakovai - LR Kultūros ministerija, Kultūros Taryba, bei Mokslo taryba, taip pat LR Ekonomikos ir inovacijų ministerija. Tyrimai vykdomi šiose Lietuvos aukštosiose mokyklose: Vilniaus dailės akademijoje, Kauno technologijos universitete, Vilniaus Gedimino technikos universitete, Vytauto Didžiojo universitete Kaune, ISM universitete. Tyrimus taip pat atlieka Mokslo ir studijų stebėsenos ir analizės centras (MOSTA), VšĮ Versli Lietuva ir kt.

Daugiausia tyrimų atliekama inovacijų srityje, taip pat istorinių/mokslinių tyrimų.

8. Švietimas

Vertinant tyrimo metu gautus duomenis (iš interviu su LR Švietimo, mokslo ir sporto ministerijos atstovais) galima konstatuoti, kad formaliai Dizaino sritis integruota į visas švietimo pakopas. Tačiau žinios, kurias įgyja vaikai ir studentai nėra šiuolaikiškos, dėstymo metodai neatspindi šiuo metu esančiu tendencijų dizaino srityje. Taip pat atkreiptina, kad LR Švietimo, mokslo ir sporto ministerija visiškai neturi ryšių su LR Kultūros ministerija bei nevykdo bendros politikos Dizaino srities ugdyme. Ministerijos rengiamos mokslo dalykų

gairės yra tik rekomenduojamo pobūdžio, todėl Dizainas ikimokykliniame ir priešmokykliniame ugdyme yra integruotas tik tiek, kiek jį integruoja pedagogai.

⇒ *Ikimokyklinis, priešmokyklinis, pagrindinis ir vidurinis ugdymas*

Dizaino elementų integracija vaikų ugdyme pastebima šiuose pagrindiniuose laukuose:

- Ikimokykliniame ir priešmokykliniame ugdyme: auklėtojos savarankiškai integruoja kūrybiškumo ir dizaino elementus į vaikų ugdymo procesą;
- Pradiniame ugdyme dizaino elementai pastebimi meninio ugdymo pamokose;
- Pagrindiniame bei viduriniame ugdyme: dizainas integruotas į technologijų bei dailės pamokas.

Tiesesnis santykis su dizainu plėtojamas aukštesnėse ir aukščiausiose mokymosi grandyse: profesinėse ir aukštosiose mokyklose.

⇒ *Profesinio mokymo įstaigos*

Vilniaus paslaugų verslo darbuotojų profesinio rengimo centras, Karaliaus Mindaugo profesinio mokymo centras ir kt.

⇒ *Aukštosios mokyklos*

Pagal nacionalinius švietimo srities teisės aktus dizaino studijų kryptis (W200 Dizainas) priskiriama studijų sričiai "Menai" ir studijų krypčių grupei "Meno studijos" ir apima 9 šakas:

1. W210 Grafinis dizainas
2. W220 parodų ir renginių dizainas
3. W230 Mados dizainas
4. W240 Pramoninis dizainas
5. W250 Interjero dizainas
6. W260 Vizualinių komunikacijų dizainas
7. W270 Keramikos dizainas
8. W280 Interaktyvus ir elektroninis dizainas

9. W290 Interjero ir baldų renovavimas ir konservavimas

2016-2017 m. mokslo metais šiose programose studijavo apie 1200 studentų. Dizaino krypties studijas vykdo: Kolegijos - Vilniaus technologijų ir dizaino kolegija (VTDKO), Vilniaus dizaino kolegija (VDK), Kauno kolegija, Šv. Ignaco Lojolos kolegija.

Pagrindiniai universitetai: Kauno technologijų universitetas, Vilniaus dailės akademija, Vilniaus Gedimino technikos universitetas, Vytauto Didžiojo universitetas, Europos humanitarinis universitetas

Analizuojant studentų skaičių šiose aukštojo ugdymo mokyklose tyrimo vykdytojai kreipėsi į Lietuvos statistikos departamento Švietimo ir kultūros statistikos skyrių bei Švietimo informacinių technologijų centrą. Gauta informacija apie studentų visų pakopų skaičių nesutapo.

4 lentelė. Informacija parengta pagal Švietimo informacinių technologijų centro informaciją

Mokslų kryptis: Dizainas	Pirmosios pakopos studijos (BA)					Antrosios pakopos studijos (MA)					Trečiosios pakopos studijos				
	2013	2014	2015	2016	2017	2013	2014	2015	2016	2017	2013	2014	2015	2016	2017
Aplinkos objektų dizainas	0	0	4	7	1										
Aprangos dizainas	20	21	25	15	16										
Dizainas	99	85	68	48	60	10	8	7	9	8			1	2	4
Grafinis dizainas	63	72	68	61	83	1	8	9	0	4					
Grafinių komunikacijų dizainas	0	21	43	34	35										
Interjero dizainas	131	81	87	70	70										
Ivaizdžio dizainas	0	0	44	22	35										
Kostiumo dizainas	31	23	14	23	17	2	4	3	1	3					
Kūrybinių industrijų dizainas	0	0	9	10	10										
Mados dizainas	21	25	28	38	15										
Medijos ir vizualinis dizainas	43	50	1	9	7										
Performatyvus dizainas	0	0	0	0	0										
Šukuosenų dizainas	23	13	10	7	8										
Vizualinis dizainas	30	10	5	9	0	6	4	9	1	5					
Vizualinis dizainas ir medijos	0	0	0	1	28										
Vizualiųjų komunikacijų dizainas						0	0	0	2	6					
Iš viso:	461	401	406	354	385	19	24	18	13	26			1	2	4

5 lentelė. Informacija pagal Lietuvos statistikos departamento Švietimo ir kultūros statistikos skyrių

Studijų Programos valstybinis kodas	Studijų Programos valstybinis kodas (nuo 2016 m.)	Studijų programos pavadinimas	2013	2014	2015	2016	2017
Bakalauro laipsnis							
612W20001	6121PX013	Dizainas	64	42	41	25	25
612W20002	6121PX016	Grafinis dizainas	11	28	20	16	26
612W20005	6121PX017	Interjero dizainas	19	24	17	20	24
612W20003	6121PX019	Kostiumo dizainas	22	23	14	23	17
612W20004		Vizualinis dizainas	30	10	5	9	-
612W26001		Medijos ir vizualinis dizainas	43	50	1	9	7
612W20008	6121PX001	Vizualinis dizainas ir medijos	-	-	-	1	28

612W20007	6121PX037	Aplinkos objektų dizainas	-	-	4	7	1
612W23001	6121PX032	Mados dizainas	-	-	-	-	-
		Iš viso:	189	177	102	110	128
Magistro laipsnis							
621W20001	6211PX007	Dizainas	-	-	7	9	8
621W20002	6211PX011	Kostiumo dizainas	1	-	3	-	3
621W20001	6211PX007	Dizainas	10	8	-	-	-
621W20003	6211PX010	Grafinis dizainas	1	8	9	-	4
621W20002	6211PX011	Kostiumo dizainas	1	4	-	1	-
621W20004	6211PX022	Vizualinis dizainas	6	4	9	1	5
		Iš viso:	19	24	28	11	20
Mokslų daktaro laipsnis							
02M		Dizainas	-	-	1	2	4

⇒ *Neformalaus ugdymo institucijos/organizacijos*

Edukacija dizaino tema vykdoma ir per Neformalųjį ugdymą. Neformalusis ugdymas vystomas per kelias kategorijas:

- *Biudžetinės įstaigos*

Menų mokyklos: Vilniaus vaikų ir jaunimo dailės mokykla, Vilniaus J. Vienožinskio dailės mokykla ir kt.

Muziejai: Nacionalinė dailės galerija, Taikomosios dailės ir dizaino muziejus, Lietuvos technikos ir energetikos muziejus

- *Privačios iniciatyvos*

VšĮ Dizaino fondas, VšĮ Dizaino edukacijos laboratorija, VšĮ Robotikos mokykla, Kūrybingumo mokykla, *The Atomic Garden* ir kt.

6. Dizaineriai

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

palyginamajai valstybių narių analizei atlikti (*Design for Growth&Prosperity*, 2012.) Todėl šio tyrimo metu buvo nuspręsta naudoti informaciją susietą su EVRK 2 red. ekonominės veiklos rūšies kodu 74.10 - specializuota projektavimo veikla. Šį kodą savo tyrimuose apie dizaino srities gaunamas pajamas naudoja tokios šalys kaip Didžioji Britanija (*The Design Economy*, 2018) ir kt.

Valstybinės mokesčių inspekcijos prie Lietuvos Respublikos finansų ministerijos duomenimis mokesčių mokėtojų registre 2018 m. liepos 31 d. buvo įregistruota 1219 gyventojų, vykdančių individualią veiklą pagal pažymą. Ši veikla buvo vykdoma pagal EVRK 2 red. ekonominės veiklos rūšies kodą 74.10 - specializuota projektavimo veikla.

6 lentelė. Informacija parengta pagal VMI infotmaciją

Rodiklis	Metinės deklaracijos (forma GPM308) duomenys		
	2015 m.	2016 m.	2017 m.
Pajamos iki leistinių atskaitymų ir mokesčių išskaičiavimo, eurai	3 288 719,00	4 293 269,00	5 791 399,00

Dizaineriai, dirbantys pagal EVRK 74.10 kodą, dirba šiose srityse: grafinis dizainas, interjero dizainas, mados dizainas, produkto dizainas, maisto dizainas ir kt.

Apibendrinimas

Atnaujinant Lietuvos dizaino ekosistemos žemėlapi pastebėtina, kad ypatingai didelių pokyčių dizaino politikos srityje nėra - Lietuva vis dar neturi Dizaino politikos gairių ir atnaujintų įstatymų, pagrindinis dėmesys dizainui ateina iš LR Ekonomikos ir inovacijų bei LR Kultūros ministerijų bei joms pavaldžių institucijų. LR Ekonomikos ir inovacijų ministerija per MITA, Verslią Lietuvą ir kitas institucijas labiau orientuojasi į inovacijas, dizaino eksportą ir SVV auginimą, kai tuo tarpu LR Kultūros ministerija koncentruojasi į įvairių su dizainu susijusių iniciatyvų, leidinių, renginių, edukacijų, festivalių rėmimą ir palaikymą bei remia SVV ir įvairias kultūrinių organizacijų veiklas. Vis tik 2019 m. buvo žengtas pirmas Dizaino

politikos žingsnis – LR Ekonomikos ir inovacijų bei LR Kultūros ministerijos įsteigė bendrą darinį – Dizaino tarybą.

Tačiau viena didžiausių problemų sudarinėjant Lietuvos dizaino ekosistemą – nėra įmanoma nustatyti koks tikslus skaičius dizainerių šiuo metu dirba Lietuvoje. Ši situacija susiklosto dėl neteisingų EVRK kodų naudojimo – nėra vieningo EVRK kodo, kuris apibrėžtų dizaino paslaugas teikiančius kūrėjus. Todėl didelė dalis jų dirba po panašių veiklų kodais – tokių kaip 62.01 (tinklapių dizainas ir programavimas), 90.03 (Meninė kūryba) ir pan. Tačiau šio tyrimo metu buvo nuspręsta naudoti informaciją susietą su EVRK 2 red. ekonominės veiklos rūšies kodu 74.10 - specializuota projektavimo veikla. Šį kodą savo tyrimuose apie dizaino srities gaunamas pajamas naudoja tokios šalys kaip Didžioji Britanija (*The Design Economy*, 2018) ir kt. Taip pat šį kodą, kuris yra skirtas specialiai dizaino veiklai, rekomenduojama (pagal Europos pramoninio dizaino srities tarybos parengtą 2012 m. ataskaitą) stiprinti visose EU valstybėse narėse ir prireikus užtikrinti atnaujinimą, būtiną standartams nustatyti ir palyginamajai valstybių narių analizei atlikti (*Design for Growth&Prosperity*, 2012.)

Analizuojant tyrimų, susijusių su dizainu, sritį taip pat pastebimas jų trūkumas – pagrindinius tyrimus vykdo VDA doktorantai, jie labiau skirti analizuoti istorinius dizaino srities elementus. Tačiau ypatingai trūksta tyrimų inicijuotų verslo – dizainas vis dar nėra suvokiamas kaip didelę pridėtinę vertę generuojantis veikėjas. Užsakomuosius dizaino srities tyrimus inicijuoja LR Kultūros taryba, Mokslo akademija.

Taip pat svarbu paminėti, kad nuo 2016 m. išaugo įvairių dizaino srities iniciatyvų ir organizacijų kiekis – per šiuos metus įsisteigė kelios dizainerius vienijančios asociacijos, atsirado dizaino edukacijos iniciatyvos. Nors tuo pačiu metu, viena didžiausių dizaino srities specialistus vienijančių asociacijų Dizainerių sąjunga paskelbia bankrotą (Civilinės bylos Nr. eB2-4308-781/2018, bankroto įsiteisėjimo data 2018-09-20).

Nuo 2016 m. per įvairius medijos kanalus padidėjo ir dizaino srities sklaida – beveik visi dizaino kūrėjai ar įmonės turi savo internetines svetaines ir naudojami socialiniais tinklais, spaudoje vis daugiau dėmesio skiriama Lietuvos dizaino kūrėjų pasiekimams (interviu, pristatomieji straipsniai ir kt.), laisvalaikio ir gyvenimo būdo žurnaluose atsiranda vis

daugiau Lietuvos dizaino kūrėjų darbų (fotosesijos, pristatomi produktai). Tačiau gaila, kad vientiso, visas dizaino sritis pristatančio ir aktualijas analizuojančio leidinio nėra.

Analizuojant trijų metų laikotarpį tarp pirmosios Lietuvos dizaino ekosistemos sudarymo ir dabartinio tyrimo pastebimas mažas pokytis ir švietimo srityje – dizaino disciplina integruojama į technologijos pamokas pagrindiniame ir viduriniame ugdyme, ikimokyklinio ir priešmokyklinio ugdymo veiklose dizainas integruojamas per kūrybiškumo vystymo užsiėmimus. Tačiau švietimo sistemoje pasigendama bendradarbiavimo su LR Kultūros ministerija dizaino edukacijos klausimais.

1.4 Dizaino centrai Europoje: analogų apžvalga

Dizainui, kaip ir visam kūrybinių industrijų laukui reikalingas jungtinis bendradarbiavimo mechanizmas tarp Kultūros, Švietimo ir mokslo bei Ūkio ministerijų. Tai turėtų būti šio trikampio centre [...] Būtų puiku, jei dizainas būtų paskelbtas vienu iš valstybės prioritetų kaip, pavyzdžiui, Suomijoje.

Arūnas Gelūnas, 2010 m.

Šioje dalyje siekiama apžvelgti dizaino tarybų steigimo istorinės raidos fragmentus, išskirti sėkmės istorijas ir supažindinti su užsienio šalių analogiškų organizacijų veiklos ypatumais.

Nacionalinės reikšmės dizaino centrų, asociacijų ir tarybų kūrimo istorija siekia daugiau nei šimtą metų.

Jų reikšmė Europos šalyse ypač sustiprėjo XX a. viduryje augant konkurencinei aplinkai pasaulio rinkose. Dizainas suvoktas kaip strateginė priemonė konkurencinėje kovoje ir siekiant įtvirtinti atskirų valstybių konkurencinius pranašumus.

Po Pramonės perversmo stiprėjant masinei gamybai, atsirado poreikis saugoti intelektinę nuosavybę ir viešinti nacionalinės reikšmės pramonės pasiekimus. Pirmoji dizaino ir amatų profesionalus vienijanti asociacija buvo įkurta dar 1845 m. Švedijoje, dabar žinoma kaip „Svensk Form“. 1875 m. veiklą pradėjo Suomijos dizaino ir amatų sąjunga. Komercinės paskirties menai atsiskiriant nuo vizualiųjų menų, 1917 m. Austrijoje įsteigta grafinio dizaino asociacija (dabar veikianti kaip „designaustria“). Šios asociacijos veikė labiau kaip profesinės sąjungos, ginančios dizaino profesionalų interesus, todėl bėgant laikui atsirado poreikis kurti nacionalinės reikšmės institucijas.

Steigti nacionalines dizaino sektorių koordinuojančias tarybas pradėta XX a. viduryje. 1944 m. įkurta Britų dizaino taryba turėjo padėti spręsti po karo nualintos šalies socialines ir ekonomines problemas. 1963 m. pradėjo veikti Norvegijos dizaino taryba. Siekiant kurti pridėtinę daniškų produktų vertę, kuri turėjo paskatinti eksportą ir Danijos verslo bei pramonės pelningumą, 1978 m. įsteigtas Danijos dizaino centras. Tuo metu šiuose centruose didžiausias dėmesys skirtas pramoniniam dizainui, kai dizainas dažniausiai buvo siejamas su daiktų forma, sukurta funkcinis ir estetinius reikalavimus atitinkančiai masinei produkcijai.

Imta organizuoti parodas, pirmuosius dizaino konkursus, kurie tapo puikia priemone pramonės pasiekimams viešinti ir šalių dizaino sektoriaus produktyvumo monitoringui vykdyti.

Bėgant laikui, stiprėjant šalių ekonomikai ir randantis dizaino tradicijai, stipresnės ekonomikos kraštuose veikiančios tarybos pradėjo daryti vis didesnę įtaką politiniame lauke, todėl siekiant didesnių tikslų pradėta vienyti su architektų, inžinerinės pramonės ir amatų sąjungomis bei pavienėmis organizacijomis.

Remiantis Europos dizaino asociacijų biuro (BEDA) pateikta informacija, Europoje veikia 82 dizaino centrai ir tarybos. („Design for Growth and Prosperity, Report and Recommendations of the European Design Leadership Board“, 2013).

Šiandien veikiančias dizaino sektorių koordinuojančias institucijas galima skirstyti į du tipus pagal veiklą apimtį:

a) *nacionalinės reikšmės* (Latvijos dizaino centras, Danijos dizaino centras, Britų dizaino taryba, Estijos dizaino centras, Airijos amatų ir dizaino taryba, Norvegijos dizaino ir architektūros centras (DOGA), Islandijos dizaino centras, Vengrijos dizaino taryba ir kt.);

b) *regioninės reikšmės* (Barselonos dizaino centras, Gdynės dizaino centras, Helenijos dizaino centras ir kt.).

Abiejų tipų institucijų daroma įtaka šalių ekosistemai yra neginčijama, tačiau priklauso nuo organizacijų iniciatyvumo ir pajėgumų. Veiklos formos taip pat skiriasi:

a) *tarybos*. Dizaino, verslo, mokslo sričių specialistai, atstovaujantys tam tikroms organizacijoms. Dažnai veikia kitų institucijų patalpose, renkasi kelis kartus per metus, nariai deleguojami, nebūtinai administracinis personalas. Pvz., Vengrijos dizaino taryba renkama trejų metų kadencijai ir veikia keturiais etapais pagal iš anksto numatytą programą, padalytą į kelias Vengrijos dizaino kultūrai įtaką darančias sritis, atsižvelgiant į finansų, inovacijų, aplinkos apsaugos ir švietimo politiką. Tarybą sudaro 15 narių, kurie yra viešojo administravimo, ekonomikos ir dizaino profesionalai. Veikia prie Vengrijos patentų biuro.

b) *dizaino centrai*. Nevyriausybinės dizaino sektorių vienijančios organizacijos, dažnai disponuojančios tam tikra infrastruktūra, patalpomis, turi nuolatinį personalą, teikia konsultacines paslaugas, organizuoja renginius.

Dauguma už dizaino sektoriaus koordinavimą atsakingų institucijų turi panašius tikslus:

- ⇒ dizaino politikos formavimas ir šalies dizaino sektoriaus pasiekimų viešinimas;
- ⇒ tyrimų ir inovacijų skatinimas;
- ⇒ edukacijos stiprinimas;
- ⇒ tarpsektorinės tinklaveikos skatinimas.

Nuosekliai organizuojamos parodos, apdovanojimai, konferencijos, festivaliai, leidyba, mokymai tampa priemonėmis tikslams pasiekti. Kai kurios organizacijos atsakingos už stipendijų teikimą, verslo skatinimo finansinių instrumentų kūrimą ir paramos skirstymą.

Bendra tendencija - sektoriaus vienijimas

2013 m. Europos Komisija patvirtino dizaino veiksmų planą („Action Plan for Design-Driven Innovation“, 2013), kuris paskatino nacionalinių dizaino politikos procesų formavimąsi. Estija buvo viena pirmųjų šalių, patvirtinusių nacionalines dizaino politikos gaires 2012 m. Prie šio dokumento rengimo prisidėjo 2008 m. įsteigtas Estijos dizaino centras. Centro steigėjai – aukštosios mokyklos, dizainerių sąjunga ir dizaino institutas.

Latvija yra viena ES šalių, turinčių oficialią dizaino strategiją 2017–2020 m., kurią padėjo suformuoti Latvijos dizaino taryba, įkurta 2009 m. prie Kultūros ministerijos ir atliekanti patariamojo balso funkciją. Taryboje sektoriaus interesams atstovauja 14 skirtingų vyriausybinių institucijų ir nevyriausybinių organizacijų bei aukštųjų mokyklų. Šios tarybos tikslas – koordinuoti ir skatinti bendradarbiavimą tarp šalies institucijų ir dizaino sektoriaus profesionalų strateginiu lygmeniu ir užtikrinti dizaino sektoriaus skatinimą bei bendrą aukšto lygio kultūrinio lauko tobulėjimą Latvijoje.

Vienijimosi pranašumus suprato ir ilgametę dizaino tradiciją turinčios valstybės. 2013 m. Danijos vyriausybės plėtros plane buvo numatytas šalies dizaino ir architektūros organizacijų

susivienijimas, o 2018 m. organizacijos persikėlė į vieną naujos statybos pastatą BLOX Kopenhagos centre.

Ispanijoje vis dar nėra vienos šalies dizaino sektorių vienijančios institucijos, tačiau šiuo metu vyksta dizaino politikos formavimosi procesai – 2010 m. įkurta 9-ias regionines dizaino asociacijas vienijanti organizacija READ, kuri kasmet inicijuoja diskusijas ir konferencijas dizaino politikos tema. Tikėtina, kad artimiausiu metu tai perausgs į vieną nacionalinės svarbos instituciją.

Nacionalinės dizaino strategijos formavimas ir dizaino diplomatija

Dizaino sektorių koordinuojančios institucijos inicijuoja nacionalinio lygmens dizaino politikos formavimo procesus. Galima išskirti du dizaino politikos reiškinius:

a) kaip nacionalinės dizaino strategijos pasekmė įkurti, kuriami dizaino centrai ar tarybos (Latvija, Estija, Lenkija, Ispanija);

b) *dizaino centrai*, kurie kuria šalies dizaino strategiją (Danija, Didžioji Britanija, Airija).

Vienas geriausių gilios dizaino tradicijos neturinčių šalių sėkmės pavyzdžių yra 2003 m. rekonstruotose vienuolyno patalpose įkurta Singapūro dizaino taryba, kurios pagrindinis tikslas – padėti kurtis vietos dizaino sektoriui. 2015 m. Singapūras tapo UNESCO kūrybinių miestų tinklo nariu, jam suteiktas dizaino miesto statusas. 2018 m. spalį Paryžiuje kadenciją pradėjo pirmoji diplomatinę pareigybės statusą turinti Singapūro dizaino ambasadorė, kurios pagrindiniai tikslai yra skatinti tinklaveiką su tarptautinių pripažinimą pelniusiais prekės ženklais, gamintojais, dizaineriais ir prekybininkais pristatant Singapūro kūrybinį potencialą, taip pat kaupti gerąją užsienio šalių patirtį ir ją pristatyti savo šalyje.

Steigėjai ir finansavimas

Didelė dalis Europos dizaino centrų yra įsteigti ir iš dalies finansuojami ūkio sektoriui atstovaujančių valstybinių institucijų, savivaldybių, mokslo įstaigų ir asociacijų.

Islandijos ir Latvijos dizaino centrų steigėjos yra Kultūros ir švietimo bei Ūkio ministerijos. Airijos amatų ir dizaino tarybos steigėja yra „Versli Airija“ – Verslo, įmonių ir inovacijų departamentas („Department of Business, Enterprise & Innovation via Enterprise Ireland“), Graikijos Helenijos dizaino centro steigėjos yra Šiaurės Graikijos industrijų federacija ir Graikijos tarptautinio verslo asociacija („Federation of Industries of Northern Greece“ ir „Greek International Business Association“). Gdynės dizaino centro steigėja yra savivaldybė, o Barselonos dizaino centras įsteigtas privačia iniciatyva, tačiau taip pat glaudžiai bendradarbiauja su Barselonos miesto savivaldybe. Kaip teigia Barselonos dizaino centro direktorė Isabel Roig „dizainas yra svarbi Barselonos miesto prekės ženklo dalis, todėl miesto savivaldybė tiki kuriama ekonomine ir kultūrine verte“.

„Dizainas yra svarbi Barselonos miesto prekės ženklo dalis, todėl miesto savivaldybė tiki kuriama ekonomine ir kultūrine verte.“

Isabel Roig, Barselonos dizaino miesto centro direktorė

Dizaino sektorių koordinuojančių centrų metiniai biudžetai smarkiai skiriasi. Pvz., Latvijos dizaino centras 2019 m. pirmuosius veiklos metus pradeda su vos 20 tūkst. Eur siekiančiu biudžetu, o Barselonos dizaino centro metinis biudžetas yra 1,1 mln. Eur, tačiau būtina pabrėžti, kad tik 7 proc. skiriami administracinėms reikmėms. Estijos dizaino centro metinio biudžeto valstybės paramos lėšos sudaro tik 7 proc., o visa kita dalis generuojama vykdant projektines veiklas, teikiant paslaugas ir konsultacijas.

Nedidelis personalas kuria aukštos pridėtinės vertės produktus

Dizaino centrų / tarybų personalo skaičius yra gana nedidelis, svyruoja nuo 3 iki 40 darbuotojų (Latvijos dizaino centras – 1, Vengrijos dizaino taryba – 3, Estijos dizaino centras ir Islandijos dizaino centras – 5, Gdynės dizaino centras – 6, Barselonos dizaino centras – 13, Airijos amatų ir dizaino taryba – 23, Vokietijos dizaino taryba – 33, Danijos dizaino centras – 34, Britų dizaino taryba – 40).

Viena plačiausiai Europoje nuskambėjusių sėkmės istorijų yra Airijos vyriausybės įdarbinimo veiksmų plano dalis 2015-uosius paskelbti dizaino metais. Šio projekto iniciatorė buvo Airijos

amatų ir dizaino taryba. Per vienus metus savo kūrybą pristatė daugiau nei 2 tūkst. Airijos dizainerių, inicijuota 600 projektų, o renginius aplankė daugiau nei 1,4 mln. žmonių, bendra projekto vertė siekė 20,1 mln. Eur.

Dizaino centras kaip fizinė bendruomenės susitikimų vieta

Dizaino sektorių koordinuojantys centrai dažnai turi patrauklią infrastruktūrą – ekspozicijų ir konferencijų salių, kavinių, bendradarbiystės erdvių, kurios tampa bendruomenės traukos centru ir skatina tinklaveiką.

Atsižvelgiant į tai, kad personalo skaičius nėra didelis, siekiant optimizuoti administracinius kaštus, tokie centrai kuriasi savivaldybės patalpose, kūrybinių industrijų inkubatoriuose ir technologijų parkuose. Estijos dizaino centras įsikūręs Talino kūrybinių industrijų inkubatoriuje „Kultuurikatel“, Gdynės dizaino centro patalpos priklauso mokslo ir technologijų parkui, Airijos amatų ir dizaino taryba įsikūrusi Kilkenio pilies sode esančios galerijos patalpose („National Design & Craft Gallery, Kilkenny Castle Yard“).

Šalys, kuriose nėra nacionalinio lygmens dizaino sektorių koordinuojančių institucijų

Ilgametę dizaino tradiciją turinčiose šalyse, tokiose kaip Švedija, Suomija, Italija ar Prancūzija, dizaino sektorius veikia be vieno koordinuojančio centro. Aiškiai išskirtas veiklų sritis pasidalija profesinės sąjungos, verslo organizacijos, regioniniai dizaino centrai, renginius organizuojančios privačios ir savivaldybių įmonės.

7 lentelė. Nacionaliniai Europos dizaino centrai

	Centrinė būstinė	Steigimo metai	Steigėjas / -ai	Darbuotojų skaičius
Airijos dizaino ir amatų taryba	Kilkenis	1971	„Versli Airija“ verslo, ūkio ir inovacijų padalinys	23
Vengrijos dizaino taryba	Budapeštas	2003	Vengrijos intelektinių teisių agentūra	3
Estijos dizaino centras	Talinas	2008	Estijos dizaino akademija, Talino technologijų universitetas, Estijos dizainerių sąjunga, Estijos dizaino institutas	5
Latvijos dizaino taryba	Ryga	2018	Latvijos kultūros ministerija	2

8 lentelė. Regioniniai Europos dizaino centrai

	Centrinė būstinė	Steigimo metai	Steigėjas / -ai	Darbuotojų skaičius
Barselonos dizaino centras	Barcelona	1973	Privatus	13
Gdynės dizaino centras	Gdynė	2011	Savivaldybė	6
Helenijos dizaino centras	Salonikai	2017	Graikijos tarptautinio verslo asociacija ir Šiaurės Graikijos pramonės federacija	4

Atliekant tyrimą apklaustų dizaino centrų atstovai teigia, kad vis dar trūksta žinių apie dizaino sektoriaus kuriamą pridėtinę vertę kasdieniame gyvenime, tačiau juntamas didėjantis valstybinio lygmens palaikymas, tikima dizaino kuriama ekonomine, socialine ir kultūrine nauda. Šioje dinamiškoje aplinkoje vienas didžiausių iššūkių išlieka nuoseklaus finansavimo užtikrinimas.

1.5 Empirinis tyrimas ir strateginis modeliavimas

1.5.1 Anketinė apklausa

Lietuvos dizaino centro poreikis ir steigimo galimybės: anketinė apklausa

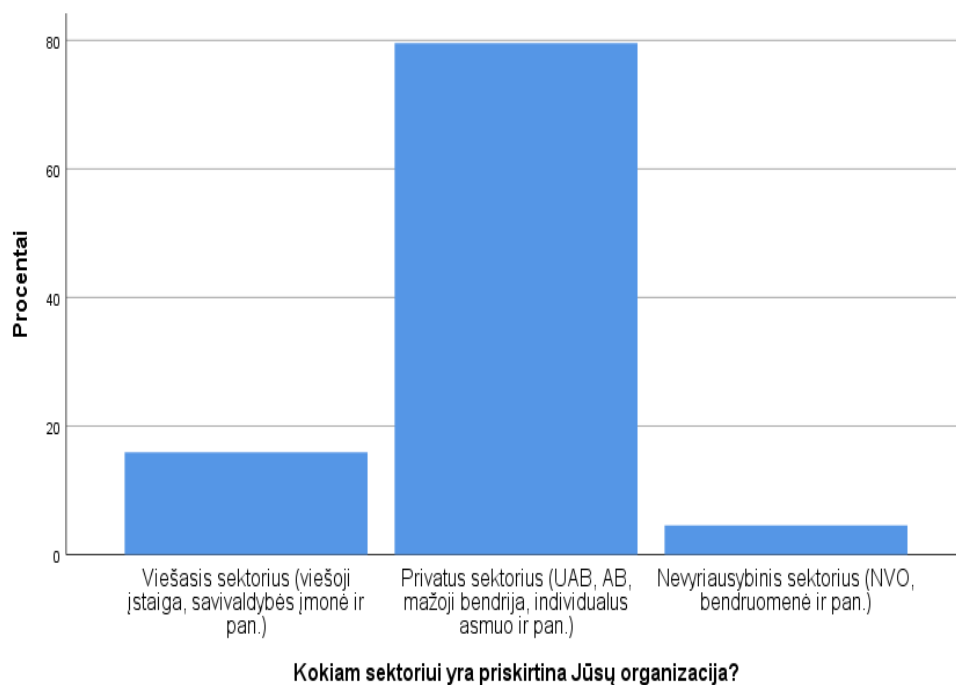
Internetinė anketinė apklausa buvo vykdoma 2018 m. gegužės 3–rugsėjo 10 d. naudojant „Google“ dokumentų formą. Informacija su nuoroda į apklausą skelbta Lietuvos dizaino forumo el. puslapyje (www.dizainoforumas.lt). Apklausoje dalyvavo Lietuvos dizaino įmonių, organizacijų, asociacijų atstovai, individualūs dizaineriai, vykdytys įvairių sričių dizaino veiklas. Apklausa buvo siekiama sužinoti jų nuomonę apie dizaino sektorių koordinuojančio centro / tarybos / biuro (toliau – LDB) steigimą.

Tyrimo dalyviai

Apklausoje dalyvavo 100 respondentų. Didžioji dalis respondentų atstovavo nuo 1 iki 10 metų gyvuojančioms, privačiam sektoriui priklausančioms organizacijoms (žr. 9 lentelę ir 11 paveikslą).

9 lentelė. Kiek metų gyvuoja jūsų organizacija?

	N	Proc.
Mažiau nei 1 metus	4	4,7
1-5 metus	39	45,3
6-10 metų	29	33,7
11-15 metų	6	7,0
21-25 metus	3	3,5
Daugiau nei 25 metus	5	5,8



11 paveikslas. Apklausoje atstovavusios organizacijos pagal sektorius

Apklausoje daugiausia dalyvavo mažų organizacijų, turinčių 1 (42,7 proc.) ar 2–4 darbuotojus (21,3 proc.) (žr. 10 lentelę).

10 lentelė. Kiek iš viso darbuotojų dirba jūsų organizacijoje?

	N	Proc.
1 darbuotojas	38	42,7
2–4 darbuotojai	19	21,3
5–10 darbuotojų	12	13,5
11–20 darbuotojų	6	6,7
21–50 darbuotojų	9	10,1
51–100 darbuotojų	2	2,2

Daugiau nei 100 darbuotojų

3

3,4

Pagrindinės atstovaujamų organizacijų veiklos, kurias nurodė respondentai, buvo produkto (57,5 proc.) ir grafinis dizainas (40 proc.) (žr. 11 lentelę).

11 lentelė. Atstovaujamų organizacijų vykdomos veiklos ar veiklos sritys

		Proc.
1.	Produkto dizainas	57,5
2.	Grafinis dizainas	40,0
3.	Pramoninis dizainas	27,5
4.	Interjero dizainas	27,5
5.	Komunikacijų dizainas	21,3
6.	Reklama	20,0
7.	Paslaugų dizainas	16,3
8.	Mados dizainas	15,0
9.	Dizaino tyrimai	15,0
10.	Architektūra	10,0

Atsakymuose į atvirą klausimą tarp kitų vykdomų veiklų buvo paminėta (N=7 santrauka):

- *potyrių dizainas*
- *dizaino sklaida ir prekyba*
- *dizaino vystymas ir pardavimas*
- *dizaino edukacija*
- *tarpsritiniai projektai, socialinis dizainas, kontekstualus dizainas*

Tyrime dalyvavusių organizacijų ir individualių dizainerių veiklos apima platų lauką nuo kultūrinių renginių, architektūros, interjero, mados, turinio, baldų dizaino iki konsultavimo, maketavimo, komercializavimo ir eksporto bei kitų paslaugų. Paprašius trumpai apibūdinti, kokia pagrindine veikla užsiima jų organizacija, iš viso buvo pateikta 60 atsakymų.

Apibendrinus atsakymus, galima išskirti tyrime dalyvavusių organizacijų ir individualių dizainerių veiklas:

- *kultūriniai renginiai*
- *interjero objektų gamyba*
- *mados produktų kūrimas, vystymas, gamyba, prekyba*
- *Lietuvos dizainerių darbų komercializavimas ir eksportas*
- *konsultavimas dizaino klausimais*
- *grafinio dizaino, maketavimo paslaugos*
- *reklamos projektavimas ir gamyba, viešieji ryšiai*
- *turinio dizainas*
- *odos gaminių dizainas*
- *produktų ir prototipų gamyba bei paleidimo į rinką veiklos*
- *juvelyrika*
- *metalinių konstrukcijų gamyba*
- *Lietuvos kultūros ir profesionaliojo meno pristatymas ir populiarinimas užsienyje, ES programų koordinavimas Lietuvoje*
- *dizaino edukacija*
- *pakuočių dizainas*
- *muziejinė veikla*
- *vizualinis dizainas ir tyrimai*
- *prekės ženklo strategijos*
- *parodų architektūra*
- *keramikos gaminių gamyba*
- *dizaino proceso ir performatyviųjų menų praktikų taikymas identifikuojant, komunikuojant ir sprendžiant visuomenei svarbias problemas*
- *namų tekstilės dizainas ir gamyba*
- *agentavimas*
- *baldų gamyba*

- *pastatų ir interjero projektavimas*

Didžioji dauguma respondentų vykdo veiklas Vilniuje ir Vilniaus rajone (70,1 proc.) ir visoje Lietuvoje (62,1 proc.). 56,3 proc. veikia ES šalyse, 36,8 proc. – kitose ne ES šalyse (žr. 12 lentelę).

12 lentelė. Organizacijų veiklos regionai, proc.

	Taip, vykdo ir teikia
Vilnius ir Vilniaus regionas	70,1
Kitas Lietuvos miestas ir regionas	34,9
Visa Lietuva	62,1
ES šalys	56,3
Kitose ne ES šalys	36,8

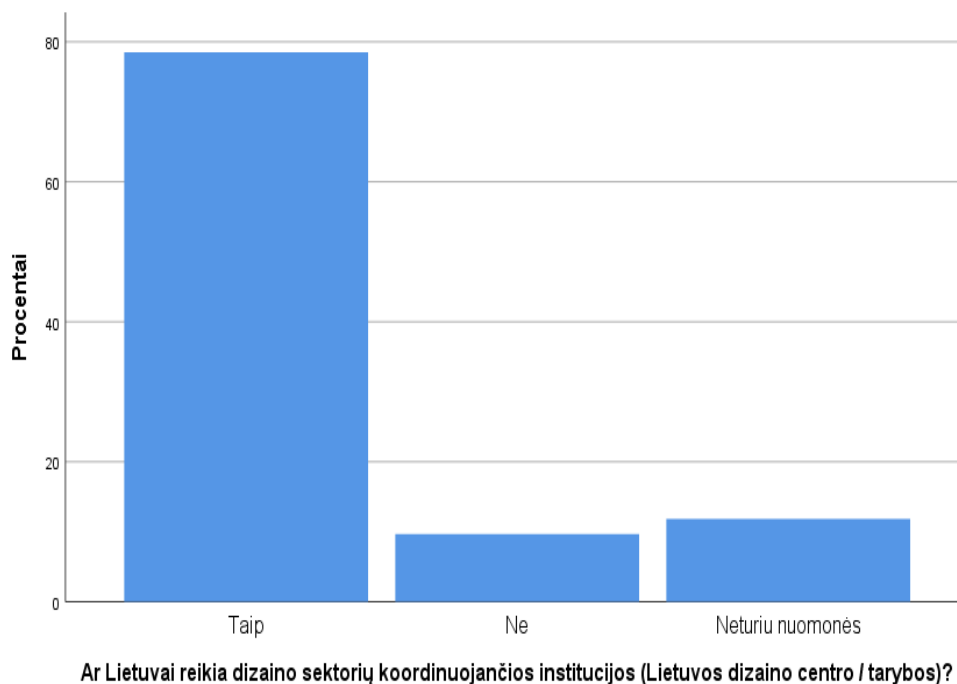
Respondentų buvo prašoma nurodyti, su kiek partnerių jų organizacija bendradarbiauja Lietuvoje ir užsienyje. Atsakymai parodė, kad tiek Lietuvoje, tiek užsienyje respondentų atstovaujamos organizacijos daugiausia bendradarbiauja su 2–5 partneriais (atitinkamai 40,2 proc. ir 29,3 proc.).

13 lentelė. Atstovaujamos organizacijos partnerių skaičius Lietuvoje ir užsienyje, proc.

	Lietuvoje	Užsienyje
Neturime partnerių	15,9	25,3
1 partneris	7,3	18,7
2–5 partneriai	40,2	29,3
6–10 partnerių	11,0	10,7
Daugiau nei 10 partnerių	25,6	16,0

Apklauso rezultatai

Didžioji dalis – 78,5 proc. (N=73) – apklausoje dalyvavusių respondentų sutinka, kad Lietuvai reikia dizaino sektorių koordinuojančios institucijos. 11,8 proc. (N=11) respondentų nuomonės šiuo klausimu neturėjo, o 9,7 (N=9) manė, kad tokios institucijos nereikia.



12 paveikslas. Dizaino sektorių koordinuojančios institucijos poreikis

Paprašyti pakomentuoti, kodėl, jų manymu, nereikia steigti Lietuvos dizaino centro, šie respondentai (N=7) nurodė, kad „didžioji dalis kūrybinių industrijų sričių turi specifines asociacijas ar organizacijas, kurios atsakingos už atstovavimo, plėtros, edukacijos ir pan. funkcijas (pvz., Lietuvos grafinio dizaino asociacija, Lietuvos architektų rūmai ir t. t.)“, kad tai „kvepia papildoma biurokratija ateityje, dėl to ne koordinuojančios, bet gal geriau kuruojančios ir visuomenę šviečiančios [organizacijos reikėtų]“, taip pat, kad „tokios tarybos dažnai sukelia konkurencijos problemų, iškeldamos saują dizainerių prieš kitus, – taip netiesiogiai apsunkina situaciją pradininkams“, „tai būtų mąstymo „iš viršaus“ modelis. Žiūrint į dabartinę dizaino profesinių organizacijų situaciją (nefunkcionuoja, atstovauja siauriems interesams, neskaidrios), vienijimas būtų visiškai nepagrįstas“, galiausiai, kad „užtektų 3–5 gerai dirbančių lobistų dizaino šakai atstovauti pas įstatymų leidėjus“.

Toliau respondentų buvo klausama, kokias funkcijas Lietuvos dizaino centras turėtų ar galėtų vykdyti. Susumavus atsakymus „sutinku“ ir „visiškai sutinku“, respondentų požiūris apie galimas Lietuvos dizaino centro funkcijas nuo svarbiausių iki mažiausiai svarbių išsidėsto taip (žr. 14 lentelę):

14 lentelė. Lietuvos dizaino centro galimos funkcijos

		Proc.
1.	LDC galėtų ginti su dizainu susijusius viešuosius interesus.	85,7
2.	LDC galėtų teikti pagalbą jauniems dizaineriams ir įmonėms įsitvirtinti vietos ir tarptautinėje rinkoje.	84,8
3.	LDC galėtų skatinti inovacijas.	83,8
4.	LDC galėtų atstovauti dizaineriams santykiuose su valstybės ir savivaldos institucijomis.	83,5
5.	LDC galėtų atstovauti dizaino sektoriui nacionaliniu ir tarptautiniu lygmeniu.	82,3
6.	LDC galėtų didinti dizaino matomumą visuomenėje.	81,2
7.	LDC galėtų inicijuoti ir organizuoti dizaino renginius (konkursus, apdovanojimus, festivalius, parodas).	81,0
8.	LDC galėtų vykdyti lietuviško dizaino sklaidą Lietuvoje ir užsienyje.	79,8
9.	LDC galėtų stiprinti neformalią dizaino edukaciją.	78,8
10.	LDC galėtų skatinti mokslo ir žinių perdavimo plėtrą.	78,5
11.	LDC galėtų dalyvauti rengiant ir tobulinant įstatymų ir norminius dokumentus.	75,3
12.	LDC galėtų veikti kaip dizaino organizacijas, įmones, asociacijas konsoliduojantis organas.	71,5
13.	LDC galėtų vykdyti dizaino profesinės veiklos stebėseną.	70,1

14.	LDC galėtų konsultuoti įmones, organizacijas, institucijas dizaino klausimais.	65,0
-----	--------------------------------------------------------------------------------	------

Taigi, viena pagrindinių Lietuvos dizaino centro funkcijų galėtų būti su dizainu susijusių viešųjų interesų gynimas. Kitos galimos Lietuvos dizaino centro funkcijos, kurias nurodė respondentai (N=10) atsakydami į atvirą klausimą, buvo:

- *vykdyti autorių teisių apsaugą bendradarbiaujant su patentinėmis organizacijomis ir Ūkio ministerija;*
- *vykdyti dizaino inkubatoriaus funkciją siekiant padėti jauniems dizaineriams tobulėti mentorių pagalba;*
- *būti pagrindiniu kontaktu užsienio įmonėms ir padėti joms atrasti Lietuvos dizainerius komerciniams projektams;*
- *skatinti privačiojo sektoriaus ir kūrėjų bendradarbiavimą;*
- *vykdyti tyrimus, apklausas, siekiant išsiaiškinti tikrąją profesionalaus Lietuvos dizaino padėtį, jo galimybes, vystymosi gaires, rengti rekomendacijas, straipsnius, leisti leidinius, sertifikuoti dizainerių veiklą ir pan.;*
- *vykdyti visuomenės, įmonių, vaikų edukaciją apie dizainą (kas tai yra ir kam reikalinga);*
- *rengti dizaino parodas, atvežti parodas;*
- *padėti dizaino organizacijoms stiprėti (randant finansavimą, optimizuojant valdymo mechanizmus, realizuojant iniciatyvas ir pan.).*

Kitu anketos klausimu buvo prašoma išsakyti nuomonę, kieno interesams Lietuvos dizaino taryba turėtų ar galėtų atstovauti. Respondentai daugiausia pasisakė už pavienių dizainerių interesų atstovavimą (86,7 proc.), asocijuotų dizaino organizacijų interesų atstovavimą (67,5 proc.) ir įmonių interesų atstovavimą (54,2 proc.).

Respondentai turėjo galimybę ir patys įrašyti, kieno interesams galėtų atstovauti Lietuvos dizaino centras. Buvo pateikti 6 komentarai, kuriuose nurodyta, kad Lietuvos dizaino centras galėtų atstovauti dizaino studijų programas rengiančių institucijų, dizaino specialybių studentų interesams, „*padėti įsitvirtinti mažiems brendams, skatinti ne tik nešiojamąją madą, bet ir avangardinę*“.

Paprašyti įvardyti ryškiausias, jų manymu, problemas, su kuriomis šiandien susiduria dizaino sektorius Lietuvoje, respondentai pirmiausia nurodė tai, kad per menkai suvokiama dizaino kuriama pridėtinė vertė ekonomikai. Nepakankamos dizainerių ir dizaino įmonių kompetencijos buvo rečiausiai įvardytos kaip Lietuvos dizaino sektoriaus problema (žr. 15 lentelę).

15 lentelė. Ryškiausios Lietuvos dizaino sektoriaus problemos

		Proc.
1.	Per menkai suvokiama dizaino kuriama pridėtinė vertė ekonomikai.	84,3
2.	Menkas dizaino sektoriaus atstovavimas nacionaliniu ir tarptautiniu lygiu.	69,9
3-4.	Nėra centralizuotos informacinės bazės.	66,3
3-4.	Per mažas įmonių skaičius Lietuvoje naudoja dizainą ne vien kaip stilių, bet kaip plėtros strategiją.	66,3
5.	Nepakankamas bendradarbiavimas tarp įmonių, organizacijų, institucijų.	62,7
6.	Nevykdomi dizaino sektoriaus tyrimai ir monitoringas.	55,4
7.	Per menka rinka.	45,8
8.	Vyksta nesusikalbėjimas tarp skirtingų dizaino lauko atstovų.	31,3
9.	Nepakankamos dizainerių ir dizaino įmonių kompetencijos.	30,1

Tarp kitų atviraime klausime nurodytų problemų (N=6) buvo paminėta tai, kad:

- trūksta tarpdiscipliniškumo galimybių suvokimo;
- nesuvokiama dizaino sąvoka, įkainiai ir vaidmuo;
- viešųjų konkursų neskaidrumas, dizaino paslaugų menkinimas ir nelygybė, palyginti su kitomis įsisenėjusiomis paslaugomis;
- daug komercijos, mažai alternatyvių, kūrybingų ir inovatyvių (kūrybine prasme) sprendimų;
- nėra mokslininkų ir dizainerių bendradarbiavimo.

Respondentų taip pat buvo klausiama, kurias organizacijas ar institucijas Lietuvos dizaino centras turėtų ar galėtų vienyti. 9 lentelėje pateikti respondentų pasirinkimai pradedant dažniausiais atsakymais. Kaip matyti lentelėje, dažniausiai respondentai nurodė, kad Lietuvos dizaino centras turėtų ar galėtų vienyti pavienius dizainerius.

16 lentelė. Organizacijos, institucijos, kurias galėtų vienyti Lietuvos dizaino centras

	Lietuvos dizaino centras / taryba turėtų ar galėtų vienyti:	Proc.
1.	Pavienius dizainerius	84,2
2.	Lietuvos dizaino forumą	76,3
3.	Lietuvos dizainerių sąjungą	73,7
4.	Vilniaus dailės akademijos Dizaino inovacijų centrą	73,7
5.	Nacionalinę mados dizaino asociaciją	55,3
6.	Lietuvos grafinio dizaino asociaciją (LGDA)	46,1

Patys respondentai paminėjo dar keletą variantų (N=8):

- *dizaino studijas, autorius;*
- *įmones, komercializuojančias dizainą;*
- *ekologinio dizaino asociaciją EKODA;*
- *visas su dizaino sritimi susijusias institucijas, pavienius dizainerius, įmones, naudojančias dizainą savo veikloje;*
- *neturėtų vienyti jokių institucijų, o atstovauti visam dizaino sektoriui, tai yra bendriems dizaino kūrėjų ir įmonių interesams.*

Didžiausias iššūkis ar kliūtis, su kuria susidurtų steigiamas LDB, būtų neaiškus tokio centro finansavimas ir išsilaikymo modelis (81,8 proc.).

17 lentelė. Iššūkiai ar kliūtys, su kuriomis susidurtų Lietuvos dizaino centras

		Proc.
1.	Neaiškus tokio centro finansavimas ir išsilaikymo modelis	81,8

2.	Veiksmų koordinavimo problemos	44,2
3.	Akivaizdūs interesų konfliktai	35,1
4.	Vieningos nuomonės dėl galimo centro finansavimo ir jo išlaikymo nebuvimas	32,5
5.	Pernelyg didelis valstybinių institucijų spaudimas	22,1

Tarp kitų galimų iššūkių buvo paminėta (apibendrinus N=4):

- *Buvimas dar vienu biurokratijos židiniu; Nebent bus pasirūpinta ir vidinių procesų dizainu.*
- *Problemos tik dėl pinigų. Bet jeigu pradėjus veiklą bus galima aiškiai parodyti, kiek vertės ir naudos buvo sukurta, greitai dings visos abejonės.*
- *Vieningo, tvirto apsisprendimo nebuvimas ir sektoriaus nesivienijimas.*

Respondentų nuomone, Lietuvos dizaino centro steigimą ir palaikymą pirmiausia turėtų finansuoti LR kultūros ministerija (72,7 proc.) (žr. 10 lentelę). Nemaža dalis respondentų (68,8 proc.) pasisakė ir už ES projektines lėšas ar projektinę veiklą kaip galimus finansavimo šaltinius. Rečiausiai buvo nurodoma, kad Lietuvos dizaino centro steigimą ir palaikymą turėtų finansuoti LR švietimo ir mokslo ministerija (35,1 proc.).

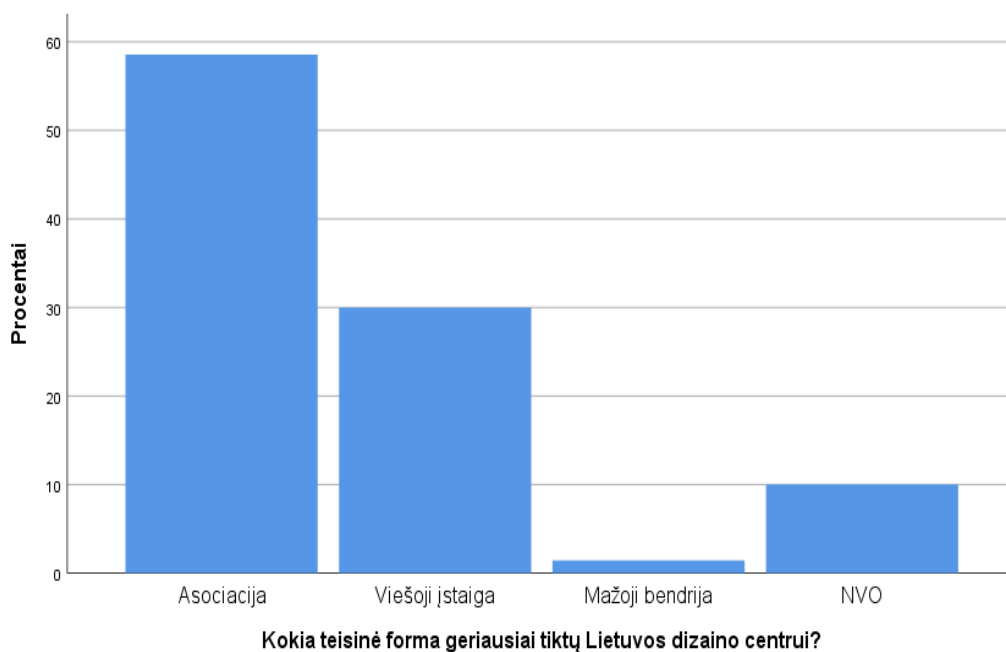
18 lentelė. Kas turėtų finansuoti Lietuvos dizaino centro steigimą ir palaikymą

	Lietuvos dizaino centro steigimą ir palaikymą turėtų finansuoti:	Proc.
1.	LR kultūros ministerija	72,7
2.	ES projektinės lėšos, projektinė veikla	68,8
3.	LR ūkio ministerija	53,2
4.	Sutelktinis suinteresuotų šalių, asocijuotų narių finansavimas	42,9
5.	LR švietimo ir mokslo ministerija	35,1

Kaip kiti galimi finansavimo šaltiniai buvo nurodyti (apibendrinus N=6):

- Lietuvos kultūros taryba per projektinę veiklą;
- kuo daugiau skirtingų finansuojančių šalių;
- gal ir patys verslai, jeigu gautų kokios nors aiškios naudos ar informacijos. Koks nors „subscription fee“ už dizaino tendencijų apžvalgą ir patarimus, išvalgas iš rinkos;
- pradžioje finansavimas turėtų būti valstybinis, tačiau vėliau centras turėtų 50 proc. finansavimo sugeneruoti pats.

Kaip matyti žemiau pateiktame 12 paveiksle, didžioji dalis respondentų (58,6 proc.) mano, kad Lietuvos dizaino centras galėtų būti steigiamas kaip asociacija. Tik 1,4 proc. tyrimo dalyvių nurodė mažąją bendriją kaip galimą centro teisinę formą.



13 paveikslas. Respondentų nuomonė apie galimą Lietuvos dizaino centro teisinę formą

Respondentų atvirame klausime buvo paprašyta įrašyti, kur, jų nuomone, galėtų įsikurti Lietuvos dizaino centras. Respondentai išsakė tokius pasiūlymus (apibendrinus N=50):

- VDA;

- Gedimino 94A su keičiamų ekspozicijų erdvėmis vietoj Jono Meko ekspozicijos, palikti tik „Fluxus“ kambarį;
- Architektų rūmuose arba panašaus lygio kaip naujoji VU biblioteka – kad atvykusiems užsienio svečiams būtų aišku, jog tai yra tikrai apie dizainą, inovacijas;
- buvusiuose Sporto rūmuose, Raduškevičių rūmuose;
- galbūt Lietuvos dizaino centras galėtų bendradarbiauti su MO muziejumi arba Taikomosios dailės ir Dizaino galerija ir įsikurti jų patalpose. Manau, kad dizaino centras, be abejonės, turėtų būti lengvai pasiekiamas, todėl turėtų būti patogioje centrinėje vietoje Vilniuje;
- Klaipėdoje;
- atskiri filialai didžiuosiuose miestuose;
- pramoninėje aplinkoje, kad pats centras būtų reprezentatyviai „sudizainuotas“ pačių dizainerių. Galėtų būti nuomojamos studijos tipo patalpos, kurių nuoma prisidėtų prie projekto išlaikymo;
- Vilniuje: Nacionalinės dailės galerijos „ekranų“ kabinetuose, Architektų sąjungos pastate (Kalvarijų g. 1);
- „Ruperte“, Sapiegų parke, Mažvydo bibliotekoje;
- galėtų būti mobilus ir taip pasiekti didesnę visuomenės dalį;
- Vilniuje arba Kaune. Tai nėra svarbu, nes veiklą koordinuoti, viešinti ir joje dalyvauti visuomet galima el. būdu;
- tematiškai būtų gražu prie meno muziejų arba loftų kvartale, kur yra „backstage cafe“ ir panašiai;
- Ševčenkos loftų kvartale;
- Kaune;
- Naujamiestyje;
- Vilniaus centre, geriausia jei pastate, kuris vertingas architektūriškai, bet sunkiai atranda naują programą. Jei planuojama parodinė veikla, galima būtų kurtis drauge su kita meno, architektūros, kultūros įstaiga ir taip sujungti resursus;
- Ūkio ministerijoje.

Respondentų taip pat buvo paprašyta pateikti jiems žinomų gerųjų ar blogųjų pavyzdžių, kas veikia ar neveikia panašiuose dizaino centruose užsienio šalyse. Buvo pateikta keletas atsakymų (apibendrinus N=18):

- *Geras pavyzdys: Dizaino muziejus Kopenhagoje, susitikimų kavinė, ekspozicijos.*
- *<https://disainikeskus.ee/>*
- *Galite pasitarti su „Verslia Lietuva“, Eksporto skyrius nemažai inicijavęs klasterių, o Verslumo departamentas turi patirties kuriant „hubus“, spiečius ir pan., iš to yra susikūrusios asociacijos. Jie turėtų žinoti, su kokiomis problemomis susiduriama, nes koordinuoja daug veiklų. Taip pat daug teikia paraiškų gauti ES paramą, tai galbūt pakonsultuotų ir finansavimo klausimu.*
- *Estijoje reprezentuoja jų dizainą, yra ne tik funkcionuojanti ir dizainerius vienijanti organizacija, bet ir taškas, kur važiuoja užsakovai iš užsienio, besidomintys dizaino kūrimo užsakymo galimybėmis. Vyksta parodos ir festivaliai, estai mokomi pripažinti ir didžiutis nacionaliniu dizainu, o to Lietuvoje labai trūksta.*
- *Latvijos dizaino taryba veikia jau kelerius metus, tačiau tai nepaskatino geresnio šalies matomumo tarptautinėje rinkoje, nesustiprėjo šalies dizaino parodos, neatsirado naujų didesnių dizaino iniciatyvų.*
- *Lietuvoje sėkmingai veikia kitų kūrybinių sričių informacijos centrai, skėtinės organizacijos.*
- *Ši sritis pastaruoju metu yra labai dinamiškai kintanti, tad sudėtinga matyti ilgalaikį gero pavyzdžio variantą.*

Apibendrinimas

Didžioji dalis – 78,5 proc. (N=73) – apklausoje dalyvavusių respondentų sutinka, kad Lietuvai reikia dizaino sektorių koordinuojančios institucijos.

Pagrindinės Lietuvos dizaino centro funkcijos turėtų ar galėtų būti:

- ginti su dizainu susijusius viešuosius interesus (85,7 proc.);
- teikti pagalbą jauniems dizaineriams ir įmonėms įsitvirtinti vietos ir tarptautinėje rinkoje (84,8 proc.);
- skatinti inovacijas (83,8 proc.);
- atstovauti dizaineriams santykiuose su valstybės ir savivaldos institucijomis (83,5 proc.);
- atstovauti dizaino sektoriui nacionaliniu ir tarptautiniu lygmeniu (82,3 proc.);
- didinti dizaino matomumą visuomenėje (81,2 proc.);
- inicijuoti ir organizuoti dizaino renginius (konkursus, apdovanojimus, festivalius, parodas) (81,0 proc.).

Lietuvos dizaino centras turėtų ar galėtų atstovauti pavienių dizainerių interesams (86,7 proc.) ir vienyti pavienius dizainerius (84,2 proc.). Tarp kitų dažniau respondentų minimų organizacijų, kurias galėtų vienyti Lietuvos dizaino centras buvo Lietuvos dizaino forumas (76,3 proc.), Lietuvos dizainerių sąjunga ir Vilniaus dailės akademijos Dizaino inovacijų centras (po 73,7 proc.).

Ryškiausia problema, su kuria susiduria dizaino sektorius Lietuvoje, yra per menkai suvokiama dizaino kuriama pridėtinė vertė ekonomikai (84,3 proc.).

Didžiausias iššūkis ar kliūtis, su kuria susidurtų steigiamas Lietuvos dizaino centras, būtų neaiškus tokio centro finansavimas ir išsilaikymo modelis (81,8 proc.).

Svarbiausi galimi Lietuvos dizaino centro finansavimo šaltiniai galėtų būti:

- LR kultūros ministerija (72,7 proc.)
- ES projektinės lėšos, projektinė veikla (68,8 proc.)
- Lietuvos dizaino centras / taryba galėtų būti steigiama kaip asociacija (58,6 proc.).

1.5.2 Interviu apklausa

Iš valstybinių institucijų pusės vyrauja profesinės bendruomenės negerbimas ir pridėtinės dizaino vertės nesuvokimas.

Robertas Jucaitis, 2018 m.

Viena didžiausių dizaino sektoriaus problemų yra „perimamumo nebuvimas“. Tad visame šiame nesusikalbėjime profesorius Feliksas Daukantas, kaip Dizaino katedros įkūrėjas, galėtų būti kaip jungiantis, dizaino bendruomenę konsoliduojantis autoritetas.

Jonas Malinauskas, 2018 m.

LDB poreikis ir steigimo galimybės: interviu apklausa

Pusiau struktūruoti interviu buvo atliekami 2018 m. sausio 10 d. – spalio 30 d. Šioje apklausoje dalyvavo Lietuvos dizaino srities ekspertai. Pusiau struktūruotais interviu buvo siekiama sužinoti ekspertų nuomonę apie dizaino sektorių koordinuojančio centro / tarybos steigimą.

Iš viso buvo atlikta 18 pusiau struktūruotų interviu. Kodai suteikti patogumo dėlei (t.y., kaip pavardžių trumpiniai, kad patogiau būtų į juos referuoti lentelėje).

Interviu dalyviai:

1. Robertas Jucaitis, VDA docentas, dizaino licenciatas, UAB „Mata Hari“, *dizainologija.lt*.
Kodas: RJ
2. Audrius Klimas, VDA rektorius. Kodas: AK
3. Aurimas Pautienius-Želvys, LVPA direktorius, įvairių dizaino tyrimų ir ekspertinių grupių narys, kultūros ministrės Lianos Ruokytės-Jonsson patarėjas (2016–2017 m.).
Kodas: APŽ
4. Julija Mazūrienė, „Less Table“ įkūrėja, VDA docentė, dizainerė. Kodas: JM
5. Laimutė Jankauskienė, LR švietimo ir mokslo ministerijos Bendrojo ugdymo departamento Ikimokyklinio ir pradinio ugdymo skyriaus vedėja. Kodas: LJ
6. Sandra Valavičiūtė, LR švietimo ir mokslo ministerijos Bendrojo ugdymo departamento Ikimokyklinio ir pradinio ugdymo skyriaus vyriausioji specialistė.
Kodas: SV

7. Jonas Liugaila, LDGA. Kodas: JL
8. Algirdas Orantas, LDGA. Kodas: AO
9. Marius Urbonavičius, VDA. Kodas: MU
10. Marius Dirgėla, Lietuvos dizaino forumo vienas iš steigėjų, Kodas: MD
11. Giedrė Rutkauskaitė, „Kurk Lietuvai“. Kodas: G_KL
12. Paulius Žeimys, „Kurk Lietuvai“. Kodas: P_KL
13. Eglė Opeikienė, UAB „March design studio“ direktorė, bendraturtė, dizaino vadybininkė. Kodas: EO
14. Juozas Brundza, VDA Dizaino katedros vedėjas, docentas, dizaineris. Kodas: JB
15. Jonas Malinauskas, VTDK dėstytojas, LDGA narys, buvęs ilgametis Dizainerių sąjungos pirmininkas (iki 2003 m.). Kodas: JM/I
16. Jonas Jakaitis, Lietuvos dizaino forumas, VGTU Dizaino katedros vedėjas. Kodas: JJ
17. Roma Survilienė, KKI ASOC. Kodas: RS
18. Tautvydas Kaltenis, Lietuvos dizainerių sąjunga. Kodas: TK

Interviu rezultatai

Pagrindiniai apibendrinti interviu rezultatai analizuojami žemiau pateiktoje lentelėje

19 lentelė. LDB poreikis ir steigimo galimybės: ekspertų nuomonė

Problemos	<ul style="list-style-type: none"> - Nepagarba profesinei bendruomenei (iš valstybinių institucijų), spaudimas, nesutampa darbai ir žodžiai (pvz., LKT dizaino finansavimas nesiekia 2 proc. (1,88 proc.); - Valstybė nesuvokia dizaino pridėtinės vertės; - Dauguma konkursų yra fiktyvūs, neskaidrūs, nėra veiklų, finansavimo tęstinumo; - Lietuvos dizaino rinkoje egzistuoja nesąžininga konkurencija: dominuoja ir didžiąją dalį finansavimo gauna tik keletas įmonių ar organizacijų, o NVO sektorius nebegali išgyventi ir nyksta; - 90 proc. dizaino yra „vogtas“ (šriftai, fotografijos, programinė įranga <i>etc.</i>), nemokamas; - Stebėsenos ir analizės stoka; nėra centralizuotos informacinės bazės; - Dizaino edukacijos stoka: menkas visuomenės supratimas apie dizaino

vertę, reikėtų pradėti nuo dizaino edukacijos, trūksta specialistų, kurie galėtų dirbti su dizaino sritimi ugdant vaikus, priemonių, rekomendacijų, mokymų pedagogams apie dizainą pagal vaikų amžiaus grupes, edukacijos programų finansavimo;

- Skirtingų dizaino sektoriaus atstovų nesusikalbėjimas, nepakankamas bendradarbiavimas, veiksmų koordinavimas. Per menkas sektoriaus atstovavimas, taip pat politiniu lygiu, bendros politikos trūkumas.

Poreikis

- Dauguma sutiko, kad LDB (centras / taryba) yra reikalinga:
- dėl dizaino reikšmės, pridėtinės vertės šalies ūkiui kūrimo;
- dėl bendros krypties kūrimo, atstovavimo dizainui valstybiniu lygmeniu;
- dėl tarpsektorinio bendradarbiavimo tarp dizaino ir architektūros, švietimo skatinimo;
- aktualaus koordinuojančios, asocijuotos institucijos poreikio.
- BET:
- kad netaptų dar vienu „toku pat“ centru;
- Dizaino centro / tarybos kaip tarpininko poreikis nebūtinai akivaizdus, jei numatomas veiklas atlieka kitos institucijos ar organizacijos;
- kol dominuojamą padėtį Lietuvos dizaino rinkoje užima keletas tarpusavyje glaudžiai susijusių ir rinkos kontrolės siekiančių įstaigų, „jokio rinkos „koordinuojančio“ darinio steigimo poreikio nėra“.
- „Vienintelis prasmę turintis variantas, įsteigiant kokį nors kvazidarinį, būtų valstybės dalyvavimas“.

LDB funkcijos

- Šalies dizaino strategijos formavimas;
- Atstovavimas dizaino sektoriui nacionaliniu ir tarptautiniu lygmeniu;
- Lietuvos dizaino eksporto koordinavimas;
- Atstovavimas dizaineriams santykiuose su valstybės ir savivaldos institucijomis, lobizmas;
- Dalyvavimas rengiant ir tobulinant įstatymų ir norminius dokumentus, pvz., dizaino registracijos klausimų sprendimas;
- Koordinavimo, konsultavimo (pvz., kitų sektorių dizaino klausimais), ekspertinės veiklos (pvz., viešųjų pirkimų konsultavimas dėl dizaino pirkimų, kokybės; ekspertizės plagijavimo klausimu);
- Dizaino reikšmės, svarbos šalies ūkiui suvokimo formavimas, propagavimas; inovacijų per dizainą skatinimas;
- Bendruomenės telkimas, tinklaveika, bendradarbiavimo stiprinimas;
- Įvaizdžio formavimas, pristatant Lietuvą užsienyje;
- Edukacija (kompetencijų didinimas, dizaino švietimo gerinimas),

neformalaus ugdymo projektai, dizaino populiarinimas pradiniam ugdyme, versle ir pan.;

- Tarpininkavimas tarp akademinio sektoriaus, verslo ir gamybos;
- Dizaino renginių, konkursų, šviečiamojo pobūdžio renginių inicijavimas;
- Informacijos, duomenų bazės, kuria galėtų naudotis tiek lietuviai, tiek užsieniečiai, kaupimas (pvz., „Verslios Lietuvos“ eksporto duomenų bazė);
- Dizaino sektoriaus monitoringas (svarbu parodant kuriamą pridėtinę vertę). Inkubatoriaus paslaugos jauniems dizaineriams.

Sprendimai / pasiūlymai

Steigimas / finansavimo šaltiniai

- Privataus ir viešojo sektorių partnerystė: turėtų būtina dalyvauti privatus kapitalas (pvz., „SBA baldai“), galbūt ISM;
- Tarpinstitucinis darinys: Švietimo ministerija, Kultūros ministerija ir Ūkio ministerija, tuomet galbūt Užsienio reikalų ministerija, Lietuvos kultūros institutas, Pramonininkų konfederacija, verslo jungtinės pajėgos (išlaikomas verslo pradinio įnašo); Ūkio ministerija, Kultūros ministerija, ateityje galėtų finansiškai prisidėti ir verslas; Ūkio ministerija turi būti tarp steigėjų; Ūkio ir Kultūros (galbūt Aplinkos) ministerijos;
- „Turėtų būti atskiras ir nepriklausomas“: finansavimas iš projektų įgyvendinimo, narystės, įmonių;
- „Nario mokestis, valstybinis rėmimas, privatus sektorius, mecenavimas; el. parduotuvė, bendra dizaineriams, nuo kurios taryba gauna procentą“;
- „Finansavimas dizaino vertės pagrindu: sukurti tokį modelį, pagal kurį būtų galima apskaičiuoti dizaino kuriamą vertę, pvz., bendrajam vidaus produktui (BVP), ir nuo jo atskaitant tam tikrą procentą išlaikyti Dizaino centrą / tarybą“;
- Finansavimas iš valstybės dotacijų ir asociacijų krepšelio arba suinteresuotų šalių savanoriškas sutelktinis finansavimas;
- „Galbūt taryba galėtų veikti kaip „Versli Lietuva“ ar „Investuok Lietuvoje“ – jie teikia paslaugas, kurių vertę galima lengvai pamatuoti finansine grąža“;
- „Privatus geriau veikia nei valstybinis, nes jei dirba verslo sąlygomis, geriau funkcionuoja, mažiau biurokratijos, veikia greičiau išsigrūnina, mažiau neaiškumų. Galbūt žiauresnis kelias, bet efektyvesnis“, bet „pradžioje galėtų veikti kaip valstybinis centras – su valstybės pagalba lengviau pasiekti didesnius mastelius.“ Priklauso nuo politinės valios ir lyderystės, pvz., Kultūros ministerijos, Ūkio ministerijos?

Teisinė forma Asociacija

Veikimo principas Tarybos modelis: „Kiekviena jau egzistuojanti organizacija siūlytų ir deleguotų savo atstovus į tarybą.“

Tarybos sudėtis:

- akademinė bendruomenė,
- viešasis sektorius,
- dizaineriai,
- renginių organizatoriai.

Valdymo požiūriu galėtų būti maža komanda (veikianti rotacijos principu), tačiau šalia jos atskirais etatais veiktų papildomas personalas.

„Valstybinis sektorius gali būti kaip tarybos partneris, o ne tarybos nariai.“

„Gali būti socialinių partnerių taryba. Jei pavyktų įjungti Ūkio ministeriją, tai būtų labai naudinga, nes kitu atveju neveiksminga.“ Taryba ar centras kaip skėtinė organizacija: kaip jungiamoji grandis tarp mokslo bendruomenės, praktikų dizainerių, verslo, socialinės grandies.

Vieta

- Būtinai nesusijusioje (nesiglaudžiant prie jokios konkrečios institucijos), neutralioje vietoje; galima išnaudoti apleistus Vilniaus pastatus.
- Ekonomikos ir inovacijų ministerijoje; prie kitų ministerijų.
- VDA Dizaino inovacijų centre.
- Šalia NDG, šalia kultūrinių centrų, LOFTAI, ELFA.

Kita

„Paleistos naujos priemonės, skirti ES pinigai, reikia jais efektyviai pasinaudoti: „Dizainas LT“ priemonei numatyta 5,9 mln. Eur, jau finansuoti 177 projektai, kurių vertė – 1,5 mln. Eur.“

„Nekurti nuo nulio organizacijos, o kurti jau veikiančios organizacijos pagrindu, pvz., Dizainerių sąjungos, Dizaino forumo pagrindu.“

■

1.5.3 Strateginės dizaino dirbtuvės

2018 m. rugsėjo 27 d. ISM Inovatorių bazėje VDU Verslo praktikų centro komanda moderavo METHOD KIT® ir organizacijų modelio drobės metodikomis paremtas kūrybines dirbtuves. Jose dalyviai – akademinės bendruomenės nariai, verslo atstovai, dizaineriai ir kiti suinteresuotieji asmenys – išsiginčijo, kaip galėtų atrodyti Lietuvos dizaino sektorių koordinuojančios institucijos koncepcija ir jos veiklos modeliai.

Kūrybinių dirbtuvių procesą sudarė dvi dalys. Pirmoje dalyje dalyviai buvo suskirstyti į 4 grupes. Kiekviena grupė per rotacines sesijas dirbo vis su kitu darbalapiu, apimančiu skirtingus analizės laukus. Kiekvienas dalyvis turėjo galimybę atsakyti į vis kitus institucijos kūrimo klausimus remdamasis METHOD KIT® metodika. Gausybė sugeneruotų minčių ir idėjų buvo susistemintos ir išryškintos pagrindinės tendencijos.

Antroje dalyje dalyviams buvo pristatyta organizacijų modelio drobės metodika. Komandos turėjo galimybę analizuoti, kaip galėtų atrodyti dizainerius vienijančios institucijos teorinis modelis, kartu buvo įvertinta būsimos institucijos tikslinė auditorija, kuriama vertė, partnerystės galimybės, ryšio kanalai ir galimi finansavimo šaltiniai. Toliau pateikiama susisteminta kiekvienos kūrybinių dirbtuvių dalies informacija.

Apibendrinimai

Apibendrinami strateginio dizaino dirbtuvėse surinktą informaciją iš akademinės bendruomenės narių, verslo atstovų ir dizainerių, kaip galėtų atrodyti Lietuvos dizaino sektorių koordinuojančios institucijos koncepcija ir jos veiklos modelis, pastebėjome aiškiai išreikštą tokios institucijos buvimo būtinybę. Dirbtuvėse dalyviai identifikavo būtinus organizacijai veikti aspektus, jos vertybes ir numanomas grėsmes.

Institucijos centrine ašimi tapo orientuoti į tikslą žmonės, pasiryžę skaidriai diktuoti ir skleisti dizaino tendencijas Lietuvoje ir pasaulyje. Tuos pačius žmones auditorija įvertino ir kaip didžiausią grėsmę sėkmingai organizacijos veiklai vykdyti akcentuodami asmeninių interesų viršenybę, palyginti su sektoriaus diktuojama kryptimi.

Žvelgiant į teigiamą aplinkinių valstybių pavyzdį matoma, kad Lietuva šiuo klausimu atsilieka, o turėti toki centrą yra pranašumas. Pirmiausia dėl to, kad tokia institucija vienyty skirtingas dizaino sektoriaus grupes ir leisty verslo subjektams lengvai ir greitai atrasti reikiamus dizaino sprendimus didinant pridetinę tiek produktų, tiek šalies vertę, mano dirbtuvių dalyviai.

Anot jų, kaupiama informacija ir jos tikslinga sklaida apie gerąsias patirtis tiek socialinėje medijoje, tiek Lietuvos ir užsienio parodose ar forumuose galimai taptų varomąja jėga lietuviško dizaino mokyklai stiprėti.

Remiantis dirbtuvių rezultatais, auditorija atkreipia dėmesį, kad institucija turėtų būti valstybinio lygio projektas, remiamas iš valstybės biudžeto. Taip pat neatmetami ir alternatyvūs finansavimo būdai, tokie kaip sėkmės ir narystės mokesčiai, ES fondai ir privačių institucijų finansinės paskatos. Dalyvių manymu, labiausiai suinteresuota grupė dėl numatomos aukštos pridėtinės vertės turi būti valstybė ir jos dizainerių grupes prižiūrinčios ministerijos: Ūkio, Kultūros, Švietimo ir mokslo ir Aplinkos apsaugos. Ne ką mažesnę svarbą ir norą išreiškė dėl verslo segmentų, ypač gamybos įmonių, įsitraukimo.

Detali dirbtuvių ataskaita pateikiama Priede Nr. 1

2 LIETUVOS DIZAINO BIURO KONCEPCIJA

2.1 Vizija, tikslai, funkcijos

Lietuvos dizaino biuro (LDB) koncepcinis modelis tyrimo pagrindu

Žemiau pateikiamas siūlomas Lietuvos dizaino sektoriui atstovaujančios organizacijos – Lietuvos dizaino biuro – koncepcinis veiklos modelis, kuris atspindi ir reziumuoja pagrindines empirinio tyrimo metu (tiek anketų, tiek interviu) išsakytas mintis.

20 lentelė. Lietuvos dizaino biuro veiklos modelis

Vizija	<ul style="list-style-type: none">- dizainas kaip pridėtinė vertė Lietuvos ūkiui, mokslui ir kultūrai, nacionaliniam tapatumui bei įvaizdžiui- LDB - dizaino lauko mediatorius ir atstovas Lietuvoje ir užsienyje (dizaino lauko atstovavimas Lietuvoje, Lietuvai ir užsienyje)
Tikslai	<ul style="list-style-type: none">- daryti įtaką ir formuoti šalies dizaino politiką ir strategiją- rūpintis teisinės ir finansinės dizaino erdvės skaidrinimu- propaguoti dizaino paslaugas- telkti dizaino bendruomenę- kaupti duomenis ir informaciją apie dizaino sektorių- teikti mokymų, konsultavimo ir kt. paslaugas
Vertybės	<ul style="list-style-type: none">- skaidrumas- atvirumas- kolegialumas / bendrakūrstė) „kartu galime daugiau“
Funkcijos	<ol style="list-style-type: none">1. atstovavimas nacionaliniu ir tarptautiniu lygmeniu / dizaino lauko: pavienių dizainerių, įmonių, asociacijų interesų atstovavimas santykiuose su valstybės ir savivaldos institucijomis / lobizmas2. valstybinės dizaino politikos formavimas / šalies dizaino strategijos formavimas (<i>kartu su Dizaino taryba prie LR kultūros ministerijos</i>)

3. **teisinės ir finansinės dizaino erdvės skaidrinimas**, teisinės bazės reglamentavimas ir palaikymas / įstatymų pakeitimų inicijavimas / (*kartu su Dizaino taryba prie LR kultūros ministerijos*)
4. **dizaino paslaugų propagavimas**, dizaino reikšmės auginimas, dizaino eksporto skatinimas (*kartu su Dizaino taryba prie LR kultūros ministerijos, LR užsienio reikalų ministerija*)
5. **dizaino bendruomenės telkimas**, tinklaveika, bendradarbiavimo stiprinimas
6. **duomenų / informacijos** apie dizaino sektorių **kaupimas** (ne tyrimai ar statistinės analizės, bet informacijos apie dizainerius, dizaino veiklą, pokyčius, laimėjimus kaupimas, kontaktų bazės kūrimas)
7. **paslaugų teikimas**: konsultavimas, tarpininkavimas, mokymo, švietimo, eksponavimo, viešinimo, ekspertavimo ir kt. paslaugos

Kuriama vertė

- vertė LT dizaino politikai: bendros ir kryptingos inovacijų politikos turėjimas
- teisinės ir finansinės dizaino erdvės skaidrinimas
- vertė LT ekonomikai (ir eksportui): pridėtinės vertės per dizainą kūrimas, jos skaičiavimas, dizaino paslaugų propagavimas
- vertė ūkiui, mokslui ir kultūrai: kaupiama duomenų bazė apie dizainerių veiklą / dizaino paslaugų propagavimas / konsultavimas / tarpininkavimas / projektų valdymas ir ekspertinis vertinimas / tvarios dizaino lauko ekosistemos kūrimas ir palaikymas / informacijos ir tyrimų rezultatų sklaida / edukacija ir mokymai

Tiksliniai vartotojai

- valstybinis sektorius
- verslo, mokslo ir kultūros atstovai
- visuomenė
- užsienio dizaino įmonės, asociacijos, pavieniai dizaino lauko subjektai

Galimi

- Ekonomikos ir inovacijų, Švietimo, mokslo ir sporto bei Kultūros ministerijos

**finansavimo
šaltiniai**

- ES projektinės / fondų lėšos (pvz., „Dizainas LT“ priemonės persikirstymas: iš 5,9 mln. Eur išleista tik 1,5 mln. Eur)
 - narystės mokestis
 - finansavimą susieti su akcizinių prekių gaunama mokesčių dalimi
 - finansavimo dalis nuo dizaino kuriamos pridėtinės vertės procento
 - nuosavos uždirbamos lėšos: teikiamos konsultacinės paslaugos, mokamų renginių organizavimas ir kt.
 - sėkmės mokestis (fiksotas mokestis nuo sėkmingo projekto įgyvendinimo / tarpininkavimas)
 - sutelktinis finansavimas
 - juridinių asmenų parama
- siūlyme*: finansinis modelis galėtų būti etapinis:

I etapas - valstybės/ ES lėšos,

II etapas - užsidirbama iš savo paslaugų sukūrus verslo/veikimo modelį.

Partneriai

- valstybinės institucijos, ministerijos
- verslas
- visuomenė
- savanoriai
- švietimo įstaigos
- kultūros organizacijos
- užsienio dizaino struktūros

**Administracinė
struktūra**

- kolegialus valdymo principas su taryba / valdyba iš skirtingų dizaino sektoriaus atstovų
 - vadovas
 - koordinatoriai
 - vadybininkai
 - teisininkas
- siūlyme*: žmonių įdarbinimas etapinis:

I etapas: 1-2 žmonės

II etapas: 5 ir daugiau

**Teisinė forma /
Veikimo
principas**

- atskiras / nepriklausomas vienetas – asociacija: skėtinė organizacija / jungiamoji grandis tarp mokslo bendruomenės, praktikų dizainerių, verslo, visuomenės, valstybinių institucijų

Vieta

- neutralioje vietoje / skiria miestas arba Vyriausybė ar suteikia naudotis lengvatinėmis sąlygomis (pvz., išnaudojant apleistus pastatus)
- prie kurios nors iš ministerijų (taupant kaštus, išnaudojant esamus resursus)
- prie Dizaino muziejaus
- migruojantis biuras

**Sklaidos
strategija**

- skaitmeninės ir el. medijos („Youtube“, „Facebook“) - sėkmės istorijų sklaida
- klasikinio tipo rinkodaros kanalai
- metiniai apdovanojimai / baigiamieji renginiai
- atstovavimas / dalyvavimas parodose LT ir užsienyje
- seminarų organizavimas ir paskaitos
- B2B bendradarbiavimas

2.2 Prognozuojamo ekonominio ir socialinio poveikio vertinimas

Ekonominė analizė

Socialinė-ekonominė analizė įvertina projekto indėlį regiono ar visos šalies ekonominei gerovei. Socialinė ekonominė nauda viešosios infrastruktūros kūrimo ir modernizavimo atveju yra pagrindinė viešųjų investicijų projekto nauda. Atsižvelgiant į socialinės ekonominės naudos vertinimo rodiklius, bus įvertintas numatomas įgyvendinti projektas ir nurodyti rodikliai, kuriais remiantis bus nustatyta, ar investicijų projekto įgyvendinimas sukuria didesnę naudą nei patiriami kaštai.

2.2.1 Rinkos kainų pavertimas į ekonomines

Finansinėje analizėje apskaičiuotų pinigų srautų vertę paprastai veikia netobula konkurencinė, mokestinė aplinka ir kiti veiksniai, dėl kurių pasireiškimo finansinėje analizėje įvertinti pinigų srautai neatspindi tikrosios pinigų vertės. Todėl ekonominėje analizėje naudojami ne finansiniai, o ekonominiai pinigų srautai, kurie gaunami pakoregavus finansinės analizės pinigų srautus pagal atitinkamus konversijos koeficientus.

Šis veiksmas vadinamas konvertavimu. Jo tikslas – projekto finansinius pinigų srautus paversti ekonominiais. Konvertavimui taikomi koeficientai nustatomi įvertinus šiuos įtaką finansinių srautų vertei darančius veiksnius:

1. Finansinių pinigų srautų dydžių iškreipimus atsirandančius dėl netobulos rinkos egzistavimo: muitai, kvotos, kiti prekybos apribojimai, monopolinė galia, valstybės turto nuoma mažesnėmis nei rinkos kainomis ir pan. sąlygoja kainų iškreipimai;

2. Faktą, jog darbo užmokesčio išlaidos tiesiogiai neišreiškia sukuriamos pridėtinės vertės: subsidijos, darbo biržos mokėjimai, išipareigojimai išsaugoti darbo vietas ir pan. sąlygoja tai, jog darbo užmokesčio išlaidos nesutampa su kuriama pridėtine verte. Šie atlyginimų nuokrypiai galimi ir dėl šių priežasčių:

- biudžetinių įstaigų darbuotojų, ypač aukštesnės kvalifikacijos, atlyginimai už panašų darbą paprastai mažesni nei privataus sektoriaus darbuotojų;
- teisės aktų reglamentuojamas minimalus darbo užmokestis daro įtaką nustatomo darbo užmokesčio dydžiui.

Atliekant konvertavimą, naudojami tie patys finansiniai pinigų srautai, kurie jau buvo naudoti apskaičiuojant FGDV(I) ir FVGN(I). Konvertavimui konversijos koeficientai taikomi tokiu būdu: taikomos konversijos koeficientų reikšmės atskirai kiekvienai paslaugų grupei pagal ekonominės veiklos sektorius.

Konversijos koeficientai SNA įvertinami automatiškai.

2.2.2 Socialinė diskonto norma

Socialiniams ekonominiams rodikliams apskaičiuoti naudojama socialinė diskonto norma. Socialinė diskonto norma (SDN) atskleidžia visuomenės požiūrį į ateities naudą ir sąnaudas, parodo visuomenės pasiryžimą atidėti vartojimą šiandien dėl vartojimo rytoj (ateityje). Socialinės ekonominės naudos vertinimo metu naudojama socialinė diskonto norma skiriasi nuo finansinėje analizėje naudojamos diskonto normos ir lygi **5,0 proc.**

Apibendrinimas

Socialinės-ekonominės naudos vertinimo metu naudojama socialinė diskonto norma – 5,00 proc., bei toks pat investicijų atsipirkimo laikotarpis, kaip ir finansinėje analizėje, - 15 metų.

2.2.3 Išorinio poveikio įvertinimas

Nustatant išorinį poveikį, įvertinama investicijų projekto sukuriama ekonominė-socialinė nauda (žala). Atsižvelgiama į visas ekonomines-socialines investicijų projekto įtakos aplinkybes, kurios turi tiesioginį poveikį investicijų projekto tikslinėms bei išorinės aplinkos grupėms.

Ekonominė-socialinė nauda (žala) įvertinama pinigine verte šiuo eiliškumu:

1. pasirinkti vertintinus investicijų projekto poveikio naudos ir žalos komponentus;
2. nustatyti projekto sukuriamos naudos ir žalos poveikio mastą tikslinei grupei.

Poveikio naudos ir žalos komponentai. Vertintini investicijų projekto socialinio-ekonominio poveikio naudos ir žalos komponentai nustatomi atsižvelgiant į investicijų projekto ekonominės veiklos sektorių, projekto pobūdį ir specifiką. Komponentai nustatomi vadovaujantis konversijos koeficientų, socialinės-ekonominės naudos (žalos) įverčių apskaičiavimo metodika.

Nustačius investicijų projekto naudos ir žalos komponentus, geriausiai atspindinčius projekto socialinį – ekonominį poveikį, apskaičiuojamas poveikio mastas tikslinei grupei.

Tiek socialinė – ekonominė nauda, tiek socialinė – ekonominė žala nurodoma teigiamu sveikuoju skaičiumi, socialinės – ekonominės naudos (žalos) sumažėjimas nurodomas neigiamu sveikuoju skaičiumi.

Socialinė – ekonominė nauda (žala) apskaičiuojama pasirinktą SE poveikio komponentą padauginus iš tikslinės grupės dydžio/poveikio apimties. Poveikio komponentai nustatomi vadovaujantis „Metodikos ir modelio, skirto įvertinti investicijų, finansuojamų Europos Sąjungos struktūrinių fondų ir Lietuvos nacionalinio biudžeto lėšomis, socialinį-ekonominį poveikį, sukūrimas“ galutinės ataskaitos rekomendacijomis.

Poveikio komponentai

Vertinant investicijų projekto socialinio-ekonominio poveikio naudos ir žalos komponentus, atsižvelgta į investicijų projekto veiklos sektorių, projekto pobūdį ir specifiką.

Investicijų projektas yra skirtas verslo sektoriui, investicijų į verslui reikalingą infrastruktūrą projektų tipui. Investicijų projektu būtų pasiekta tokia socialinė-ekonominė nauda:

- *Vieno darbuotojo sukuriamos pridėtinės vertės prieaugis, kuriuo remiantis bendra projekto sukuriamos naudos vertė yra įvertinama sumuojant*

Skaičiuojant investicijų socialinę-ekonominę naudą, remiamasi konversijos koeficientų bei socialinės-ekonominės naudos (žalos) komponentų įverčių reikšmėmis, kai poveikio

komponentas – vieno darbuotojo sukuriamos pridėtinės vertės prieaugis, susijęs su kompetencijų pakėlusiu asmenų skaičiumi. Skaičiavimai pateikti skaičiuoklėje (Priedas Nr. 2) ir 21 lentelėje:

21 lentelė. Poveikio komponentų skaičiavimai

	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Vieno darbuotojo sukuriamos pridėtinės vertės prieaugis	44590,95	46559,76	48571,81	50634,7 2	52889,32	55244,31
Projekto įtakos darbo našumo augimui specifinis įvertis	20%	20%	20%	20%	20%	20%
Darbuotojų skaičius	10	12	20	20	20	20
Viso	89181,9	111743,4 24	194287,24	202538, 88	211557,2 8	220977,2 4

2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033
57704,15	60273,53	62957,31	65760,59	68688,69	71747,17	74941,84	78278,75	81764,24
20%	20%	20%	20%	20%	20%	20%	20%	20%
20	20	20	20	20	20	20	20	20
230816,6	241094,12	251829,24	263042,36	274754,76	286988,7	299767,4	313115	327057

Šaltinis: sudarytojas Egidijus Mikailas

Kiti, skaičiais neįvertinti, tačiau svarbūs organizacijos veiklai numatomų pasiekimų rodikliai: auganti sekėjų auditorija; padidėjęs publikacijų skaičius, dalyvavimo valstybinės reikšmės darbo grupėse, ekspertiniai vertinimai, dizaino politikos kūrimas, bendradarbiavimas su

valstybinėmis institucijomis (užklausų teikimas ir atsakymas į užklausas), kompetencijų, sektoriaus pasiekimų viešinimas.

Skaičiuojant investicijų socialinę-ekonominę naudą, remiamasi konversijos koeficientų bei socialinės-ekonominės naudos (žalos) komponentų įverčių reikšmėmis, kai poveikio komponentas vieno darbuotojo sukuriama pridėtinės vertės prieaugis. Detalūs skaičiavimai pateikti skaičiuoklės lange „Ekonominė dalis“ (Priedas Nr. 2).

2.2.4 Ekonominiai rodikliai

Šioje dalyje įvertinami pagrindiniai socialinės –ekonominės analizės rezultatai: EGDV rodiklis, EVGN rodiklis ir ENIS rodiklis.

EGDV rodiklis

Ekonominė grynoji dabartinė vertė (EGDV) parodo, kokia socialinė ekonominė nauda projektu bus sukurta išorinėje projekto aplinkoje. Jei $EGDV < 0$, projekto sukuriama diskontuota nauda nepadengia diskontuotų sąnaudų, todėl toks projektas neturėtų būti įgyvendinamas. Esant $EGDV > 0$, projektu kuriama pridėtinė vertė visuomenei ir jo įgyvendinimo galimybės turi būti nagrinėjamos ir lyginamos su projekto įgyvendinimo išlaidomis. Taigi, socialiniu ekonominiu požiūriu IP yra pagrįstas, jei jo EGDV yra teigiama.

Apskaičiuota EGDV yra teigiama ir lygi 1 264 720 EUR.

ENIS rodiklis

Ekonominis naudos ir sąnaudų santykis (ENIS) – svarbiausias socialinės ekonominės analizės rodiklis, atskleidžiantis, kiek kartų projekto sukuriama nauda viršija jam įgyvendinti reikalingas išlaidas. Apskaičiuojamas dalijant suminės ekonominės naudos grynąją dabartinę vertę iš suminės ekonominių išlaidų grynosios dabartinės vertės. Viešųjų investicijų projektu naudos ir sąnaudų santykis visais atvejais privalo būti didesnis už 1.

ENIS rodiklis yra didesnis už 1 ir lygus 2,22.

Rodiklių apibendrinimas

Apskaičiavus projekto socialinius-ekonominius rodiklius, pateikiamas rodiklių apibendrinimas (22 lentelė).

22 lentelė. Svarbiausi ekonominiai rodikliai

Ekonominės analizės (EA) rodiklių apskaičiavimas	
<i>EA rodiklių lėšų srautas (realiųjų išraiška)</i>	
<i>Konvertuota investicijų (A.) GDV</i>	5 141
<i>Konvertuota investicijų likutinės vertės (B.) GDV</i>	0
<i>Konvertuota veiklos pajamų (C.) GDV</i>	301 866
<i>Konvertuota veiklos išlaidų (D.1.) GDV</i>	1 027 470
<i>Ekonominė grynoji dabartinė vertė - EGDV</i>	1 264 720
<i>Ekonominė vidinė grąžos norma - EVGN</i>	Nėra reikšmės
<i>Ekonominės naudos ir išlaidų santykis - ENIS</i>	2,22

Šaltinis: sudarytojas Egidijus Mikailas

2.3 LDB steigimo projekto finansinė analizė

Finansinės analizės tikslas yra išnagrinėti finansinius IP įgyvendinimo pinigų srautus.

Projekto ataskaitinis laikotarpis

Vadovaujantis „Investicijų projektų, kuriems siekiama gauti finansavimą iš Europos Sąjungos struktūrinės paramos ir/ ar valstybės biudžeto, lėšų rengimo metodika“, patvirtinta VŠĮ Centrinės projektų valdymo agentūros direktoriaus 2014 m. gruodžio 31 d. įsakymu Nr. 2014/8-337, projekto ataskaitinis laikotarpis – 15 metų, nes projektas priskiriamas prie kitų sektorių projektų.

Planuojama, kad projekto nuliniai įgyvendinimo metai bus 2018 metai, 2019 metai bus pirmieji projekto įgyvendinimo metai.

Finansinė diskonto norma

Vadovaujantis Europos Komisijos kaštų-naudos rengimo rekomendacijomis (*Guide to Cost-Benefit Analysis of Investment Projects*), Lietuvoje įgyvendinamiems investicijų projektams finansinė diskonto norma (FDN) turi būti nustatyta atskiru Finansų ministerijos priimtu teisės aktu. Tokiu atveju, atliekant finansinę analizę, reikėtų taikyti Finansų ministerijos nustatytą FDN. Tol, kol valstybės lygmeniu FDN nenustatyta, finansinėje analizėje taikytina **4 proc. FDN**.

Apibendrinimas

Investicijų projekte finansinei analizei bus taikoma 4 proc. finansinė diskonto norma.

2.3.1 Projekto lėšų srautai

Projekto lėšų srautų analizė apima projekto investicijų, projekto investicijų likutinės vertės, projekto veiklos pajamų, projekto veiklos išlaidų, projekto mokesčių ir projekto finansavimo analizę.

Investicijų išlaidos

Projekto investicijos – tai visos projekto veikloms įgyvendinti reikalingos išlaidos, kurias planuojama patirti sukuriant apibrėžtus projekto rezultatus. Šioje investicijų projekto dalyje yra realiai įvertintas investicijų lėšų poreikis ir suplanuota reali investicijų išlaidų patyrimo eiga, dalis ir proporcijos. Visos projektui reikalingos išlaidos buvo nustatytos remiantis patikimais šaltiniais ir projekto organizacijos vykdomų projektų patirtimi.

23 lentelė. Projekto investicijos

Investicijos	vnt.	Vidutinė kaina	Suma, eur.
usidėvėjimo normatyv			
Kompiuteriai su programine įranga	3,00	900,00	2700
Spausdintuvas	1,00	300,00	300
VISO:			3000

Šaltinis: sudarytojas Egidijus Mikailas

Investicijų likutinė vertė

Investicijų likutinė vertė – tai ilgalaikio turto vertė, pasibaigus projekto ataskaitiniam laikotarpiui. Likutinė vertė apskaičiuojama tik tam turtui, kuriam įsigyti ar sukurti numatytos IP investicijos.

Likutinė vertė skaičiuojama tik tuomet, kai turto naudingo tarnavimo laikotarpis yra ilgesnis už projekto ataskaitinį laikotarpį. Likutinė vertė lygi turto sukūrimo savikainai, iš kurios atimama atsižvelgiant į nus apskaičiuota nusidėvėjimo vertė, sukaupta per projekto ataskaitinį laikotarpį. Kadangi kompiuterinės technikos nusidėvėjimo laikotarpis 7 metai, likutinė vertė lygi 0.

Įgyvendinant projektą 2025 metais planuojamos 4000 reinvesticijos į kompiuterinę techniką.

24 lentelė. Investicijų likutinė vertė, Eur

Ilgalaikio turto rūšis	Pagrindimas	Nusidėvėjimo normatyvas, metais	Suma, Eur	Metinis nusidėvėjimas	Metai, nuo kurių skaičiuojamas nusidėvėjimas	P ata lai P
Įranga	Pagal nusidėvėjimo normatyvus	7	3 000	429	2019	

Šaltinis: sudarytojas Egidijus Mikailas

Veiklos pajamos

Projekto veiklos pajamos – pajamos, kurios yra tiesiogiai gaunamos iš vartotojų paslaugas, kurios sukuriamos įgyvendinant projektą.

25 lentelė. Lietuvos dizaino sektorių koordinuojančios institucijos veiklos metinių pajamų prognozė 1-ais metais

Pajamų rūšis	Kartai	Vidutinė vienos paslaugos kaina	Metinės pajamos
Projektinė veikla	50	400	20000

Šaltinis: sudarytojas Egidijus Mikailas

26 lentelė. Lietuvos dizaino sektorių koordinuojančios institucijos veiklos metinių pajamų prognozė 2-ais ir vėlesniaisiais metais

Pajamų rūšis	Kartai	Vidutinė vienos paslaugos kaina	Metinės pajamos
Projektinė veikla	75	400	30000

Šaltinis: sudarytojas Egidijus Mikailas

Detalūs skaičiavimai pateikti skaičiuoklės lange „Prielaidos“ (Priedas Nr. 2).

Veiklos išlaidos

Projekto veiklos išlaidas sudaro sąnaudos, kurios patiriamos eksploatuojant projekto įgyvendinimo metu sukurtą turtą. Planuojamos išlaidos pateiktos žemiau esančiose lentelėse (27-29 lentelės):

27 lentelė. Veiklos išlaidų skaičiavimai

Išlaidų rūšis	Mėn./kartai	Vid. mėn./kart. sąnaudos	Metinės sąnaudos
Patalpų nuoma	12	700	8400
Buhalterinės paslaugos	12	150	1800
Teisinės paslaugos	8	250	2000
Transporto sąnaudos	12	150	1800
Ryšių sąnaudos	12	20	240
Narystės tarptautinėse organizacijose	1	1000	1000
Komandiruotės	12	800	9600
Rinkodaros sąnaudos	12	800	9600
Kanceliarinės prekės	12	40	480
VISO, Eur			34920

Šaltinis: sudarytojas Egidijus Mikailas

28 lentelė. Darbo užmokestis 1-ais metais

	Etatai	Mėn. atlyginimas "Bruto"	Metinės išlaidos
Direktorius	1	1600	19200

Projektų vadovai	1	1300	15600
Rinkodaros, rinkos tyrimų ir viešųjų ryšių specialistas	1	1200	14400
Viso			49200

29 lentelė. Darbo užmokestis 2-ais ir vėlesniais metais

	Etatai	Mėn. atlyginimas "Bruto"	Metinės išlaidos
Direktorius	1	2000	24000
Projektų vadovai	2	1300	31200
Rinkodaros, rinkos tyrimų ir viešųjų ryšių specialistas	1	1200	14400
Viso			69600

Šaltinis: sudarytojas Egidijus Mikailas

Finansavimas

Atsižvelgiant į ribotą projekto biudžetą, investicijas ir išlaidas, kurių nepadengia planuojamos gauti pajamos, numatoma finansuoti iš Ūkio, Švietimo ir mokslo, Kultūros ministerijų. Taip pat galima parama iš ES paramos priemonių: „Kompetencijos LT“, „InoKlaster LT“.

Galimas finansavimas iš Tarptautinių ES projektų: „CREATIVE EUROPE“, „NORDEN“, „Interreg“, Švedijos instituto programos.

Taip pat galimas finansavimas iš asociacijos narių mokesčių, rėmėjų.

2.3.2 Finansiniai rodikliai

Viešosioms paslaugoms būdinga tai, kad investavimas siekiant pagerinti viešosios paslaugos kokybinius parametrus lemia viešojo finansavimo poreikio padidėjimą pasibaigus projekto investicijų laikotarpiui. Dėl šios priežasties svarbu įvertinti, ar projekto savininkas yra pajėgus finansuoti projektą ir užtikrinti projekto tęstinumą.

2.3.2.1 Investicijų finansiniai rodikliai

Investicijų finansinė grynoji dabartinė vertė skaičiuojama siekiant įvertinti planuojamų investicijų naudą šiandien, t. y. grynoji dabartinė vertė parodo, ar verta investuoti į projektą. Iš viso atliekant sąnaudų ir naudos analizę, vertinamos trys grynosios dabartinės vertės reikšmės, ir pirmoji iš jų – investicijų finansinė grynoji dabartinė vertė (FGDV). Investicijų FGDV parodo, kokią finansinę naudą padeda gauti projekto investicijos per ataskaitinį laikotarpį ir kiek ši nauda verta šiandien. Jei investicijų FGDV < 0 , tai reiškia, kad diskontuoti projekto grynujų pajamų srautai nepadengia diskontuotų investicijų ir projektas per ataskaitinį laikotarpį finansiškai neatsiperka. Kai investicijų FGDV < 0 , įgyvendinant projektą finansinė nauda nebus gauta. Esant teigiamai investicijų FGDV reikšmei, diskontuoti grynujų pajamų srautai padengia diskontuotas investicijas, todėl projektas yra finansiškai patrauklus investuotojams. Kitaip sakant, jeigu investicijų FGDV teigiama, vadinasi, investicija atsipirks, projekto finansinė nauda padengs investuotų lėšų sumą.

Investicijų finansinė vidinė gražos norma (FVGN) yra antrasis finansinės analizės rodiklis, vertinamas kartu su investicijų FGDV. Esant labai neigiamai investicijų FGDV, investicijų FVGN dažniausiai neskaičiuojama. Jeigu apskaičiuota investicijų FVGN didesnė už rinkoje esančią vidutinę palūkanų normą, vadinasi, projekto sukuriama finansinė nauda didesnė už lėšų projektui įgyvendinti skolinimosi išlaidas. Jei iš projekto gaunama pajamų, turi būti paskaičiuotas finansinis naudos ir išlaidų santykis (FNIS).

Skaičiuojant FGDV gautas pinigų srautas yra diskontuojamas 4 proc. diskonto norma. Lietuvoje įgyvendinamiems investicijų projektams finansinė diskonto norma (FDN) turi būti nustatyta atskiru Finansų ministerijos priimtu teisės aktu. Tokiu atveju, atliekant finansinę

analizę, reikėtų taikyti Finansų ministerijos nustatytą FDN. Tol, kol valstybės lygmeniu FDN nenustatyta, finansinėje analizėje taikykite 4 proc. FDN.

Investicijų finansiniai rodikliai yra skaičiuojami remiantis Centrinės projekto valdymo agentūros (CPVA) rekomendacijomis (finansinių rodiklių skaičiuokle, Priedas Nr. 2).

Atlikus su projektu susijusius skaičiavimus, paaiškėjo, kad projektas turi neigiamą finansinę grynąją dabartinę vertę investicijoms – - 824.467 EUR. Tai reiškia, kad finansinė nauda įgyvendinant projektą nebus gauta. FNIS rodiklis lygus 0,28.

Išvada dėl finansinio gyvybingumo

Projekto finansinis gyvybingumas vertinamas nagrinėjant projekto pajamas bei visas, su projektu susijusias veiklos išlaidas. Siekiant, kad projektas būtų gyvybingas, per visą projekto ataskaitinį laikotarpį sukauptas grynujų pinigų srautas turi būti neigiamas. Projekto sukauptasis grynujų pinigų srautas parodo, kaip projekto ataskaitiniu laikotarpiu numatomos įplaukos padengs išlaidas atitinkamu laikotarpiu. Kaupiant pinigų srautus kiekvienų metų pinigų likučiai perkeliama į paskesnius metus. Pagal sukauptąjį grynujų pinigų srautą sprendžiama, ar įgyvendinant projektą pajėgiama užtikrinti reikalingus pinigų srautus per visą ataskaitinį laikotarpį. Esant situacijai, kai kuriuo nors momentu sukauptas grynujų pinigų srautas taps neigiamas, organizacijos vadovybė privalės surasti papildomų lėšų projekto išlaidoms padengti.

2.3.2.2 Kapitalo finansiniai rodikliai

Kapitalo finansinė grynoji dabartinė vertė (FGDV(K)) atskleidžia, kokią finansinę naudą per ataskaitinį laikotarpį sukuria jo savininko investuotas kapitalas. Kai investicijų projektą planuojama įgyvendinti viešajame sektoriuje ir projekto organizaciją sudaro viešojo sektoriaus subjektai, projekto savininkas yra Lietuvos valstybė, kadangi prie projekto įgyvendinimo prisidedama biudžeto lėšomis. Jei $FGDV(K) < 0$, projekto savininkui finansiškai nėra naudinga vykdyti projektą, nes projekto generuojami diskontuoti pinigų

srautai nepadengia savininko įnašo. Esant teigiamai FGDV(K) reikšmei, projekto savininkui naudinga Esamo pastato techninių bei funkcinų savybių pagerinimas, nes projekto pinigų srautai padengia į projektą investuotą kapitalą. FVGN(K) skaičiuojama kaip antrasis rodiklis. Jeigu FVGN(K) didesnė už rinkoje esančią palūkanų normą, vadinasi, projektas duos didesnę naudą už kapitalo skolinimosi išlaidas.

Skaičiuojant kapitalo rodiklius valstybės, privatūs ir nuosavo privataus kapitalo įnašai suprantami kaip valstybės arba projekto savininko patiriamos projekto vykdymo sąnaudos, todėl įtraukiami su neigiamu ženklu (skirtingai nei skaičiuojant projekto finansavimo šaltinius ir projekto gyvybingumą).

FGDV(K) rodiklis siekia -887 853.

2.3.2.3 Rodiklių apibendrinimas

Toliau pateikiamas finansinės analizės rodiklių apibendrinimas.

30 lentelė. Finansinės analizės rodiklių palyginimas

<i>Finansinė grynoji dabartinė vertė investicijoms - FGDV(I)</i>	-824 467
<i>Finansinė vidinė grąžos norma investicijoms - FVGN(I)</i>	Nėra reikšmės
<i>Finansinė modifikuota vidinė grąžos norma investicijoms - FMVGN(I)</i>	-100,00%
<i>Finansinis naudos ir išlaidų santykis - FNIS</i>	0,28
<i>Finansinis gyvybingumas (realiųjų išraiška)</i>	Taip
<i>Finansinė grynoji dabartinė vertė kapitalui - FGDV(K)</i>	-887 853
<i>Finansinė vidinė grąžos norma kapitalui - FVGN(K)</i>	Nėra reikšmės
<i>Finansinė modifikuota vidinė grąžos norma kapitalui -</i>	-100,00%

FMVGN(K)

Šaltinis: sudarytojas Egidijus Mikailas

2.4 LDB įgyvendinimo alternatyvos

Tinklai, bendram darbui sujungiantys universitetus, įmones, dizaino konsultantus, tyrimų institucijas ir pačius tyrėjus bei dizainerius, kartais yra svarbesni nei pinigai. Tokie ryšiai yra ypač svarbūs vystant dizainą.

Yrjö Sotamaa

Suomijos dizaino politikos strategas, pirmasis Aalto universiteto rektorius

Vienas šio tyrimo uždavinių buvo ne tik sukurti naujo centro modelį, bet taip pat identifikuoti ir apsvarstyti koordinuojančios institucijos steigimo įgyvendinimo alternatyvas, numatant jų stiprybes, silpnybes, grėsmes ir galimybes. Studijoje aptartos alternatyvos išryškėjo atlikus anketinės apklausos ir interviu metu gautų duomenų analizę. Rengiant tyrimo ataskaitą buvo parengtos keturios LDB įkūrimo alternatyvos:

- 1) Lietuvos dizaino biuras steigiamas prie *Lietuvos dizaino forumo*;
- 2) Lietuvos dizaino biuras steigiamas prie Vilniaus dailės akademijos *Dizaino inovacijų centro (DIC)*;
- 3) Lietuvos dizaino biuras steigiamas prie *Taikomosios dailės ir dizaino muziejaus* Vilniuje;
- 4) Lietuvos dizaino biuras steigiamas prie *Lietuvos grafinio dizaino asociacijos (LGDA)*.

Išsamiau aptartos šios keturios aukščiau įvardytos alternatyvos, tačiau galima matyti ir mobilaus LDB modelį – tam tikrais etapais migruojantį tarp visų šių ar dar kitų institucijų. Taip pat galima svarstyti ir LDB steigimą kituose Lietuvos miestuose: Kaune, Klaipėdoje, Telšiuose ar Anykščiuose, tokiu būdu atveriant galimybių regionuose. Visais atvejais pabrėžiama, jog tokių projektų sėkmė priklausytų nuo konkrečių institucijų iniciatyvos. Taip pat pripažįstama, kad tinklaveika ir bendradarbiavimas yra vieni svarbiausių tokios organizacijos pranašumų, atveriančių naujų galimybių, vystant Lietuvos dizaino centro veiklą. Detaliai ir visapusiškai LDB įgyvendinimo alternatyvų analizei atlikti reikalingas atskiras tyrimas.

2.4.1 I. Įgyvendinimo alternatyva: LDB prie Lietuvos dizaino forumo

Lietuvos dizaino biuras steigiamas prie *Lietuvos dizaino forumo* (juridinis pavadinimas Asociacija Dizaino forumas).

Dabartinė padėtis

Lietuvos dizaino forumas (toliau – LDF) – 2006 m. įkurta šalies dizainą ir verslą vienijanti asociacija, turinti daugiau nei 30 aktyvių narių. Asociacijai vadovauja direktorius, kuris tvirtinamas valdybos dvejiems metams. Valdyba tvirtinama dvejiems metams visuotiniame narių susirinkime vykstančio balsavimo principu. LDF yra vienintelė nuolatinį biurą ir personalą turinti aktyviai ir nuosekliai veikianti dizaino asociacija šalyje, atstovaujanti ne tik savo narių interesams, bet ir glaudžiai bendradarbiaujanti su kitais šalies dizaino ekosistemos dalyviais: mokymo įstaigomis, ministerijomis, ambasadomis, kultūros institutais, verslo ir mokslo paramos institucijomis ir kt.

LDF atsakingas už keturiolika metų vykstančio festivalio „Dizaino savaitė“ koordinavimą, kurio metu renginiai vyksta ne tik sostinėje, bet ir kituose šalies miestuose. Dauguma renginių yra nemokami ir prieinami įvairaus amžiaus bei socialinių grupių žmonėms. LDF organizuoja Lietuvos dizaino prizo konkursą „Geras dizainas“, kuruoja lietuviško dizaino parodas užsienyje. Bendradarbiaudamas su užsienio šalių partneriais padeda atrasti ir pristatyti užsienio šalių dizaino parodas Lietuvoje. LDF turi patirtį dalyvaujant tarptautiniuose projektuose („Design for Europe“, „EcoDesign Circle“, „Roundabout Baltic“ ir kt.).

Nuo 2016 m. LDF yra aktyvus Europos dizaino biuro (BEDA) narys, dalyvaujantis valdybos veikloje ir svarbiausiuose Europos dizaino renginiuose. 2018 m. Lietuvos kultūros tarybos 2018 m. rugpjūčio 30 d. nutarimu Nr. 1LKT- 43 (1.2) užtikrintas trejų ateinančių metų LDF strateginių veiklų finansavimas pagal Kultūros rėmimo fondo lėšomis finansuojamą programą „Kultūros ar meno srities organizacijų strateginių programų įgyvendinimas“ (Lietuvos kultūros taryba, 2018). Nuo 2019 m. LDF turi teisę deleguoti vieną asmenį į Lietuvos dizaino tarybą.

Modelis

Kadangi pastaraisiais metais LDF veiklų apimtis auga (dalyvauja formuojant dizaino politiką, rengiant teisinius aktus, įvairias finansavimo programas, tarptautiniuose projektuose ir kt.), svarstyta alternatyva, kad LDB veikla būtų susieta su LDF.

Tai sustiprintų LDF ir LDB poziciją tiek nacionaliniu, tiek tarptautiniu mastu. Tikėtina, kad LDF pritrauktų daugiau narių ir partnerių, besidominčių šiuolaikiniu dizainu, todėl vykdytų didesnę lietuviško dizaino sklaidą, aktyviau dalyvautų dizaino politikos procesuose ir galbūt pritrauktų naujų investicijų.

Svarstant šios alternatyvos įgyvendinimą galėtų būti kuriama administracinė sinergija – LDB ir LDF galėtų dalytis patalpų nuomos, personalo ir kitus tenkančius administracinius kaštus. Ateityje prie LDB ir LDF galėtų prisijungti ir kitos dizaino lauke veikiančios organizacijos.

SSGG analizė

Stiprybės	Silpnybės
<ul style="list-style-type: none">• LDF veikia daugiau nei dešimtmetį, turi pagal nuolatinės darbo sutartis įdarbintų darbuotojų ir nuolatinę atstovybę;• LDF turi patirties įgyvendinant nacionalinio masto ir tarptautinius projektus;• LDF aktyviai dalyvauja Europos dizaino organizacijų tinkle, disponuoja naudingų kontaktų baze;• Užtikrintas trejų ateinančių metų (2019–2021 m.) LDF strateginių veiklų finansavimas pagal Lietuvos kultūros tarybos programą „Kultūros ar meno srities organizacijų strateginių programų įgyvendinimas“;• Susiformavęs nuolatinių partnerių ir rėmėjų tinklas;• LDF turi vieną delegatą Lietuvos dizaino taryboje.	<ul style="list-style-type: none">• LDF nedisponuoja jokių nuosavu turtu: neturi nuosavo biuro, ekspozicijų bei konferencijų salių ir pan.;• Dalis LDF funkcijų sietinos su asociacijos narių interesų atstovavimu;• Nedidelis (2–3 asm.) LDF personalas yra sunkiai pajėgus prisiimti daugiau atsakomybių;• Nežinomas LDF veiklų finansavimo intensyvumas nuo 2020 m.

Galimybės

- LDB ir LDF veikdami kartu kurtų vieno dizaino centro sinergiją ir taip galėtų pasiūlyti platesnį spektrą paslaugų;
- LDB ir LDF galėtų optimizuoti administracinius kaštus (dalytis dalimi darbuotojų, patalpų ir pan.), tai leistų plėsti veiklų apimtį ir didinti darbuotojų skaičių;
- Išnaudojant LDF įdirbį tarptautiniame dizaino lauke, tikėtinas greitesnis LDB pristatymas tarptautinei dizaino bendruomenei, dėl to matomas potencialas vykdyti aktyvius parodų ir ekspertų mainus;
- LDF darbo patirtis su komerciniais rėmėjais galėtų padėti pritraukti daugiau privataus sektoriaus investicijų;
- LDF kartu su LDB galėtų kuruoti specializuotą lietuviško dizaino suvenyrų parduotuvę, susietą su modernizuotu *dizainovacija.lt* elektroniniu puslapiu;
- LDF pritrauktų daugiau narių;
- Ateityje prie LDB ir LDF veiklų sėkmingai galėtų prisijungti ir kitos šalyje veikiančios dizaino organizacijos.

Grėsmės

- LDF nuosavo turto neturėjimas didins veiklų vykdymo kaštus;
- LDF veikia pagal asociacijos įstatus, sprendimai priimami kolegialiai ir tvirtinami valdybos ir/ar visuotinio narių susirinkimo, todėl dalis veiksmų planavimo ir derinimo gali užtrukti; galimi interesų konfliktai propaguojant narių interesus;
- Vis dar nežinomas ateinančių metų LDF finansavimas kelia grėsmę veiklų tęstinumo užtikrinimui, nes asociacija neturi finansinio rezervo;
- Kitos dizaino lauke veikiančios organizacijos gali nepripažinti LDB, veikiančio prie LDF, taip susikurtų nepalanki konkurencinė aplinka ir būtų užkertamas kelias efektyviam bendradarbiavimui.

2.4.2 II. Įgyvendinimo alternatyva: LDB prie VDA Dizaino inovacijų centro

Lietuvos dizaino biuras steigiamas prie Vilniaus dailės akademijos Dizaino inovacijų centro.

Dabartinė padėtis

Dizaino inovacijų centras (toliau – DIC) yra Vilniaus dailės akademijos padalinys, įkurtas 2007 m. DIC veiklos tikslas – skatinti mokslo ir verslo bendradarbiavimą dizaino inovacijų srityje ir padėti jauniems dizaineriams įsitvirtinti dizaino rinkoje.

DIC yra įsikūrus Vilniuje, naujai rekonstruotame pastate Maironio g. 3, pirmame aukšte. DIC turi visą biurui reikalingą infrastruktūrą ir įrangą: biuro patalpas, susitikimų erdves, konferencines ir ekspozicines patalpas. Šiame pastate taip pat veikia Dizaino, Kostiumo dizaino, Grafinio dizaino katedros.

DIC tyrimo apklausų metu buvo įvardytas kaip viena iš alternatyvų Lietuvos dizaino biuro steigimui.

Modelis

DIC kaip alternatyvos pasirinkimą naujam LDB steigti lėmė itin gera institucijos padėtis – tai senai veikiantis institucijos padalinys su savo *know how*, taip pat LT dizaino sektoriui pažįstamas darinys, jau turintis didelį įdirbį formuojant Lietuvos dizaino politiką. Institucija turi savo biuro patalpas, vadovą ir darbuotojų, yra įsikūrus Vilniaus miesto centre. VDA, kurios padalinys yra DIC, veikia Telšiuose, Klaipėdoje ir Kaune. VDA taip pat turi savo ekspozicines, konferencines erdves.

Taigi, kaip galima pastebėti, DIC jau dabar atlieka nemažai LDB būdingų veiklų, tokių kaip: skatina dizaino inovacijų, mokslinių tyrimų ir eksperimentų plėtrą (MTEP), renka ir sklaidžia informaciją apie dizaino inovacijas, prisideda prie Lietuvos dizaino politikos formavimo ir pan. Tačiau šiuo metu ši institucija yra labiau orientuota į VDA kuriamų produktų pristatymą ir viešinimą, o savo ateitį sieja su siekiais transformuotis į inovatyvų daugiafunkcį žinių ir kūrybinių produktų komercinimo centrą.

SSGG analizė

Stiprybės	Silpnybės
<ul style="list-style-type: none">• Dizaino sektoriui pažįstama institucija, turinti savo reputaciją;• Kvalifikuota ir nuolat auganti komanda;• Patogi vieta ekspozicijoms, susitikimams, biurui;• Jau atlieka dalį LDB numatytų veiklų: atstovauja jauniesiems dizaineriams, prisideda prie valstybinės dizaino politikos formavimo; propaguoja dizaino reikšmės auginimą, dizaino eksporto skatinimą; kaupia informaciją apie dizaino sektorių (informacijos apie jaunuosius dizainerius, dizaino veiklą, pokyčius, laimėjimus kaupimas, kontaktų bazės kūrimas); teikia konsultavimo, tarpininkavimo, mokymo, švietimo, eksponavimo, viešinimo, ekspertavimo ir kt. paslaugas;• Vykdo MTEP veiklas, parengė Lietuvos dizaino sektoriaus plėtros galimybių studijas;• Tinkama infrastruktūra: kuriant centrą buvo numatytos 4 darbo vietos galimam Lietuvos dizaino biurui;• DIC turi nemažą partnerių tinklą.	<ul style="list-style-type: none">• DIC pagrindinė veikla iki šiol – VDA studentų ir dėstytojų interesų atstovavimas;• Nedidelė patirtis valdant didelius projektus ir pritraukiant lėšas;• Plečiantis LDB komandai bus reikalingas atskiras ir didesnis biuras;• Sudėtinga turėti nuolatinę dizaino ekspoziciją;• DIC turimi užsienio partneriai susiję su švietimo institucijomis, o ne su inovacijomis ar kitais dizaino centrais;• Darbuotojų kompetencijų stoka atstovaujant visam dizaino sektoriui;• Strateginės krypties pakeitimas, siekiant pertvarkyti DIC į daugiafunkcij žinių ir kūrybinių produktų komercinimo centrą.
Galimybės	Grėsmės
<ul style="list-style-type: none">• VDA patalpos ir infrastruktūra gali būti sėkmingai naudojamos LDB tikslams;• DIC darbuotojų kompetencijos stipriai prisidėtų prie LDB veiklos planavimo ir išlaikymo.	<ul style="list-style-type: none">• DIC nėra atskiras juridinis darinys – tai VDA padalinys;• Sudėtingas finansavimas, jei DIC lieka VDA padalinys;• Galimas interesų konfliktas, jei į LDB veiklos būtų siejamos su VDA interesais.

2.4.3 III. Įgyvendinimo alternatyva: LDB prie Taikomosios dailės ir dizaino muziejaus

Lietuvos dizaino biuras steigiamas prie Taikomosios dailės ir dizaino muziejaus Vilniuje.



Dabartinė padėtis

Taikomosios dailės ir dizaino muziejus (toliau – TDDM) yra vienas iš Lietuvos dailės muziejaus (LDM) padalinių. TDDM veikia Vilniaus Žemutinės pilies Senojo arsenalo didžiajame korpuse (Arsenalo g. 3A), todėl dažnai yra vadinamas Arsenalu. TDDM įsikūręs istorinio Vilniaus centre, šalia Neries ir Vilnelės santakos, Gedimino pilies papėdėje. Muziejus savo veiklą skaičiuoja nuo 1987 m., kai pagal muziejininko Romualdo Budrio sukurtą muziejaus koncepciją taikomajai dailei skirtas padalinys pradėjo veikti Senosios ginklinės pastatuose. Dizaino vardas į muziejaus pavadinimą buvo įterptas 2016 m.

TDDM veikia keičiamos Lietuvos ir užsienio šalių taikomosios dailės ekspozicijos, rengiamos kuruotos parodos, parodų salėse vyksta įvairūs kultūros renginiai. Muziejuje dirba taikomosios dailės skyrius, dizaino grupė, edukatoriai, ekskursijų vadovai ir administracijos darbuotojai.

Kadangi muziejaus pavadinimas pakeistas prieš keletą metų, neseniai suformuota ir TDDM dizaino grupė (2 muziejininkės), todėl verta pastebėti, kad dizaino srities parodos rengiamos ir kituose Vilniaus muziejuose, pvz., netoliese esančiame Energetikos ir technikos muziejuje, Nacionalinėje dailės galerijoje, Vilniaus rotušėje ir kt.

Modelis

TDDM siekia tapti ne tik nacionalinių ir tarptautinių parodų eksponavimo erdve, bet ir kultūros, mokslo forumų ir meno sklaidos programų centru. Muziejaus ateitis siejama su pastato infrastruktūros modernizavimu ir daugiafunkcio centro stiprinimu, tad svarstyti alternatyva, kad LDB veikla būtų susieta su TDDM.

Tai sustiprintų dizaino srities orientaciją muziejaus veikloje, kurią dabar nusveria taikomojo meno ekspozicijos ir kuruotos parodos. Svarstant šios alternatyvos įgyvendinimą galėtų būti kuriama ne tik nuolatinė istorinė, bet ir šiuolaikinio dizaino ekspozicijos, taip pat keičiamos parodos, skirtos šiuolaikinio dizaino procesams. TDDM patalpose, ypač planuojant pastato infrastruktūros modernizavimą, būtų galima skirti vietą LDB padalinio biurui. LDB pritrauktų naujų lankytojų grupes, besidominčias šiuolaikiniu dizainu, pačius dizainerius labiau įtrauktų į muziejaus veiklas ir projektus.

SSGG analizė

Stiprybės	Silpnybės
<ul style="list-style-type: none"> • TDDM turi nemažą istorinę dizaino kolekciją, pradėjęs kaupti šiuolaikinio dizaino objektus; • Dizaino grupė muziejuje tik pradėjusi savo veiklą, ieškanti krypties; • Didelės erdvės ekspozicijoms, biurui, konferencijoms; • Turi edukacijos skyrių ir edukatorių etatus, galinčius rengti specializuotas 	<ul style="list-style-type: none"> • TDDM dabartine savo orientacija į taikomąją dailę yra atitrūkęs nuo šiuolaikinio dizaino procesų ir dizainerių bendruomenės; • TDDM yra nutolęs nuo dizaino/dizainerių traukos centrų ir maršrutų; • TDDM nėra kavinės, parduotuvės, lankytojų centro; • TDDM pagrindinės funkcijos sietinos su

edukacines programas;

muziejininkyste ir parodomis.

- Planuojamas pastato infrastruktūros modernizavimas.

Galimybės	Grėsmės
<ul style="list-style-type: none">• Naujas LDM direktorius dr. A. Gelūnas, matantis TDDM potencialą būtent dizaino srityje;• LDB ir TDDM veikdami bendrai sustiprintų savo pozicionavimą kaip vieno iš dizaino centrų mieste;• TDDM patalpos gali būti naudojamos LDB tikslams; LDB galėtų įsikurti laikinai (pvz., 5 metams);• Galėtų atsirasti specializuota LT dizaino suvenyrų parduotuvė, dizaineriška kavinė, specializuotas knygynėlis <i>etc.</i>;• Pritrauktų daugiau lankytojų, naujų tikslinių (dizaino) turistų grupių.	<ul style="list-style-type: none">• TDDM nėra atskiras juridinis darinys – tai vieno didžiausių Lietuvos muziejų LDM padalinys;• Sudėtingas finansavimas ir valdymas; bendrų veiksmų planavimas ir derinimas;• Užsitęsęs pastato infrastruktūros modernizavimo projektų derinimas, neaiškios perspektyvos.

2.4.4 IV. Įgyvendinimo alternatyva: LDB prie Lietuvos grafinio dizaino asociacijos

Lietuvos dizaino biuro steigiamas prie Lietuvos grafinio dizaino asociacijos (LGDA).

Dabartinė padėtis

Lietuvos grafinio dizaino asociacija (toliau LGDA) – nepriklausoma kūrybinė sąjunga, vienijanti profesionalius vizualinio dizaino kūrėjus.

Įkurta 1996 m., LGDA rūpinasi dizainerio profesijos prestižu, atstovauja dizainerių interesams valdžios institucijose, skatina kūrybinį dizainerių aktyvumą, koordinuoja įvairių organizacijų, dalyvaujančių dizaino procese, veiklą. Šiuo metu organizacija vienija 163 narius (šaltinis: *www.lgda.lt*).

Nuo 1999 m. LGDA yra „ico-D“ (*International Council of Design*) tikrasis narys. LGDA tyrimo apklausų metu buvo įvardytas kaip viena iš alternatyvų Lietuvos dizaino biuro steigimui.

Modelis

LGDA kaip alternatyvos pasirinkimą naujam LDB steigti lėmė tai, kad šiuo metu tai yra viena didžiausių dizaino bendruomenę vienijančių asociacijų. Ši asociacija turi suformuotą komandą, aktyviai dalyvauja formuojant Lietuvos dizaino politiką, turi užmezgusi nemažai ryšių su tarptautinėmis ir kitų šalių dizaino organizacijomis, aktyviai atstovauja Lietuvos vizualinės komunikacijos dizaino sektoriui įvairiose konferencijose, parodose, konkursuose.

Asociacija vienija visos šalies grafinius dizainerius, bendradarbiauja su Lietuvoje veikiančiais verslais, mokymosi institucijomis.

Taigi, kaip galima pastebėti, LGDA jau dabar atlieka nemažai LDB būdingų veiklų, tokių kaip: atstovauja dizaino laukui nacionaliniu ir tarptautiniu lygmeniu, dalyvauja formuojant valstybinę dizaino politiką, propaguoja dizaino paslaugas, stipriai prisideda prie dizaino bendruomenės telkimo, tinklaveikos, bendradarbiavimo stiprinimo.

Tačiau turbūt viena pagrindinių problemų, su kuria susidurtų LDB, įsteigtas LGDA pagrindu, – asociacija neturi nuosavų patalpų. Taip pat gali kilti interesų konfliktas, jei bus

sprendžiami klausimai, išimtinai susiję su grafinio dizaino bendruomene. Svarbu paminėti, kad šiuo metu LGDA išsilaiko iš narių mokesčio įnašų, taip pat gauna finansavimą iš Lietuvos kultūros tarybos projektinių programų.

SSGG analizė

Stiprybės	Silpnybės
<ul style="list-style-type: none"> • Šiuo metu LGDA yra viena didžiausių dizaino bendruomenę vienijančių asociacijų Lietuvoje; • Kompetentinga komanda: LGDA valdybą sudaro aktyvūs dizaino lauko profesionalai; • Aktyvi ir visuomeniška valdybos veikla: dalyvauja formuojant Lietuvos dizaino politiką, atstovauja Lietuvos vizualinės komunikacijos / dizaino sektoriui tarptautiniuose renginiuose; • Stiprūs ryšiai su tarptautinėmis dizaino organizacijomis; • Bendradarbiauja su Lietuvoje veikiančiais verslais, mokslo ir švietimo institucijomis; • Jau dabar vykdo dalį LDB numatytų veiklų: atstovauja dizaino laukui nacionaliniu ir tarptautiniu lygmeniu, dalyvauja formuojant dizaino politiką, propaguoja dizaino paslaugas, prisideda prie dizaino bendruomenės telkimo, tinklaveikos ir bendradarbiavimo stiprinimo; • LGDA turi vieną delegatą Lietuvos dizaino taryboje; • Organizuoja dizaino konkursus (NAPA.lt). 	<ul style="list-style-type: none"> • Šiuo metu atstovauja tik vizualinio dizaino laukui; • Menka patirtis organizuojant renginius, vykdam projektus; • LGDA nedisponuoja nuosavu turtu, neturi savo biuro ar būstinės; • Pagrindinės LGDA funkcijų sietinos su asociacijos narių interesų atstovavimu; • Žmogiškųjų išteklių ir kompetencijų trūkumas prisiimant daugiau atsakomybių, administracinės praktikos stoka; • Neaiškus finansavimas, ilgalaikės perspektyvos nebuvimas.

Galimybės	Grėsmės
<ul style="list-style-type: none"> • Dizaino bendraminčių konsolidavimas ir bendro dizaino balso stiprinimas; 	<ul style="list-style-type: none"> • Galimi interesų konfliktai dėl LGDA principinio veikimo sekant asociacijos nuostatais;

- Nuoseklus ir suderintas visuomenės nuomonės formavimas ir dizaino bendruomenės savivertės kelimas;
- LGDA ir LDB veikdami išvien sudarytų gerą sinergiją ir prisidėtų prie dizaino augimo bei prestižo visuomenėje bei tarptautinėje arenoje auginimo;
- Racionalizuojant jungimąsi atsirastų galimybė optimizuoti administracinius kaštus;
- Stiprėtų dizaino sektoriaus įtaka valstybiniu mastu;
- Galimybė įgyvendinti didesnius jungtinius nacionalinio lygio, Baltijos šalių ar ES projektus ir renginius.
- Galimai neigiama kitų sričių dizainerių pozicija dėl LDB veikimo LGDA pagrindu – galimas nepritarimas, nepasitikėjimas ar prieštaravimas, o tai tik dar labiau gilintų dizaino bendruomenės susiskaldymą;
- Nepavyktų konsoliduoti visos dizaino bendruomenės jungtinėms veikloms.

⇒ IŠVADOS IR REKOMENDACIJOS

Per pastarąjį dešimtmetį Lietuvoje buvo inicijuoti ir įgyvendinti net keli dizaino politikai skirti tyrimai, galimybių studijos ir plėtros gairės, tačiau bendra Lietuvos dizaino politikos strategija nebuvo suformuota.

Apžvelgus ankstesnius bandymus ir pastangas formuoti Lietuvos dizaino politiką, išryškėjo ryškus atotrūkis tarp vizijų kūrimo ir realių veiksmų įgyvendinimo, nuoseklumo ir kryptingumo nebuvimas. Tam didelę įtaką darė ir tebedaro Lietuvos dizaino sektoriaus veiklą koordinuojančios institucijos nebuvimas. Lietuva – viena iš nedaugelio Europos šalių, vis dar neturinti tokio centro.

Tenka pripažinti, kad Lietuvoje dizainas nepelnytai yra priskiriamas vien kultūros sferai ir per menkai įvertinas sektoriaus potencialas bendrame ekonomikos ir inovacijų kontekste: dizainas vis dar nėra suvokiamas kaip kuriantis didelę pridėtinę tiek socialinę ir kultūrinę, tiek ekonominę vertę.

Tyrimo duomenys liudija, kad dizaino sektorius Lietuvoje yra tarp trijų ypač reikšmingą augimą patyrusių kūrybinių industrijų sektorių 2011–2015 m.: išaugo specializuotas dizaino veiklas vykdančių įmonių skaičius, darbuotojų skaičius jose, pelningumas. Taip pat pastebimas įvairių dizaino srities iniciatyvų ir organizacijų, asociacijų skaičiaus augimas pastaraisiais metais. Pozityvus pokytis pastebėtas švietimo srityje – dizaino disciplina integruota į technologijų pamokas visų pakopų mokyklų ugdymo veiklose.

Vienas didžiausių pasiekimų šio tyrimo vykdymo metu yra LR kultūros ir LR ekonomikos ir inovacijų ministerijų parengtas ir ministrų pasirašytas įsakymas „Dėl Lietuvos dizaino tarybos nuostatų patvirtinimo“ (2019 m. vasario 19 d. Nr. ĮV-88 / 4-100), kurio svarbiausias uždavinys yra prisidėti prie ilgalaikės tęstinės dizaino politikos formavimo.

Poreikis ir lūkesčiai

Tyrimo metu, įvertinus dabartinę lauko situaciją, buvo įvardytos pagrindinės problemos, lemiančios dizaino ekosistemos nesuderinamumą bei veiklos neefektyvumą:

1. per menkas sektoriaus atstovavimas įvairiais lygmenimis;
2. nesuderintos atskirų dizaino institucijų funkcijos;
3. skirtingų dizaino sektoriaus atstovų nesusikalbėjimas;
4. nepakankamas bendradarbiavimas ir veiksmų koordinavimas.

Atliekant anketinę apklausą ir giluminius interviu su skirtingais dizaino lauko dalyviais, didžioji jų dalis (apie 80 proc. respondentų ir ekspertų) sutiko, kad *Lietuvai reikia dizaino sektoriaus veiklą koordinuojančios institucijos*.

Tyrimo metu vykusiose strateginio dizaino dirbtuvėse įvardytas poreikis tokią instituciją *kurti kuo greičiau*.

Lietuvos dizaino biuro (LDB) vizija

Išanalizavus per empirinę tyrimą gautą informaciją, remiantis užsienio šalių praktika ir rekomendacijomis, **buvo suformuota Lietuvos dizaino sektorių koordinuojančios institucijos – Lietuvos dizaino biuro (LDB) – koncepcija:**

Lietuvos dizaino biuro (LDB) vizijoje – dizainas kaip pridėtinė vertė Lietuvos ūkiui, mokslui ir kultūrai; nacionaliniam tapatumui bei tarptautiniam įvaizdžiui.

Lietuvos dizaino biuro (LDB) tikslai:

- daryti įtaką ir formuoti šalies dizaino politiką ir strategiją;
- rūpintis teisinės ir finansinės dizaino erdvės skaidrinimu;
- propaguoti dizaino paslaugas;
- telkti dizaino bendruomenę;
- kaupti duomenis ir informaciją apie dizaino sektorių;
- teikti mokymų, konsultavimo, tyrimų ir kt. paslaugas.

Pagrindinės Lietuvos dizaino biuro (LDB) funkcijos:

- 1) dizaino lauko **atstovavimas** nacionaliniu ir tarptautiniu lygmeniu: pavienių dizainerių, įmonių, asociacijų interesų atstovavimas santykiuose su valstybės ir savivaldos institucijomis;
- 2) dalyvavimas **formuojant ir įgyvendinant dizaino politiką**;
- 3) **teisinės ir finansinės dizaino erdvės skaidrinimas**: teisinės bazės reglamentavimas ir palaikymas; įstatymų pakeitimų iniciavimas;
- 4) **dizaino paslaugų propagavimas**: dizaino reikšmės auginimas, dizaino eksporto skatinimas;
- 5) **dizaino bendruomenės telkimas**: tinklaveika, bendradarbiavimo stiprinimas;
- 6) **duomenų / informacijos** apie dizaino sektorių **kaupimas** (tyrimai, statistinė analizė, informacija apie dizainerius, dizaino veiklą, pokyčius, laimėjimus, kontaktų bazės kūrimas);
- 7) **paslaugų teikimas**: konsultavimas, tarpininkavimas, mokymo, švietimo, eksponavimo, kuravimo, viešinimo, ekspertavimo ir kt. paslaugos.

Didžiausias iššūkis ir grėsmė, su kuria susidurtų steigiama nauja institucija, būtų neužtikrintas LDB finansavimas. Tačiau tyrime pateikiamas etapinis finansinis modelis ir ekonominė analizė rodo, kad ateityje LDB socialinė ir ekonominė nauda būtų teigiama.

Išanalizuotos keturios LDB įkūrimo alternatyvos: 1) Lietuvos dizaino biuras steigiamas prie *Lietuvos dizaino forumo*; 2) Lietuvos dizaino biuras steigiamas prie Vilniaus dailės akademijos *Dizaino inovacijų centro*; 3) Lietuvos dizaino biuras steigiamas prie Taikomosios dailės ir dizaino muziejaus; 4) Lietuvos dizaino biuras steigiamas prie Lietuvos grafinio dizaino asociacijos.

Galimas ir mobilus Lietuvos dizaino biuro modelis – tam tikrais etapais migruojantis tarp visų šių ar dar kitų institucijų. Visais atvejais pabrėžiama, kad tokių projektų sėkmė priklausytų nuo konkrečių institucijų iniciatyvos, tinklaveikos ir bendradarbiavimo.

Vystymo galimybės

Žvelgiant į tolesnę (10 metų) perspektyvą ir atsižvelgiant į strategines „Kultūra 2030“ kryptis, LDB galėtų tapti dizaino srities kompetencijų centru, atsakingu už šios srities plėtojimą, tyrimus ir sklaidą, užsiimančiu srities tarptautiškumą skatinančiomis veiklomis, palaikančiu tarpinstitucinį bendradarbiavimą ir tarptautinio įvaizdžio formavimą.

⇒ EXECUTIVE SUMMARY

Lithuania is one of the few countries that does not have an official design policy or a single central institution responsible for coordinating the design sector. This creates a disadvantageous environment for the successful representation of the country's design field at the national and international levels, provokes meaningless competition and complicates the dissemination of information.

The purpose of this study is to analyze the needs and possibilities for establishing a coordinating institution for the Lithuanian design sector and create a certain model for the establishment of such an institution. Responding to these objectives, the study discusses the significance and importance of the design sector in the context of the creative and cultural industries and provides statistics about the Lithuanian design sector. The second part of the study presents a prehistory for researching the needs for a Lithuanian design sector coordinating institution, discusses the relationship between the Lithuanian state and design over recent decades, presents an updated map of the Lithuanian design ecosystem, and reviews foreign analogues.

In order to investigate the needs and possibilities to set up a coordinating institution for the Lithuanian design sector, a questionnaire was conducted and semi-structured interviews with dozens of experts in the field of design were organized, and strategic design workshops were held which included representatives and participants from design sector organizations (members of the academic community, government and business representatives, designers). The results of these empirical studies and a report on the strategic workshops are presented in the third part of the study.

On the basis of this research, the concept for a coordinating institution for the Lithuanian design sector, an assessment of the forecasted economic and social impact, and a financial model for such an institution were formed and are presented in the final part of the study.

⇒ LITERATŪROS SĄRAŠAS

1. „Europa 2020“ pavyzdinė iniciatyva „Inovacijų sąjunga“, SEC(2010) 1161.
2. Brežiant kultūros politikos kryptis, Galimybių studijos ataskaita, Vilnius, 2018. Prieiga per internetą: <http://lrkm.lrv.lt/uploads/lrkm/documents/files/KM%20Galimybiu%20studija%20GALUTINE.pdf>
3. Commission staff working document (2013). Commission staff working document Implementing an Action Plan for Design-Driven Innovation, SWD(2013) 380 final. Prieiga per internetą: <http://www.sztnh.gov.hu/hirek/kapcsolodo/CristinaFernandezRamos.pdf>
4. Creating Growth (2014). Creating Growth: measuring cultural and creative markets in the EU. 2014 m. gruodis. Prieiga per internetą: [http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/Measuring_cultural_and_creative_markets_in_the_EU/\\$FILE/Creating-Growth.pdf](http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/Measuring_cultural_and_creative_markets_in_the_EU/$FILE/Creating-Growth.pdf)
5. Culture Statistics (2016). Culture Statistics: 2016 edition. European Union, Luxembourg: Publication Office of the European Union. Prieiga per internetą: <http://ec.europa.eu/eurostat/documents/3217494/7551543/KS-04-15-737-EN-N.pdf/648072f3-63c4-47d8-905a-6fdc742b8605>
6. Culture Times (2015). Culture Times: the first global map of cultural and creative industries. 2015 m. gruodis. Prieiga per internetą: [http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/ey-cultural-times-2015/\\$FILE/ey-cultural-times-2015.pdf](http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/ey-cultural-times-2015/$FILE/ey-cultural-times-2015.pdf)
7. Design for Growth & Prosperity (2012). Design for Growth & Prosperity: report and Recommendations of the European Design Leadership Board, European Design Innovation Initiative, 2012. Prieiga per internetą: http://europeandesigninnovation.eu/wp-content/uploads/2012/09/Design_for_Growth_and_Prosperty_.pdf

8. ESSnet-CULTURE (2012). ESSnet-CULTURE: European Statistical System Network on Culture – Final Report. Prieiga per internetą: http://ec.europa.eu/assets/eac/culture/library/reports/ess-net-report_en.pdf
9. European Agenda for Culture (2012). European Agenda for Culture: work plan for culture 2011-2014. Working group of EU member states experts on cultural and creative industries, 2012. Prieiga per internetą: [http://s3platform.jrc.ec.europa.eu/documents/20182/84453/120420_CCI_Policy_Handbook_\(FINAL\).pdf/3a645b54-4d8e-4cf9-95f9-bf60658cf5b2](http://s3platform.jrc.ec.europa.eu/documents/20182/84453/120420_CCI_Policy_Handbook_(FINAL).pdf/3a645b54-4d8e-4cf9-95f9-bf60658cf5b2)
10. Eurostat Database (2018). Eurostat Database on Structural Business Statistics. Prieiga per internetą: http://ec.europa.eu/eurostat/data/database?node_code=sbs_na_1a_se_r2
11. Giedrė Rutkauskaitė, Paulius Žeimys, Galia kurti išvien: Pilotiniai pasiūlymai dizaino sprendimais grįstų inovacijų skatinimui Lietuvoje. Prieiga per internetą: <http://kurkl.lt/wp-content/uploads/2016/12/Dizaino-sprendimais-gristu-inovaciju-skatinimo-Think-Tank.pdf>
12. Gimbutaitė Monika, A. Gelūnas: XXI a. gera kolekcija muziejaus sėkmės negarantuoja. 15 min: kultūra, vizualieji menai. Prieiga per internetą: <https://www.15min.lt/kultura/naujiena/vizualieji-menai/a-gelunas-xxi-a-gera-muziejaus-kolekcija-muziejaus-sekmes-negarantuoja-929-1119580?copied>.
13. Ireland – the Design Island (2017). Ireland – the Design Island: A consultation paper towards a National Design Strategy. Design & Crafts Council Ireland, 2017. Prieiga per internetą: https://issuu.com/craftscouncilofireland/docs/national_design_strategy_issuu
14. Jankevičiūtė Giedrė, Valstybė ir dizainas, in: Daiktų istorijos. Lietuvos dizainas 1918–2018, sudaryt. Karolina Jakaitė, Giedrė Jankevičiūtė, Ernestas Parulskis, Gintautė Žemaitytė, parodos katalogas, Vilnius: LDM, 2018.
15. Kultūra 2030. Kultūros politikos kryptys, 2018. Prieiga per internetą: https://lrkm.lrv.lt/uploads/lrkm/documents/files/Kultūra%202030_projektas.pdf

16. Lietuvos dizaino sektoriaus plėtros galimybių studija (2014). Lietuvos dizaino sektoriaus plėtros galimybių studija. Vilniaus Dailės akademija: Dizaino inovacijų centras, Vilnius, 2014.
17. Lietuvos kultūros taryba (2018). Lietuvos kultūros taryba „Dėl kultūros rėmimo fondo lėšomis finansuojamų programos „Strateginis kultūros organizacijų finansavimas“ galimų pareiškėjų 2019-21 metais atrankos“, 2018 m. rugpjūčio 30 d. Nr. 1LK-43 (1.2), Vilnius. Prieiga per internetą: <https://www.ltkt.lt/files/strateginis-kulturos-organizaciju-finansavimas-atrankos-konkursas0905.pdf>
18. Lietuvos kūrybinės ir kultūrinės industrijos: integruota meno, mokslo, studijų ir verslo nacionalinės kompleksinės programos galimybių studija. Vilnius, 2008.
19. Lietuvos kūrybinių industrijų sektoriaus konkurencingumo tyrimas. Vilnius, 2014. Prieiga per internetą: http://www.ltkt.lt/userfiles/Final%20KKI%20konkurencingumo%20tyrimas_NKIKI_A.pdf
20. LR kultūros ministro įsakymas (2015). Lietuvos Respublikos kultūros ministro 2015 m. rugsėjo 11 d. įsakymas Nr. ĮV-594.
21. LR Kultūros ministro įsakymas Nr. ĮV-524 (2015). 2015 m. liepos 31 d. LR Kultūros ministro įsakymas Nr. ĮV-524 „Dėl kultūros ir kūrybinių industrijų politikos 2015-2020 metų plėtros kryptių patvirtinimo“.
22. New Engines of Growth (2012). Erin Sparks, Mary Jo Waits, New Engines of Growth: Five Roles of Arts, Culture and Design. Washington, DC: National Governors Association, Centre for Best Practices. Prieiga per internetą: www.nga.org/files/live/sites/NGA/files/pdf/1204newenginesofgrowth.pdf
23. Policy Workshop Report (2016). Lithuanian Design Policy Workshop Report. Vilnius, 2016.
24. Report on CCI contribution on Lithuanian society (2018). Report on CCI contribution on Lithuanian society / Aut. Agnė Gadeikienė, Vytautas Žirgūtis, Jūratė Tutlytė, Audronė Madžiaušienė, Monica Rossi, Arianna Vignati, Rimantas Gatautis. Kaunas, 2018.

25. Sharing Experience Europe (2014). Sharing Experience Europe: Policy Innovation Design // See Platform Bulletin Issue 11, June 2014.
26. Social Network Markets (2008). Jason Potts, Stuart Cunningham, John Hartley, Paul Ormerod, Social Network Markets: a New Definition of the Creative Industries, 2008 // Journal of Cultural Economics, Vol. 32, No. 3 (2008), pp. 167-185.
27. Statistics Lithuania (2018). Oficialiosios statistikos portalas. Prieiga per internetą: <https://osp.stat.gov.lt/>.
28. Taikomosios dailės ir dizaino muziejui – 30 metų. Delfi: kultūra. Prieiga per internetą: <https://www.delfi.lt/kultura/naujienos/taikomosios-dailes-ir-dizaino-muziejui-30-metu.d?id=76641765>.
29. The Complex Development of Lithuanian Design (2008). The Complex Development of Lithuanian Design: final report, Vilniaus Dailės akademija: Dizaino inovacijų centras, Vilnius, 2008.
30. The Design Economy 2018 (2018). The Design Economy 2018: The state of design in the UK. Prieiga per internetą: https://www.designcouncil.org.uk/sites/default/files/asset/document/Design_Economy_2018_exec_summary.pdf
31. Tyrimas dėl Autorių teisių ir gretutinių teisių industrijos indėlio į Lietuvos ekonomiką. Vilnius: VšĮ “Europos socialiniai, teisiniai ir ekonominiai projektai” (ESTEP), 2012.
32. UNESCO (2005). Convention on the Production and Promotion of the Diversity of Cultural Expressions. Prieiga per internetą: <http://unesdoc.unesco.org/images/0014/001429/142919e.pdf>
33. Vilniaus miesto kūrybinių industrijų žemėlapis. VGTU, 2010. Prieiga per internetą: <http://koperator.lt/failai/koperator.lt/Vilniaus%20kurybiniu%20industriju%20zemelapis.pdf>

⇒ ILIUSTRACIJŲ IR LENTELIŲ SĄRAŠAS

Paveikslai

1 paveikslas. Dizainas ir vizualieji menai Lietuvoje: įmonės, darbuotojai, apyvarta, pelningumas, 2011–2015 m.

2 paveikslas. Specializuotos dizaino veiklos: įmonių skaičius, 2011–2015 m. Šaltinis: Lietuvos statistikos departamentas (2018)

3 paveikslas. Specializuotos dizaino veiklos: apyvarta, 2011–2015 m. Šaltinis: Lietuvos statistikos departamentas (2018)

4 paveikslas. Specializuotos dizaino veiklos: pelningumas, 2011–2015 m. Šaltinis: Lietuvos statistikos departamentas (2018)

5 paveikslas. Specializuotos dizaino veiklos: investicijos, 2011–2015 m. Šaltinis: Lietuvos statistikos departamentas (2018)

6 paveikslas. Specializuotos dizaino veiklos: dirbančiųjų skaičius, 2011–2015 m. Šaltinis: Lietuvos statistikos departamentas (2018)

7 paveikslas. Specializuotos dizaino veiklos: dirbtų valandų skaičius, 2011–2015 m. Šaltinis: Lietuvos statistikos departamentas (2018)

8 paveikslas. Specializuotos dizaino veiklos: darbo užmokestis, 2011–2015 m. Šaltinis: Lietuvos statistikos departamentas (2018)

9 paveikslas. Dizaino ekosistemos žemėlapis schema. Šaltinis: *A Guide to Mapping Design Ecosystems*, 2016

10 paveikslas. Lietuvos dizaino ekosistemos žemėlapis

11 paveikslas. Apklausoje atstovavusios organizacijos pagal sektorius

12 paveikslas. Dizaino sektorių koordinuojančios institucijos poreikis

13 paveikslas. Respondentų nuomonė apie galimą Lietuvos dizaino centro teisinę formą

Lentelės

- 1 lentelė.** Lietuvos dizaino ekosistemos stiprybės ir silpnybės. Šaltinis: *Lithuanian Design Policy Workshop Report, 2016*
- 2 lentelė.** Informacija parengta pagal Lietuvos kultūros tarybos informaciją
- 3 lentelė.** Informacija parengta pagal Lietuvos kultūros tarybos informaciją
- 4 lentelė.** Informacija parengta pagal Švietimo informacinių technologijų centro informaciją
- 5 lentelė.** Informacija pagal Lietuvos statistikos departamento Švietimo ir kultūros statistikos skyrių
- 6 lentelė.** Informacija parengta pagal VMI infotmaciją
- 7 lentelė.** Nacionaliniai Europos dizaino centrai
- 8 lentelė.** Regioniniai Europos dizaino centrai
- 9 lentelė.** Kiek metų gyvuoja jūsų organizacija?
- 10 lentelė.** Kiek iš viso darbuotojų dirba jūsų organizacijoje?
- 11 lentelė.** Atstovaujamų organizacijų vykdomos veiklos ar veiklos sritys
- 12 lentelė.** Organizacijų veiklos regionai, proc.
- 13 lentelė.** Atstovaujamos organizacijos partnerių skaičius Lietuvoje ir užsienyje, proc.
- 14 lentelė.** Lietuvos dizaino centro galimos funkcijos
- 15 lentelė.** Ryškiausios Lietuvos dizaino sektoriaus problemos
- 16 lentelė.** Organizacijos, institucijos, kurias galėtų vienyti Lietuvos dizaino centras
- 17 lentelė.** Iššūkiai ar kliūtys, su kuriomis susidurtų Lietuvos dizaino centras
- 18 lentelė.** Kas turėtų finansuoti Lietuvos dizaino centro steigimą ir palaikymą

- 19 lentelė.** LDB poreikis ir steigimo galimybės: ekspertų nuomonė
- 20 lentelė.** Lietuvos dizaino biuro veiklos modelis
- 21 lentelė.** Poveikio komponentų skaičiavimai. Šaltinis: sudarytojas Egidijus Mikailas
- 22 lentelė.** Svarbiausi ekonominiai rodikliai. Šaltinis: sudarytojas Egidijus Mikailas
- 23 lentelė.** Projekto investicijos. Šaltinis: sudarytojas Egidijus Mikailas
- 24 lentelė.** Investicijų likutinė vertė, Eur. Šaltinis: sudarytojas Egidijus Mikailas
- 25 lentelė.** Lietuvos dizaino sektorių koordinuojančios institucijos veiklos metinių pajamų prognozė 1-ais metais. Šaltinis: sudarytojas Egidijus Mikailas
- 27 lentelė.** Veiklos išlaidų skaičiavimai. Šaltinis: sudarytojas Egidijus Mikailas
- 28 lentelė.** Darbo užmokestis 1-ais metais. Šaltinis: sudarytojas Egidijus Mikailas
- 29 lentelė.** Darbo užmokestis 2-ais ir vėlesniais metais. Šaltinis: sudarytojas Egidijus Mikailas
- 30 lentelė.** Finansinės analizės rodiklių palyginimas. Šaltinis: sudarytojas Egidijus Mikailas

⇒ **PRIEDAI**

Priedas Nr. 1 Strateginių dirbtuvių apibendrinimas. Verslo praktikos

Priedas Nr. 2. Finansinių rodiklių skaičiuoklė

Priedas Nr. 3. Lietuvos dizaino ekosistemos žemėlapis

Priedas Nr. 1. Strateginių dirbtuvių apibendrinimas. Verslo praktikos

Priedas Nr. 2. Finansinių rodiklių skaičiuoklė

Priedas Nr. 3. Lietuvos dizaino ekosistemos žemėlapis