



VYTAUTO DIDŽIOJO UNIVERSITETAS

MENŲ FAKULTETAS

TEATROLOGIJOS KATEDRA

Greta Bendikaitė

**LIETUVOS BALDŲ DIZAINAS: TARP PRAMONĖS IR KŪRYBOS
INDUSTRIJOS**

Magistro baigiamasi darbas

Kūrybinės industrijos, valstybinis kodas 621P96001

Vadovė: doc. dr. Jūratė Tutlytė

.....

(Parašas) (Data)

Apginta: Menų fakulteto dekanė doc. dr. Ina Pukelytė

.....

(Parašas) (Data)

Kaunas, 2015

TURINYS

Santrauka / 3

Summary / 4

ĮVADAS / 5

1. BALDŲ DIZAINAS KAIP KŪRYBINIŲ INDUSTRIJŲ SRITIS / 12

1.1 Baldų sektoriaus vieta kūrybinių industrijų apibrėžimuose ir modeliuose:

Lietuvos ir užsienio šalių praktika / 12

1.2 Inovacijų, kūrybiškumo ir kliento įtraukimo į baldų gamybos procesą svarba / 20

2. LIETUVOS BALDŲ DIZAINAS IR PRAMONĖ / 25

2.1 Lietuvos baldų dizaino raidos ypatumai / 25

2.2 Lietuvos baldų pramonė šiandien / 30

2.2.1 Baldų sektoriaus svarba Lietuvos ekonomikoje / 30

2.2.2 Pasaulinės ekonomikos krizės įtaka Lietuvos baldų pramonei / 34

2.2.3 Baldų sektoriaus stiprybių, silpnybių, galimybių ir grėsmių (SSGG) analizė / 40

3. TIRIAMOJI DALIS: LIETUVOS BALDŲ SEKTORIAUS TYRIMAS / 44

3.1 Atvejų analizė: baldų dizaineris, masinė ir individualių baldų gamyba / 44

3.2 Kiekybinė visuomenės apklausa / 52

IŠVADOS / 59

ŠALTINIŲ IR LITERATŪROS SĄRAŠAS / 61

PAVEIKSLĖLIŲ SĄRAŠAS / 65

PRIEDAI

Priedas Nr. 1. Pirmieji Lietuviški baldai ir amatininkai / 67

Priedas Nr. 2. XX a. žymiausi baldų kūrėjai ir organizacijos / 72

Priedas Nr. 3. Baldų sektoriaus situacija po nepriklausomybės atgavimo / 78

Priedas Nr. 4. Apklausos raštu Juozui Brundzai klausimai ir atsakymai / 80

Priedas Nr. 5. Apklausos raštu UAB „FPI Baltic“ konstruktorių padalinio vadovė-konstruktorėi Erikai Paukštei klausimai ir atsakymai / 82

Priedas Nr. 6. Apklausos raštu UAB „Diforma“, direktoriui prekybai Algimantui Aleksynui, Direktoriui gamybai Aurelijui Visagurskiui klausimai ir atsakymai / 85

Priedas Nr. 7. Kiekybinės apklausos raštu klausimai ir atsakymai / 88

SANTRAUKA

Magistro baigiamojo darbo tikslas – remiantis Lietuvos baldų sektoriaus pavyzdžiais, išsiaiškinti kūrybinio indėlio svarbą baldų kūryboje ir gamyboje. Darbe analizuojamas baldų dizainas kaip kūrybinių industrijų sritis, pagrindžiant Lietuvos ir užsienio valstybių praktikomis ir požiūriu į baldų sektorių. Siekiant išsiaiškinti baldų dizaino tradicijas ir jų įtaką dabartinei baldų pramonės situacijai Lietuvoje, apžvelgiami baldų gamybos raidos ypatumai. Norint geriau suvokti baldų pramonės svarbą ir vietą Lietuvos ekonomikoje, pasirinkta atlikti ekonominę baldų sektoriaus analizę. Tyrimo metu atlikta trijų skirtingų baldų gamintojų atvejų analizė ir kiekybinė visuomenės apklausa.

Literatūros šaltinių analizės metu atskleista, kad kūrybiškumo naudojimas, inovacijų diegimas ir gebėjimas įtraukti klientą į baldų projektavimo procesą yra svarbūs baldų gamybos aspektai, padedantys konkuruoti su kitais gamintojais. Atlikus baldų gamintojų ir kūrėjų atvejų analizę paaiškėjo, kad dauguma Lietuvos baldų įmonių pasižymi gan ribotu požiūriu į kūrybiškumą. Įvairiapusiškesnis požiūris ir didesnis kūrybinis potencialas būdingas jaunajai menininkų kartai. Remiantis visuomenės apklausos rezultatais, daroma prielaida, jog baldų gamintojams reikėtų skirti didesnę dėmesį baldų dizainui, funkcionalumui ir kokybei.

Raktiniai žodžiai: baldų pramonė, dizainas, kūrybiškumas, kūrybinės industrijos.

SUMMARY

The aim of the master's thesis is to find out the importance of contribution of creative furniture design and manufacturing on the basis of Lithuanian furniture industry examples. The paper analyzes the furniture design as the creative industries area, by using Lithuanian and other foreign practices and attitudes in the furniture sector. In order to clarify the furniture design traditions and their impact on the current furniture industry situation in Lithuania, an overview of the evolution of furniture from the sixteenth century to this day is conducted. To better understand the importance of the furniture industry and its size in the Lithuanian economy, economic analysis of the furniture sector is also executed. Three different furniture manufacturers are analyzed, including quantitative public survey too.

Literature analysis revealed that the use of creativity, innovation and the ability to incorporate the customer into furniture design process are important furniture production aspects, which help to compete with other manufacturers. After analyzing the furniture manufacturers and developers, the findings suggest that Lithuanian furniture companies are dominated by a relatively narrow approach of creativity. However, the young generation of designers has a broader view and has more of creative potential. Finally, according to the results of public survey polls, furniture manufacturers should pay more attention to furniture design, functionality and quality.

Keywords: furniture industry, design, creativity, creative industries.

IVADAS

Baldai žmogaus gyvenime – vienas svarbiausių atributų, užtikrinančių kasdienio gyvenimo kokybę. Jais naudojames visur: darbo aplinkoje, mokymo įstaigose, bibliotekose, ilsintis namuose, gaminant valgyti, linksminantis pramogų erdvėse, vykstant viešuoju transportu ar apsipirkinėjant. Baldų patogumas, funkcionalumas ir ergonomiškumas tiesiogiai įtakoja žmogaus komforto pojūtį, nuotaiką ir savijautą. Pavyzdžiui, nekomfortiškas čiužinys neleidžia gerai išsimiegoti, nepatogiai įrengta darbo vieta gali tapti įvairių raumenų, sąnarių ar stuburo skausmų priežastimi, o nemėgstamos ir nesuderintos baldų spalvos gali kelti nuolatinį susierzinimą ir nepasitenkinimą.

Tarpusavyje suderintos baldų spalvos, formos, dydžiai suteikia kambariui jaukumo, grožio, o jų funkcionalumas byloja apie baldų savininko grožio suvokimą. Tačiau baldų įsigyjimą lemia ne tik pirkėjo norai, estetiški skonis ir poreikiai, bet ir gaunamos pajamos, gyvenamosios vietos erdvių dydis ar pagaminimo terminai.

Siekiant patenkinti individualius pirkėjų poreikius ir atitikti jų turimas skirtingas finansines galimybes, atsiranda baldų diferenciacija ir pasiūlos įvairovė. Baldų sektorių galima apibūdinti, kaip daugialypį. Baldai gali būti istorinę vertę turintys mediniai liaudies, įvairioms meno epochoms ir stiliams priklausantys antikvariniai, serijiniai masinės gamybos ar individualiai pagal užsakovo reikalavimus suprojektuoti bei garsių dizainerių sukurti baldai prilygstantys meno kūriniams. Paskutiniuoju metu ypač populiarėja transformuojami, ekologiški ir iš antrinio panaudojimo medžiagų pagaminti baldai.

Didėjant baldų pasiūlai ir įvairovei, konkurencija rinkoje taip pat didėja, tad gamintojai siekia pateisinti kuo daugiau vartotojų lūkesčius. Vieni stengiasi sumažinti gaminių kainas, optimizuodami gamybos procesus ir žaliavų panaudojimą, kiti didžiausias pastangas deda kurdami išskirtinį baldo dizainą, tretieji orientuojasi į kokybės užtikrinimą ir skirtingų klientų poreikių patenkinimą. Baldų dizaineriai vis plačiau išnaudoja kūrybinį potencialą, tad vystosi baldų dizaino inovatyvumo tendencijos.

Analizuojant baldų poreikio pokyčius, svarbu apžvelgti baldų gamybos tradicijas, istorinę patirtį ir susiklosčiusią ekonominę situaciją. Pirmieji baldai, nors ir standartizuotų modelių, buvo gaminami tik pagal užsakymus. Sovietmečiu itin paklausūs tapo serijinės gamybos baldai, kuriuos įsigyti buvo sudėtinga dėl milžiniškos paklausos ir ganėtinai mažos pasiūlos. Nepriklausomybės laikotarpiu išpopuliarėjo pagal individualius užsakymus gaminti baldai – jų autentiškumas tapo savininko asmenybės unikalumo išraiška. Šiandien Lietuvoje didžioji baldų dalis gaminama serijiniu būdu. Toks gamybos būdas reikalauja nedidelių gamybos kaštų, užtikrina žemesnę produkto kainą ir leidžia gamintojui sėkmingai konkuruoti

su kitomis baldus gaminančiomis įmonėmis. Daugiausiai orientuojantis į baldų gamybos kaštų mažinimą, mažiau pastangų dedama baldų kokybės (ilgaamžiškumo, patogumo) ir išskirtinio dizaino užtikrinimui. Dėl to tampa nebeaišku, kuriai industrijai reikėtų priskirti baldų sektorių.

Pavyzdžiui, Austrijoje taikomas kūrybinių industrijų modelis išskiria 6 sektorius, o baldų dizainas įvardijamas ir priskiriamas prie vaizduojamųjų menų. Vadovaujantis tokiu požiūriu, baldų pramonę derėtų priskirti kūrybinėms industrijoms, kadangi baldų dizaineriai daug dėmesio skiria baldų dizainui, estetikai, funkcionalumui užtikrinti. Dizainerių talentas, kūrybinis potencialas, šiuolaikinių baldų gamybos medžiagų išmanymas ir gebėjimas jas panaudoti lemia jų sukurtų baldų populiarumą bei sėkmę. Švedijoje, Didžiojoje Britanijoje ir daugelyje valstybių pritaikiusių pastarąjį modelį savo ekonomikoje, baldų pramonė nėra išskiriama kaip kūrybinių industrijų sritis, bet priskiriama prie pramoninių industrijų, kadangi baldų gamybos procesas yra standartizuotas, baldų dizainas mažiau aktualus.

Nepaisant kai kurių šalių patirties, pramoninis dizainas, kuriam būtų galima priskirti ir baldų dizainą, užima vis svarbesnę vietą šiuolaikinėje pramonėje, kadangi gebėjimas kurti unikalius produktus jų gamintojams suteikia konkurencinį pranašumą. Kūrybiškumo indėlis baldų gamybos ir kūrybos sektoriuje yra būtent tas aspektas, kuris skatina tokį nuomonių išsiskyrimą. Todėl tyrimo **problema** galima formuluoti kaip klausimą – koks svarbus yra kūrybinis indėlis baldų gamybos ir dizaino kūrimo procese?

Tyrimo objektas – Lietuvos baldų pramonė kaip kūrybinių industrijų sektorius.

Kūrybiškumas gali būti pasitelkiamas įvairiuose baldo kūrimo ir gamybos etapuose: tiek nustatant vartotojų skonį, poreikius, analizuojant konkretaus tipo baldų paklausą (organizuojant įdomias apklausas), tiek ir kuriant tinkamą produkto dizainą. Kūrybiškumas baldų dizaino kūrimo etape yra vienas svarbiausių faktorių, kadangi didžiąja dalimi lemia kliento apsisprendimą įsigyti baldą. Kūrybiškumas reikalingas ir gamybos procesuose: apsisprendžiant dėl baldų konstrukcijos, optimizuojant medžiagų panaudojimą ir darbo jėgos paskirstymą baldų gamybos metu. Reklaminė produkto kampanija ir pardavimo procesas taip pat turi būti vykdomi kūrybiškai bei unikalčiai, nes, esant didelei konkurencijai rinkoje, vartotoją galima sudominti tik išskirtiniais, savitais baldų pasiūlos metodais. Kūrybiškumas reikalingas ir bendradarbiaujant su kitomis baldų gamybos įmonėmis, ar kuriant klasterius.

Tyrimo tikslas – išsiaiškinti kūrybinio indėlio svarbą baldų kūrybos ir gamybos procese, remiantis Lietuvos baldų sektoriaus pavyzdžiais.

Tyrimo uždaviniai:

- Remiantis kitų valstybių patirtimi ir požiūriu į baldų sektorių, išanalizuoti baldų dizaino kaip kūrybinių industrijų srities problematiką.

- Apžvelgti baldų dizaino raidą Lietuvoje nuo pirmųjų lietuviškų baldų gamybos etapų iki dabar;
- Išanalizuoti Lietuvos baldų pramonės ekonominę situaciją šiuo metu;
- Išskirti stipriąsias ir silpnąsias baldų pramonės puses, išanalizuoti iš to kylančias grėsmes bei įžvelgti galimybes;
- Atliekant atvejų analizę, išsiaiškinti baldų sektoriaus atstovų darbo specifiką ir kūrybiškumo indėlį jų darbe;
- Išsiaiškinti visuomenės požiūrį į dabartinę baldų sektoriaus situaciją Lietuvoje; atskleisti, kam vartotojas skiria didžiausią dėmesį rinkdamasis baldus; vykdyti kiekybinę apklausą.

Tyrimo metodika. Tariantis su darbo vadove doc. dr. Jūrate Tutlyte, baldų sektoriaus analizei atlikti pasirinktas analitinis aprašomasis metodas, analizuojama mokslinė literatūra, straipsniai, Lietuvos Respublikos įstatymai, gilinamasi į baldų pramonės struktūrą ir dabartinės susiklosčiusios situacijos priežastis. Istorinis metodas taikomas analizuojant baldų dizaino raidą. Lyginamasis metodas pasitelktas siekiant palyginti Lietuvos ir kitų valstybių požiūrį į kūrybines industrijas, baldų sektoriaus vietą jose. Tyrimo metu taikyti kiekybės ir kokybinės apklausos metodai. Siekiant išsiaiškinti visuomenės požiūrį ir kūrybiškumo svarbą baldų kūrybos ir gamybos procesuose, atlikta kiekybinė apklausa. Apklausa buvo išplatinta internetu, per 3 savaites į jos klausimus atsakė 106 asmenys. Gauti duomenys apdoroti ir susisteminti.

Kokybinės apklausos metu buvo apklausti 4 ekspertai: dizaineris, VDA dizaino katedros vedėjas Juozas Brundza, UAB „Diforma“ direktorius prekybai Aurelijus Visagurskis, prekybos direktorius Algimantas Aleksynas ir masinės baldų gamybos įmonės „FPI Baltic“ konstruktorių padalinio vadovė-konstruktorė Erika Paukštė. Pasirinkti respondentai tiesiogiai dalyvauja baldų kūrybos ir gamybos procesuose ir atstovauja skirtingas šio sektoriaus sritis.

Iš pradžių buvo planuota apklausti kitą respondentę – įdomias autorines kėdes kuriančią dizainerę Indrą Marcinkevičienę, tačiau ji atsisakė atsakinėti į klausimus, nes save traktuoja ne profesionalia dizainerė, bet dizainerė mėgėja. I. Marcinkevičienė pasiūlė kreiptis į dizainerį, VDA dizaino katedros vedėją Juozą Brundzą, kuris mielai sutiko atsakyti į pateiktus klausimus. Su individualius baldus gaminančia įmone buvo paprasčiau, nors pradžioje taip pat buvo planuota apklausti vieną iš individualia veikla užsiimančių baldininkų, tačiau pastarasis labai nenorėjo atskleisti savo darbo niuansų. Tad teko kreiptis į vidutinio dydžio įmonę, kuri užsiima tiek individualių baldų gamyba, tiek ir teikia kitas su baldais susijusias paslaugas – tai UAB „Diforma“ (autorės darbovietė). Į klausimus atsakinėję net keli

jos vadovai – direktorius gamybai Aurelijus Visagurskis, prekybos direktorius Algimantas Aleksynas – pasakojo apie savo darbo srities ypatybes. Taip pat buvo planuota apklausti ir UAB "Termopalas" įmonės atstovus, kaip plačią su baldų gamyba susijusių paslaugų gamą teikiančią įmonę, tačiau dėl įtemto pasiruošimo dizaino parodai, jos atstovai nesurado laiko pasikalbėti. Dėl šios priežasties pasirinkta įmonė masine baldų gamyba užsiimanti įmonė – „FPI Baltic“. Ji gamina brangius viešbučiams, laivams skirtus baldus. Atliktų atvejų analizė, respondentų nuomonė ir išsakytos mintys pasitelktos tyrimo medžiagai argumentuoti ir pagrįsti, išvadoms formuoti. Išvados formuotos taip pat remiantis šio darbo autorės asmenine patirtimi ir įžvalgomis.

Darbo struktūra. Darbą sudaro keturios dalys: įvadas, teorinė dalis, tiriamoji dalis ir išvados.

Įvade paaiškinami darbo temos pasirinkimo motyvai, pagrindžiamas jos naujumas ir aktualumas, nustatoma darbo problematika, įvardinamas darbo objektas, tikslas ir uždaviniai. Apžvelgiama darbui naudota literatūra, tyrimo metodai. Išskiriamos svarbiausios sąvokos ir terminai.

Teorinė dalis darbe suskirstyta į tris smulkesnes dalis. Pirmojoje darbo dalyje, vadovaujantis Lietuvos ir užsienio šalių pavyzdžiais, baldų dizainas analizuojamas kaip kūrybinių industrijų dalis: aptariama inovatyvaus požiūrio, kūrybiškumo ir kliento įtraukimo į baldų gamybos procesą svarba.

Antroje dalyje gilinamasi į baldų dizaino raidos ypatumus, svarstoma, kaip baldų dizainas visuomenėje yra vertinamas šiomis dienomis. Siekiant neapkrauti teksto detaliais faktais išsami istorinės raidos analizė pateikiama prieduose. Apžvelgiami ekonominiai baldų pramonės niuansai, svarstoma, kokia šio sektoriaus reikšmė Lietuvos ekonomikos mastu, kokią įtaką baldų pramonei darė pasaulinė ekonominė krizė.

Tiriamojame dalyje atlikta ekspertų apklausa raštu ir kiekybinė visuomenės apklausa. Gauti rezultatai susisteminti ir pateikti tekste.

Temos naujumas. Tiek kūrybinės industrijos, tiek ir baldų pramonė kaip atskiri sektoriai yra nemažai nagrinėti lietuviškoje literatūroje. Tačiau jos nagrinėjamos kaip atskiros sritys, neieškoma šių sektorių tarpusavio sąsajų. Lietuvos baldų sektorius dažniausiai analizuojamas iš ekonominių, rinkos konkurencijos perspektyvų. Analizuojant kūrybines industrijas, dažniausiai gvildenami medijų, renginių, žiniasklaidos, kūrybinės temos, o baldų sektorius paliekamas nuošalyje.

Užsienio literatūroje randama straipsnių, kuriuose baldų dizainas analizuojamas kaip kūrybinių industrijų sritis, prilyginama muzikos ir kitiems kūrybiniams sektoriams. Tai yra baldų srities kaip kūrybinių industrijų analizės pavyzdžiai.

Darbo aktualumas. Darbas aktualus bandymu išsiaiškinti, kokioms industrijoms derėtų priskirti baldų sektorių ar atskiras baldų gamybos proceso dalis. Tyrimo autorei ši tema yra aktuali ir įdomi, nes ji pati dirba baldų srityje kūrybinį darbą.

Literatūros apžvalga. Apie Lietuvos baldų pramonės priskyrimą kūrybinėms industrijoms straipsnių ar kitų darbų neaptikta. Kai kuriuose literatūros šaltiniuose rasti tik pavieniai teiginiai apie kūrybines industrijas. Apie šį sektorių daug straipsnių yra parašęs profesorius G. Mažeikis. Atskirų regionų kūrybinių industrijų padėtis analizuojama kūrybinių industrijų Vilniaus, Alytaus ir Utenos apskričių žemėlapiuose, Kauno regiono Kūrybinių industrijų plėtros veiksmų plane.

Norint darbe pateikti tikslias kūrybinių industrijų, pramoninio dizaino kūrybiškumo sąvokas, analizuoti Lietuvos Respublikos įsakymai, teisės aktai, kultūrinių ir kūrybinių industrijų 2014-2020 metų plėtros strategijos dokumentas, internetiniai tinklalapiai, nagrinėjantys šią temą. Statistiniams duomenims ir įstatyminės bazės analizei atlikti remtasi Lietuvos statistikos departamento prie Lietuvos Respublikos Vyriausybės bei Lietuvos medienos asociacijos duomenimis ir atitinkamais Lietuvos Respublikos įstatymais.

Informacijos apie užsienio kūrybinių industrijų situaciją galima rasti įvairiuose konkrečių valstybių internetiniuose puslapiuose ir oficialiuose dokumentuose, taip pat kūrybinių industrijų sektoriaus aprašymuose. Darbe pasitelktas R. Maskelio straipsnis, kuriame nagrinėjama Didžiosios Britanijos, Švedijos ir Austrijos kūrybinių industrijų tyrimų medžiaga, padedanti geriau suvokti ir Lietuvos kūrybinių industrijų būklę, raidos ypatumus. Taip pat remtasi Braun E., Lavanga M. atliktu tyrimu ir pateiktais rezultatais. Estijos Latvijos ir Lietuvos situacijai atskleisti naudotasi News & Politics Kūrybinių industrijų analize „Introduction to the Creative Industries in Estonia, Latvia and Lithuania.“ Nagrinėjant Lenkijos požiūrį vadovautasi Mackiewicz M., Michorowska B., Śliwka A. ir Szultka S. kūrybinių industrijų tyrimais. Vertinant Lietuvos padėtį Kūrybinių industrijų klausimu, be jau minėtos literatūros dar naudotasi UAB „Bankinių konsultacijų“ atlikta galimybių studija.

Kalbant apie kūrybines industrijas ir baldų pramonės klasterizacijos tendencijas ir potencialą, remtasi P. Maskell ir M. Lorenzen (2004) straipsniu. Aptariant klientų įtraukimo į baldų projektavimo proceso svarbą, vadovautasi R. Tijūnaitės, J. Šidlauskienės ir E. Petukienės (2009) straipsniu. Darbe taip pat naudotasi R. Strazdo straipsniu, kuriame jis analizuoja produkto inovacijų kūrimo svarbą kūrybinių industrijų įmonėse, pateikia praktinių pavyzdžių iš baldų pramonės sferos. Nemažai faktinių duomenų apie geriausio dizaino prizą ir laimėjusius asmenis pateikiama dizaino forumo asociacijos svetainėje. Darbe naudotasi dizaino savaitės ir konkurso „Geras dizainas“ nuostatais ir kita teikiama informacija. Gerą produkto dizainą, kaip stiprų konkurencinį faktorių pristato VDA magistrantė J. Juosepaitytė-

Bitinienė. Ji teigia, kad dizainas tampa vienu pagrindinių konkurencingumą rinkoje lemiančių veiksnių.

Analizuojant baldų dizaino raidą, buvo svarbu susipažinti su pirmaisiais lietuvių liaudies baldais ir jų įvairove. Šios informacijos ieškota LTSR istorijos ir etnografijos muziejaus fondų kataloguose. Apie baldų spalvinius sprendimus rašė A. Keturka (1987), E. Usačiovaitė (1998) aptarė baldų gamyboje naudotus ornamentus, taikomosios dailės specifiką. Šiais klausimais nemažai rašė ir T. Adomonis (1965). Valstiečių baldų specifika sudarytame kataloge aptarė Bernotienė S., Budrytė Z. Identifikuojant svarbiausias šios srities asmenybes, naudotasi D. Mukienės sudaryta ir Lietuvos Taikomosios dekoratyvinės dailės tinklalapyje pateikta J. Prapuolenio biografija. Bei tame pačiame tinklalapyje pateikta Šatavičiūtės-Natalevičienės L. straipsniu. Apibūdinant kitus aktyvius 1900–1940 metų laikotarpio baldų kūrėjus, naudotasi A. Dičkalnytės magistro darbu (2012). Apie kitą svarbų baldų dizaino centrą – BPKB (Baldų projektavimo konstravimo biuras) – ir jo veiklą 2013 m. sudarytoje knygoje rašė V. Beiga, V. Grulaitienė ir E. Gūzas. Šia knyga darbe vadovautasi aprašant BPKB veiklą, jo vystymosi etapus, aptariant, su kokiomis problemomis teko susidurti šio biuro projektuotojų komandai.

Dabartinei ekonominei Lietuvos baldų pramonės situacijai ir jos pokyčiams aptarti pasitelkta P. Stankevičiaus knyga „Lietuvos pramonės transformacijos ir jų socialinės – ekonominės pasekmės“ (2009). Baldų pramonės situacijai ekonominės krizės metu aptarti vadovautasi J. Čepinskio, E. Bendoraitienės (2012) straipsniu, taip pat Valentinavičiaus E. komentarais.

Apie konkurencingumą Lietuvos baldų pramonėje savo baigiamuosiuose magistro darbuose kalba A. E. Ginkus ir R. Budrys. Kauno apskrities baldų įmonių produkcijos paskirstymo kanalus savo magistriniame darbe analizuoja S. Sadauskaitė (2006). Išanalizavus visų šių autorių pateikiamą medžiagą, padarytos išvados pasitelkiamos SSGG analizės lentelės sudarymui ir pagrindimui.

Atliekant kokybinį tyrimą ir atvejų analizę, vadovautasi ne tik atsakymais į raštu pateiktus klausimus, bet ir interviu metu gautais duomenimis, taip pat įmonių internetiniuose puslapiuose (www.diforma.eu, www.ltdstudio.lt, ir kt.) pateikiama informacija. Naudotasi literatūra, straipsniais apie minėtas įmones ir asmenis: pavyzdžiui, K. Noreikienė straipsnyje „Gyvenimo scenografas“ (2010) rašė apie J. Brundzos veiklą, o svetainėje www.baldai.com galima rasti UAB „FPI Baltic“ veiklos tikslų, požiūrį į klientą aprašymus.

Svarbiausios sąvokos:

Baldų dizainas – kūrybinių industrijų sritis (veikla).

Baldų pramonė – kūrybinių industrijų sektorius, kuriame menas naudojamas kurti gaminio pridėtinę vertę.

Kūrybinės industrijos (toliau KI) – tai tokios veiklos, kurių pagrindas yra individo kūrybiškumas, gebėjimai bei talentas ir kurios gali kurti materialią gerovę bei darbo vietas, kurdamos intelektualinę nuosavybę.¹

Kūrybinis darbuotojas – mokslininkas, inžinierius, universiteto profesorius, poetas ar rašytojas, menininkas, pramogų pasaulio atstovas, aktorius, dizaineris, architektas, taip pat šiuolaikinės visuomenės profesijų atstovas, susijęs su „mąstymo lyderyste“.²

Kūrybiškumas – tai indėlis, įdėtos pastangos kuriant galutinį veiklos rezultatą, produktą.

Pramoninis dizainas – viso gaminio ar jo dalies vaizdas, sudarytas iš gaminio ir (arba) jo ornamentikos specifinių savybių – linijų, kontūrų, spalvų, formos, tekstūros ir (arba) medžiagos.³

¹ Antanavičiūtė R. Gelūnas A ir kt. *Lietuvos Kūrybinės ir kultūrinės industrijos. Integruoto meno, mokslo, studijų ir verslo nacionalinės kompleksinės programos galimybių studija*. Vilnius. 2008, p. 4

² Makselis R. Lietuvos kultūros įstaigų valdymas kūrybinių industrijų plėtojimo pagrindų. *Šiuolaikinis kultūros įstaigų administravimas ir valdymas*. Vilnius. 2007, p. 99

³ LR Seimas. 2002. *Lietuvos Respublikos dizaino įstatymas*. Teisės aktų registro svetainė (žiūrėta: 2015 03 24), Prieiga internetu: <https://www.e-tar.lt/portal/lt/index>

1. BALDŲ DIZAINAS KAIP KŪRYBINIŲ INDUSTRIJŲ SRITIS

1.1. Baldų sektoriaus vieta kūrybinių industrijų apibrėžimuose ir modeliuose. Lietuvos ir užsienio šalių praktika

Kūrybinių industrijų pirmtakėmis laikomos kultūrinės industrijos. Šios dvi sąvokos dažnai tapatinamos, tačiau jas derėtų atskirti ir apibrėžti. Pasak Makselio, kultūrinėmis industrijomis vadinami labiau tradiciniai kultūriniai sektoriai, pastebimi jau XX a. viduryje. Ši industrija pritaikyta masinės reprodukcijos veikloms, o gaunamus rezultatus dažnai saugo autorių teisių apsaugos sistemos. *„Kūrybinėmis industrijomis laikomas XX a. pabaigoje atsiradęs kultūros ir ekonomikos sintezės rezultatas, apimantis itin plačią įvairiausių kultūros ir ekonomikos sričių bei skirtingo tipo organizacijų, įmonių ir įstaigų veiklą.“*⁴ Tokios veiklos rezultatus gali saugoti autorių teisių apsaugos sistemos arba jie gali būti susiję ir su kitomis intelektinės nuosavybės formomis, kaip, pavyzdžiui, prekių ženklai. Kūrybiškumas, intelektinė veikla ir žmogiškasis kapitalas yra esminiai kūrybinių industrijų varomieji bruožai, skatinantys tobulėjimą bei veikiantys socialinį ir ekonominį klimatą.⁵

*„Kūrybinės industrijos remiasi individo kūrybine raiška.“*⁶ Makselis kalba apie Ričardo Floridos „kūrybinį darbuotoją“ bei jo svarbą nauja linkme besivystančioje ekonomikoje. Naujai atsirandanti kūrybinė klasė skatina ir kūrybinę ekonomiką, pagrįstą inovacijomis, mokslu, naujausiomis technologijomis, dizainu, laisvalaikio industrijomis. Tačiau įvairios šalys kūrybines industrijas suvokia ir interpretuoja skirtingai. 2007 metais Erik Braun ir Mariangela Lavanga atliko tyrimą, kurio metu lygino dalies Europos, Azijos ir Amerikos valstybių kūrybines industrijas skatinančių kultūros politikos priemonių analizę. 1 pav. pateikiami apibendrinti duomenys⁷.

⁴ Makselis R., op.cit., p. 94–95

⁵ Bankinės konsultacijos UAB (n.d.). *Kūrybinių ir kultūrinių industrijų NKP projektų galimybės paskatinti ekonomiką. Galimybių studija*. Nacionalinė kūrybinių ir kultūrinių industrijų asociacija internetinė svetainė (žiūrėta: 2015 03 24) Internetinė prieiga: <http://www.kikas.lt/> p.3

⁶ Makselis R., op.cit., p. 96

⁷ Braun E., Lavanga M. *An International Comparative Quick Scan of National Policies for Creative Industries*. European Institute for Comparative Urban Research (EURICUR). Erasmus University Rotterdam, 2007, p. 8

1 pav. Kūrybinių industrijų sektoriai

Sektorius	Kūryba	Materialioji gamyba	Platinimas ir mažmeninė prekyba
Menai	Vizualieji menai ir fotografija	Vizualiojo meno kūriniai ir fotografija	Muziejai ir parodų erdvės, parodos, meno aukcionai, meno bibliotekos, meno galerijos
	Scenos menai: muzika, šokis, teatras	Scenos menų produkcija: muzika, šokiai, spektakliai, CD ir DVD plokštelės	Teatrų ir koncertų salės, CD ir DVD parduotuvės ir kitos platinimo vietos
	Laisvalaikio ir pramogų centrai, kultūros renginių organizavimas	Laisvalaikio ir pramogų centrai	Laisvalaikio ir pramogų centrai, kultūriniai renginiai
Žiniasklaida ir pramogų industrija	Kinas: scenarijai, scenarijų ruošimas ir kita pasiruošimo gamybai veikla	Kino produktų gamyba ir su tuo susijusi veikla	Kino teatrai, video nuomos ir pardavimo punktai
	Radio ir televizijos scenarijai, scenarijų ruošimas ir kita pasiruošimo gamybai veikla	Radio ir televizijos laidos	Radio ir televizijos laidas transliuojančios kompanijos
	Literatūra: proza, poezija, negrožinė literatūra	Spaustuvės ir knygų leidyklos	Viešosios bibliotekos, knygynai
	Žurnalistika	Dienraščių leidyklos ir spaustuvės	Viešosios bibliotekos, knygynai, spaudos kioskai, parduotuvės platinančios žurnalus, knygas ir laikraščius
Kūrybinio verslo paslaugos	Pramoninis dizainas, mados dizainas, grafinis dizainas	Baldų , drabužių, akinių rėmelių, mašinų ir kt. gamyba	Prekyba drabužiais, baldais, automobiliais, akiniais ir pan.
	Kūrybinių IT naudojimas: kompiuteriniai žaidimai, naujoji komunikacija	Kompiuteriniai žaidimai, naujosios komunikacijos medija	Prekyba kompiuteriais ir programine įranga
	Architektūra, urbanistinės plėtros dizainas, kraštovaizdžio architektūra	Viešų, privačių, komercinių ir industrinių pastatų projektavimas	Projektų vystymas, prekyba nekilnojamojo turtu
	Reklama	Spauda	Kitos reklamos paslaugos

Šaltinis: Braun, Erik; Lavanga, Mariangela. *An International Comparative Quick Scan of National Policies for Creative Industries*. European Institute for Comparative Urban Research (EURICUR), Erasmus University Rotterdam, 2007.

KI sektorių lentelėje tamsiausia violetine spalva pažymėti laukeliai yra griežtai apibrėžtos kūrybinės sritys. Šviesesne spalva pažymėtos ne taip griežtai apibrėžtos kūrybinės

sritys, susijusios su kūryba, materialiąja gamyba, platinimu ir mažmenine prekyba, o šviesiausia spalva žymi ne kūrybinėms priskiriamas sritis.

Kaip atskleidžia daugelio šalių pavyzdžių analizė, baldų gamyba ir prekyba nepriskiriama prie kūrybinių industrijų. Tačiau pramoninis dizainas, kuris yra pradinis baldo kūrybos ir projektavimo etapas, priskiriamas prie griežtai apibrėžtų KI sričių.

Įdomu panagrinėti atskirų valstybių požiūrį į baldų sektorių ir baldų dizainą bei pasvarstyti, kurioje konkrečios valstybės taikomo kūrybinių industrijų modelio vietoje jis galėtų atsirasti.

KI pradininke yra laikoma Didžioji Britanija. Apie kūrybinių industrijų politiką pirmoji prakalbo Tony Bleir vadovaujama vyriausybė, 1997 m. įkūrusi kultūros, sporto ir žiniasklaidos departamentą (Department of Culture, Media and Sport – DCMS), turėjusį paruošti kūrybinių industrijų ekonomikos priemonių planą. Pateiktas modelis pavadintas DCMS, pagal jį skiriama 13 kūrybinių industrijų veiklos rūšių:⁸

- Reklama;
- Architektūra;
- Meno ir antikvaro rinka;
- **Dizainas;**
- Mados dizainas;
- Kinas ir videomenas;
- Muzika;
- Scenos menas;
- Leidyba;
- Programinė įranga, elektroninės paslaugos;
- Interaktyvi laisvalaikio programinė įranga, kompiuteriniai žaidimai;
- Radijas ir televizija;
- Amatai.

Šis modelis ir 1998–2001 m. paruošti „Kūrybinių industrijų žemėlapiai“ paskatino daugelį valstybių sekti Didžiosios Britanijos pavyzdžiu, jos sukurtą modelį pritaikyti savo valstybių ekonominei situacijai, o kūrybinių industrijų plėtrą padaryti prioritetine sfera. Kaip matyti iš pateiktų pavadinimų, KI sektoriai įvardinti gan abstrakčiai. Baldų dizainas čia nėra konkrečiai įvardintas kaip atskiras sektorius, tačiau jį galima priskirti prie dizaino srities.

⁸ Sage publications. *Origins or Creative Industries Policy*. (žiūrėta: 2015 02 24). Internetinė prieiga: http://www.sagepub.com/upm-data/42872_Flew.pdf 2011, p. 10

Švedijoje kūrybinių industrijų atitikmeniu laikoma sąvoka *patirties industrija* (angl. Experience Industry), kurią 2004 m. pavartojo Tobias Nielsen. Šios industrijos „*siekia ne vien patenkinti elementarius vartotojo poreikius, bet ir atsižvelgti į žmonių norus, svajones, jų jausmus.*“⁹ Pagal Švedijos patirties industrijų modelį išskiriama 13 kūrybinių veiklų:¹⁰

- Turizmas;
- Mada;
- Žiniasklaida;
- Reklama;
- Kulinarija;
- Kinas ir fotografija;
- Literatūra;
- Su patirties industrija susijęs švietimas;
- Muzika;
- **Dizainas;**
- Architektūra;
- Scenos menai;
- Vaizduojamieji menai.

Švedijos patirties industrijos modelio sritys skiriasi nuo Didžiosios Britanijos modelio. Jame atsiranda kulinarijos ir turizmo sferos, tačiau neįtraukiama programinės įrangos, meno ir antikvaro rinka. Kita vertus, abiejų modelių sritys turi ir panašumų: kaip ir DCMS modelyje, Švedijos baldų sektorius atskirai neišskiriamas, tad baldų dizainą būtų galima priskirti prie dizaino industrijos.

Makselis aptaria ir Austrijos KI modelį. Šios šalies kūrybinių industrijų žemėlapiai sudaryti 2003 ir 2006 m. Juose pateiktas trijų sektorių modelis: privatus, pelno nesiekiantis ir viešasis.

Austrijos kūrybines industrijas sudaro 6 sektoriai su savo subsektoriais¹¹:

- Kultūros paveldas (rekonstrukcijos planavimas, restauravimas, paminklų konservavimas);
- Scenos menai (muzikos instrumentų gamyba, autoriai, dainininkai, aktoriai);
- Audiovizualinis menas (gamyba, kino teatrai, pramoginės įrangos gamyba);

⁹ Makselis R., op.cit., p. 106

¹⁰ Ibid, p. 106–107

¹¹ Ibid, p.108–109

- Vaizduojamieji menai (fotostudijos, reklamos, tekstilės, juvelyrikos, **baldų dizainas**, architektūra);
- Knygos ir spauda (leidyba, knygų įrišimas, žurnalistika).
- Tarpsektorinė veikla (mokymai, meno vadyba, šokio mokyklos).

Austrija kūrybinių industrijų sektorių ne tik laiko prioritetiniu, bet ir stengiasi sudaryti kuo palankesnes klasterizacijos sąlygas kūrybiniams verslams, bendradarbiaujant su kitais ūkio sektoriais. Tokius klasterius siekiama padaryti ilgalaikiais, o ne terminuotais, pavyzdžiui, konkretaus festivalio organizavimo ir vykdymo laikotarpiui susikūrusius klasterius. Aptarus minėtuosius subsektorius matoma, kad baldų dizainas yra priskiriamas prie vaizduojamųjų menų veiklos. Galima daryti prielaidą, kad Austrijoje baldų dizainas yra traktuojamas kaip kūrybiškumo reikalaujanti sritis, panašiai kaip architektūra, fotografija, reklama, juvelyrika ir kitos.

Analizuojant artimiausių kaimyninių šalių – Estijos, Latvijos, Lenkijos – požiūrį į KI sektorius, paaiškėja, kad kiekviena iš šių valstybių juos adaptuoja prie savo situacijos, todėl sektoriai yra apibrėžiami skirtingai ir nevisai tiksliai. Latvija KI sektorius apibrėžia gan abstrakčiai, o Estija ir Lenkija juos linkusios išskirstyti į detalesnius subsektorius. Estija yra išskyrusi mažiausiai sektorių pagal jų kiekį ir įvairovę, o Latvija – daugiausiai. Šių valstybių KI sektorių palyginimas pateiktas 2 pav.

Estija KI įtraukė į prioritetinių sričių sąrašą šalia inovacijų, naujų verslų kūrimo, žiniasklaidos ir komunikacijos, technologijų kūrimo, turizmo ir kitų sektorių. Šios šalies valdžia didžiausią dėmesį skiria klasterizacijai, inovatyvių technologijų kūrimui, kūrybinių verslų ir tinklų vystymuisi, informacijos sklaidai ir švietimui.¹²

Latvijoje KI plėtra siejama su nacionalinės tapatybės, kalbos, unikalių savybių pristatymu užsienyje, kūrybinių žmonių veiklos skatinimu. Didžiausias dėmesys skiriamas naujosioms technologijoms, mokslinių tyrimų plėtrai, visuomenės informavimui ir švietimui apie KI sritis.¹³

Lenkijos požiūris į KI grindžiamas nuostata, jog naujos ir originalios kūrybinių verslų idėjos yra ekonomikos varomoji jėga, sukurianti plėtros stimulą. Vieni verslai plėtrai gali daryti tiesioginę, kiti – netiesioginę įtaką. Baldų dizaino sritis nėra atskirai išskiriama,

¹² Introduction to the Creative Industries in Estonia, Latvia and Lithuania, *News & Politics*. 2010 09. p. 8–9.

¹³ Ibid, p. 10–12.

tačiau priskiriama prie tiesioginių poveikį turinčių kūrybinių verslų, darančių įtaką žmogaus „laimės pojūčiui“. Prie tokių priskiriami ir drabužių, žaislų, bižuterijos verslai.¹⁴

Išanalizavus anksčiau aptartus atvejus, galima daryti išvadą, kad didžiojoje dalyje valstybių, tokių kaip: Didžioji Britanija, Švedija, Estija, Latvija, Lenkija baldų dizainas nėra traktuojamas kaip atskiras KI sektorius ar subsektorius, nors Lenkija baldus priskiria prie žmogaus komfortą kuriančių veiklos sričių. Austrija savo KI klasifikacijoje baldų dizainą priskiria prie vaizduojamųjų menų subsektoriaus.

2 pav. Estijos, Latvijos ir Lenkijos kūrybinių industrijų sektoriai

Estija	Latvija	Lenkija
Menai (vizualieji ir taikomieji)	Vizualieji menai	Vizualieji menai
Atlikimo menas (teatras, šokis, šventės)	Atlikimo menas (teatras, šokis, šventės)	Atlikimo menas, teatras ir kiti scenos menai
Muzika (atlikimas, komponavimas, gamyba, leidyba, muzikos instrumentai, šventės)	Muzika (atlikimas, komponavimas, gamyba, leidyba, muzikos instrumentai, šventės)	Muzika
Architektūra	Architektūra	Architektūra
Dizainas (pramoninis, mados ir grafinis)	Dizainas	Dizainas ir mados dizainas
Kinas ir videoprodukcija	Kinas ir videoprodukcija	Kinas ir videoprodukcija
Transliavimas (radijas ir televizija)	Televizija, radijas ir interaktyvioji medija	Radijas ir televizija
Pramoginės IT (internetiniai ir kompiuteriniai žaidimai, pramoginės internetinės svetainės)	Kompiuteriniai žaidimai ir interaktyviosios programinės įrangos leidyba	Kompiuteriniai žaidimai ir interaktyviosios programinės įrangos leidyba
Leidyba (knygos, periodiniai leidiniai, laikraščiai, katalogai ir kt.)	Leidyba (knygos, periodiniai leidiniai, laikraščiai ir kt.)	Leidyba (knygos, periodiniai leidiniai, žurnalai, laikraščiai)
Paveldas (muziejai, bibliotekos, archyvai, rankdarbiai)	Kultūrinis paveldas	Kultūros paveldas (bibliotekos, muziejai, archyvai)
Reklama (reklama, žiniasklaidos agentūros)	Reklama	Reklama, viešųjų ryšių ir komunikacijos veikla
	Kultūros švietimo veikla	Fotografija
	Pramogos ir kita kultūrinė veikla	

Sudarytoja Greta Bendikaitė remiasi šaltiniais: Introduction to the Creative Industries in Estonia, Latvia and Lithuania, *News & Politics*. 2010.; Szultka S. *Kreatywny łańcuch powiązania sektora kultury i kreatywnego w Polsce*. Gdańsk, 2012; Mackiewicz M., Michorowska B., Śliwka A. *Analiza potrzeb i rozwoju przemysłów kreatywnych*. Raport końcowy. Warszawa, 2009.

¹⁴ Szultka S. *Klastry w sektorach kreatywnych – motory rozwoju miast i regionów*. Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości. Warszawa. 2012, p. 13.

Lietuvoje baldų kūrybos ir gamybos proceso priskyrimo kuriai nors KI sričiai ypatumai nėra aiškūs. Tai matome iš KI veiklų klasifikacijos, pateiktos 3 pav.

Dalį baldų gamybos būtų galima priskirti prie amatų. Šio sektoriaus 1-ajai tradicinių amatų grupei pagal 2008 m. rugsėjo 1 d. Lietuvos Respublikos žemės ūkio ministro patvirtintame įstatyme pateiktą tradicinių amatų klasifikaciją priskiriami iš medžio masyvo pagaminti tautinio kultūrinio paveldo baldai, tokie kaip: lovos, skrynios, kuparai, spintos, stalai, suolai, kėdės, lopšiai, vaikiškos lovelės, rankšluostinės, šaukštdėtės, lentynos, spintelės.¹⁵

3 pav. Lietuvos kūrybinių industrijų sektoriai

Amatai
Architektūra
Dizainas
Kinas ir videomenas
Leidyba
Vaizduojamasis menas
Taikomasis menas
Muzika
Programinė įranga ir kompiuterinės paslaugos
Radijo ir televizijos programų kūrimas ir transliacija
Reklama
Scenos menai
Kitos sritys, kuriose jungiasi kultūros bei ūkinės veiklos aspektai

Sudarytoja Greta Bendikaitė remiasi šaltiniu: LR kultūros ministro 2009 m. kovo 28 d. įsakymas Nr. ĮV-217. *Kūrybinių industrijų skatinimo ir plėtros strategija*. Vilnius, 2009.

Modernių baldų projektavimą, eskizavimą, dizaino kūrimą sunkiau priskirti kuriai nors KI sričiai, nors ši sfera neabejotinai pasižymi dideliu kūrybiškumu. Šiuolaikinėje visuomenėje bene kiekvienas visuomenės narys siekia unikalumo, išskirtinumo, savirealizacijos ir komforto. Tiek namų interjeras, tiek darbinė aplinka, tiek poilsiui ar pramogoms skirtos erdvės pagal savo paskirtį privalo tenkinti vartotojų poreikius. Todėl baldų vaidmuo kasdieniniame gyvenime yra labai svarbus. Nuo jų ergonomiškumo, funkcionalumo,

¹⁵ LR Žemės ūkio ministro įsakymas. Prunskienė K. *Dėl tradicinių amatų klasifikacijos aprašo ir tradicinių amatų klasifikacijos patvirtinimo*. Vilnius, 2008.

dizaino, formos, spalvos bei kūrybiško pritaikymo priklauso interjerų ir eksterjerų sėkmė. Todėl jaučiamas vis didesnis individualių, nestandartinių ir vienetinių baldų poreikis. Siekiantys juos patenkinti baldų ar interjero dizaineriai ir baldus kuriantys projektuotojai turi pasižymėti ne tik talentu, kūrybišku mąstymu, meninės estetikos suvokimu, bet ir išmanyti šiuolaikines medžiagas, technologines galimybes, sekti mados tendencijas. Šie asmenys dažniausiai dirba privačiai arba baldų projektavimo paslaugas teikiančiose įmonėse. O kuriant baldų dizainą, nepaisant autorinio gaminių pobūdžio, autorinės teisės į sukurtą dizainą nėra saugomos, nebent naudojama intelektualinės nuosavybės forma – prekės ženklas (Scavolini, Bjarnum, Ashley ir kt.).

Individualiai pagaminti baldai dažniausiai yra ženkliai brangesni už standartinius, gamintus masinio produkcavimo principu. Dėl šios priežasties ne kiekvienas asmuo gali sau leisti įsigyti iš brangių žaliavų (stiklo, poliruotos MDF – medžio dulkių plokštės, akmens masės) pagamintus ar žymių firmų ir dizainerių (pvz.: Scavolini, Toncelli, Olivari, Leicht) sukurtus baldus. Dažnas vidutinės klasės atstovas savo būstą įsirenginėja pigesniais ir ekonomiškesniais baldais, kuriuos gamina masinės gamybos kompanijos (IKEA, SBA ir t.t.). Nors gaminant tokius baldus dizainerių talentas, mados ir medžiagų išmanymas taip pat reikalingas, tačiau didesnė reikšmė šiuo atveju teikiama produkcijos optimizavimui, kaštų ir savikainos mažinimui.

Kiekviena valstybė pasižymi savitu požiūriu į KI ir baldų dizainą. Daugumos šalių, tarp jų ir Lietuvos, KI politikoje baldų dizainas nėra išskiriamas kaip atskiras sektorius, nors jį galima priskirti prie dizaino plačiąja prasme ar pramoninio dizaino subsektoriaus. Jis yra minimas visuose populiariaesniuose KI modeliuose (KEA, UNCAD, DCMS) ir tai rodo dizaino sektoriaus svarbą.¹⁶ Išimtis galėtų būti Austrija, baldų dizainą vertinanti kaip svarbesnį ir reikšmingesnį KI elementą ir išskirianti jį kaip vaizduojamųjų menų sektoriaus sudedamąją dalį. Baldų dizainui Austrijoje suteikiama konkreti KI strategijos vieta.

¹⁶ „Bankinės konsultacijos“ UAB., op.cit., p. 14

1.2. Inovacijų, kūrybiškumo ir kliento įtraukimo į baldų gamybos procesą svarba

Įmonių konkurencingumas ir verslo sėkmė priklauso nuo daugelio faktorių: vadovų ir savininkų inovatyvaus požiūrio į baldų pramonę, siekio versle pritaikyti inovacijas, gebėjimo realizuoti savo ir darbuotojų kūrybinį potencialą. Kūrybiškumo psitelmimas ir kliento įtraukimas į kūrybinį procesą svarbus formuojant baldų pramonės įvaizdį vartotojų akyse, skatinant konkuruojančių įmonių savininkus taikyti pažangias verslo idėjas.

Šiuolaikiškas, modernus požiūris baldų pramonės, kaip ir bet kuriame kitame versle, yra kertinis sėkmingos komercinės veiklos pamatas, garantuojantis ilgalaikį konkurencingumą. O ribotas požiūris į produktą, vadovavimasis šabloniškais gaminių ar paslaugų kūrimo modeliais gali suteikti tik trumpalaikę sėkmę: gan greitai *„įmonė praranda savo išskirtinumą, originalumą ir tampa neįdomi nei vartotojui, nei patiems kūrėjams.“*¹⁷

Baldų sektoriuje, kaip ir kitose KI srityse, inovatyvumas, naujos idėjos yra labai svarbios. Tačiau reikalauja nemažai investicijų, kurios nesėkmės atveju verslininkui neatsiperka. R. Strazdo teigimu, Lietuvoje daugelio KI įmonių taikomas inovatyvumo lygis yra ganėtinai žemas, tad produkcija gali konkuruoti tik vietinėje rinkoje. Pagal LR vyriausybės klasifikaciją, ekonomikoje taikomas siaurasis produkto suvokimo požiūris. Išskiriamos trys jo grupės:

- produktai – materialūs daiktai, kurie yra skirti parduoti ir nėra gauti gamybos metu;
- gaminiai – materialūs dalykai, kurie skirti parduoti ir yra gaunami gamybos proceso metu;
- paslaugos – nematerialios prekės.

Pasitelkiant platesnį produkto suvokimo požiūrį, produktą taip pat reikėtų vadinti ir idėjas, nuosavybės teises, renginius, informaciją, potyrius, asmenis ir t.t. Ph. Kotlerio teigimu, *„Produktas – visa tai, ką galima pasiūlyti rinkai, į ką galima atkreipti dėmesį, įsigyti, naudoti ar vartoti ir kas gali patenkinti norą arba poreikį.“*¹⁸

Dar vienas svarbus momentas aptariant inovatyvumą versle, yra materialiosios ir nematerialiosios produkto dalies suartėjimas. Paslaugas teikiančios įmonės turi vis daugiau dėmesio skirti paslaugos kokybę garantuojantiems materialiams dalykams. O produktus

¹⁷ Strazdas R. Produkto inovacijų kūrimas kūrybinių industrijų įmonėse. *Santalka: Filosofija, Komunikacija*. VGTU. Vilnius, 2011, p. 17

¹⁸ Ibid, p. 18

gaminančioms įmonėms svarbu kreipti dėmesį ir į nematerialius dalykus, tokius kaip: aptarnavimas, kliento įtraukimas ir pan. šis procesas skatina atsisakyti standartinio požiūrio ir suteikia impulsą ieškoti patrauklių, šiuolaikiškų, išsiskiriančių verslo idėjų.

Būtent pažangios, inovatyvios idėjos yra itin reikalingos baldų sektoriuje. Gamindamas baldą, baldininkas privalo galvoti ne tik apie konkretaus produkto sukūrimą, jo kokybę, atlikimo terminus, bet ir apie nematerialiąją pusę, t.y. darbuotojų bendravimą su klientu, jo įtraukimą į kūrybos procesą, tinkamos atmosferos sukūrimą, surinkėjų montavimo kokybę, etiketą, mandagumą ir t.t. Tam tikri darbo proceso niuansai baldininkui gali atrodyti ne itin svarbūs, tačiau kiekviena smulkmena formuoja bendrą vaizdą, ir net ir toks iš pažiūros neesminis faktorius kaip netvarkingai palikta darbo vieta, pavyzdžiui, neišneštos šiukšlės užbaigus darbus pas klientus, gali sugadinti iki tol sklandžiai vykusį produkto gamybos procesą, kuriuo klientas galiausiai gali likti nevysiškai patenkintas. Taigi galutinis proceso rezultatas priklauso nuo visų jo etapų: kūrimo, realizavimo ir atlikimo.

R. Strazdas analizuoja veiksnius, darančius įtaką produkto inovatyvumo sėkmei. Jie sugrupuoti 4 pav.¹⁹ Strazdas išskiria penkias produkto inovacijų kūrimo sėkmę lemiančių veiksnių grupes: kūrimo proceso, organizacinę, įmonės kultūros, aukštesnio lygio vadovų dalyvavimo ir strateginę.

Vienas iš įmonės inovatyvumo rodiklių – tai kūrybiškai organizuota darbo aplinka ir darbuotojų kūrybiškumui atsiskleisti bei realizuoti sudarytos sąlygos. Nors kūrybiškumo realizavimą gali riboti ir konkretaus darbo specifiška ar individualūs darbuotojų asmenybės bruožai, inovacijų srityje siekiančios lyderiauti įmonės turėtų dėti kuo daugiau pastangų, siekdamas optimizuoti darbuotojų kūrybiškam mąstymui bei veiklai atsiskleisti būtinas darbo sąlygas.

*“Kūrybinio mąstymo įgūdžiai – tai gebėjimai sujungti žinomas idėjas į naujus, prasmingus junginius, formuluoti naujas problemas ir ieškoti įvairių jų sprendimo variantų. Kūrybinio mąstymo tikslas – pažadinti smalsumą, pasikliauti vaizduote, mąstyti peržengiant įsigaliojusias normas.”*²⁰ Siekiant sudaryti kuo palankesnes sąlygas darbuotojų kūrybiškumui atsiskleisti, svarbu vengti griežto darbo užduočių įvardijimo. A. Maceikos, R. Strazdo ir L. Maciukevičienės teigimu, darbo tikslus reikėtų išreikšti plačiomis sąvokomis, kad būtų galima rasti kuo įvairesnių sprendimų ir požiūrio alternatyvų.

Kūrybiniame darbe itin reikšminga laiko vadyba. Baldų gamybos srityje laikas turi būti tinkamai paskirstomas tiek ieškant tinkamų kūrybinių sprendimų, kuriant ir tobulinant

¹⁹ Strazdas R. op.cit., p. 22–23

²⁰ Maceika A., Strazdas R., Maciukevičienė L. Darbuotojų inovatyvumas pramonės įmonių vertybių sistemoje. *Verslas: teorija ir praktika*. Nr. 1, 2007, p. 46

baldo dizainą, tiek ir analizuojant vartotojų poreikius, pageidavimus. Darbo laiką svarbu paskirstyti taip, kad jo pakaktų įvykdyti visoms užduotims iki jų termino atlikimo pabaigos ir kad per didelis laiko kiekio skyrimas vienai užduočiai nesutrikdytų ir pernelyg nesulėtintų baldų gamybos proceso.

4 pav. *Produkto inovacijų kūrimo sėkmę lemiantys veiksniai*

Produktų inovacijų kūrimo proceso veiksniai	Išsami analizė prieš pradedant produkto kūrimą	Idėjų generavimas, techninių ir rinkos galimybių studijos, produkto komercinio patrauklumo vertinimas
	Nuolatinis kuriamo produkto komercinio patrauklumo vertinimas kiekviename etape	Laiku pastebėjus produkto komercinį nenaudingumą, procesą galima nutraukti, išvengiant didelių nuostolių
	Produkto kūrimo proceso orientavimas į rinkos poreikius	Analizuojama rinka, sekami jos pokyčiai, atliekami kokybiški tyrimai
	Aiškiai atskiriamas orientavimasis į rinkos poreikius ir vartotojų įtraukimas į produktų kūrimo procesą	Į procesą svarbu įtraukti vartotojus-lyderius, atstovaujančius tikslinės grupės poreikius
Organizaciniai produkto kūrimo veiksniai	Diversifikuota produkto kūrimo komanda	Komandą turi būti sudaryti iš skirtingų sričių specialistų, gebančių suvokti įvairius produkto kūrimo aspektus
	Tinkamas produkto kūrimo komandos vadovas	Vadovas turi turėti reikiamą kvalifikaciją, įgaliojimus ir gebėti skirti užtektinai laiko projektui
	Produkto kūrimo komandos ir vadovo autonomijos lygis	Komanda turi būti atsakinga už visą kūrimo procesą, o ne už atskiras jo dalis
	Komandos vadovo įsitraukimas į procesą ir motyvacija	Motyvacija neturi būti tik materialinė – svarbu, kad darbas būtų įdomus ir prasmingas visai komandai
	Intensyvi ir efektyvi komunikacija	Nuolatinis informacijos dalinimasis tarp komandos narių
	Tinkama organizacinė produkto kūrimo struktūra	Tinkamiausios organizacinės struktūros formos – matrica ir projektas
Įmonės kultūros veiksniai	Vidinė įmonės kultūra	Darbuotojai gali teikti pasiūlymus, jiems skiriamas laikas idėjai vystyti, yra rizikos toleravimo sistema
Aukštesniojo lygio vadovų dalyvavimo veiksniai	Aukštesnio lygio vadovų palaikymas	Tiek materialus, tiek ir moralinis projekto rėmimas, garantuojantis pakankamą finansavimą ir tarpfunkcinių trukdžių sprendimus
Strateginiai veiksniai	Aiškiai apibrėžti ir nustatyti produkto inovacijos kūrimo tikslai	Strateginiai veiksniai turi sutapti su įmonės tikslais ir aiškiai visiems perteikti
	Reikalinga naujų produktų kūrimo programa	Kiekvieno produkto kūrimas turi būti suderintas tarpusavyje ir turėti aiškiai įvardintas strategines kryptis
	Naujų produktų kūrimo programa turi būti strategiškai orientuota į ilgalaikių įmonės tikslų siekimą	Ne vien formali, o realiai veikianti

Sudarytoja Greta Bendikaitė remiasi šaltiniu: Strazdas R. Produkto inovacijų kūrimas kūrybinių industrijų įmonėse. *Santalka: Filosofija, Komunikacija*. VGTU, Vilnius, 2011.

Svarbu ne tik tinkamai paskirstyti laiko kaštus, bet ir pastoviai atnaujinti turimą informaciją apie baldų pramonės tendencijas. Nuolatinis naujų technologijų ir veiklos metodų stebėjimas įmonei garantuoja profesinį tobulėjimą ir atveria kelius bendradarbiauti su kitais gamintojais. Informacijos ir patirties mainai skatina abiejų bendradarbiaujančių pusių idėjinį atsinaujinimą ir kūrybiškumą.

“Kūrybinei veiklai ne mažiau svarbūs ir motyvaciniai veiksniai <...> motyvacija suteikia paskatą veikti siekiant užsibrėžto tikslo.”²¹ Kūrybiškumą galima įvardinti kaip veiklos sąnaudas, pastangas, indėlį, siekiant gauti naują, originalų, netikėtą rezultatą.

Be inovatyvaus požiūrio baldų kūrimo procese svarbu ir tai, kad į jį būtų įtrauktas ne tik gamintojas, bet ir klientas. Tai aktualu tiek rinką ir tikslinių grupių poreikius tiriančioms masinės baldų gamybos įmonėms, tiek ir individualių baldų gamintojams, kurių produktų sėkmė tiesiogiai priklauso nuo kiekvieno kliento įsitraukimo laipsnio.

“Įsitraukęs į tokį procesą klientas pripažįstamas kaip ekspertas, išteklių naudingų paslaugų kūrimui teikėjas, kas, be abejo, susiję su kliento emociniu pasitenkinimu.”²² Kaina vartotojui tampa ne vieninteliu prekės pasirinkimą lemiančiu faktoriumi. Vartotojo sutikimas įsitraukti į baldo kūrimo procesą parodo, kiek jam baldas yra svarbus. O kuo daugiau užsakovas skiria dėmesio, energijos ir laiko dalyvauti baldo kūrimo procese, tuo labiau galutinis rezultatas atskleidžia paties užsakovo asmenybę. Dalyvaudamas baldo kūrimo procese, klientas perima kai kurias projektuotojo ar dizainerio funkcijas ir dalinasi atsakomybe už galutinį produkto rezultatą. Taip baldas tampa bendru kūrinium. Skirdamas nemažai savo idėjų ir pastangų baldo gamybai, klientas labiau emociškai su juo susisieja ir įgauna didesnę emocinį pasitenkinimą pirkdamas individualizuotą, personaliai jam sukurtą, o ne standartizuotą masinės gamybos produktą.

Įmonėms, suvokiančioms emocinio kliento įsitraukimo į baldų gamybos procesą naudą, atsiveria didesnės produktų pardavimo galimybės. *“Klientų įsitraukimo laipsnis yra svarbi pirkėjo elgsenos charakteristika bei esminis veiksnys bendrai kuriant paslaugą.”²³* Tijūnaitė, Šidlauskienė ir Petukienė išskiria tris tokio įsitraukimo laipsnius:

- Žemas įsitraukimo laipsnis. Klientas fiziškai dalyvauja paslaugos suteikimo procese, bendrauja su įmonės darbuotojais, bet pats nekaupia jokių mokymosi žinių ir jų neteikia įmonės darbuotojams.

²¹ Maceika A., Strazdas R., Maciukevičienė L. op. cit. p. 48

²² Tijūnaitė R., Šidlauskienė J., Petukienė E. Klientų įsitraukimo bendrai kuriant baldų projektavimo paslaugas laipsnis. *Verslas, vadyba ir studijos*. VGTU, 2009, p. 285

²³ Ibid. p. 287–288

- Vidutinis įsitraukimo laipsnis. Klientas teikia informaciją, vertina kokybę, siūlo inovatyvias idėjas ir dalinasi įgyta informacija su kitais klientais. Emocinis pasitenkinimas daro įtaką kliento lojalumui ir lemia teigiamas arba neigiamas jo rekomendacijas kitiems potencialiems vartotojams.
- Aukštas įsitraukimo laipsnis. Klientas aktyviai dalyvauja kuriant paslaugą, renka mokymuisi reikalingą informaciją, skiria pastangų ir laiko tam tikroms projektavimo funkcijoms atlikti. Klientas ir paslaugos tiekėjas kuria bendrą produktą ar paslaugą ir dalinasi atsakomybe už kūrimo proceso rezultata.

Esant žemam vartotojo įsitraukimo laipsniui, atgalinio ryšio su klientu nėra, taigi nėra ir galimybės atsiskleisti konkretiems jo poreikiams ir pageidavimams, tad individualaus gaminio, visiškai patenkinančio vartotoją ir atitinkančio jo lūkesčius, pagaminti praktiškai neįmanoma. Dėl šios priežasties individualių baldų kūrimo procese reikalingi aukšto ar bent vidutinio įsitraukimo laipsnio vartotojai, linkę teikti ir patys įsisavinti informaciją. Vykstant aktyviai gamintojo ir vartotojo komunikacijai, produkto kūrimo procese išskyla mažiau nesusipratimų, taupomas darbo laikas, pasiekiamas geresnis paslaugos efektyvumas.²⁴

Esant aukštam vartotojo įsitraukimo laipsniui, galima surasti geriausius dizaino sprendimus, o kai tokių vartotojų yra ne vienas, galima kaupti informaciją, sėkmingai reaguoti į kintančius klientų poreikius, skonį, atitinkamai koreguoti baldų eskizus.

Ne mažiau už gamybos inovatyvumą ar gebėjimą į baldų kūrimo procesą įtraukti patį klientą, svarbu domėtis rinkos pokyčiais, sekti mados tendencijas. Naujų sprendimų ieškojimas dizaino ir technologinėje srityse, taip pat procesų optimizavime reikalauja kūrybiškumo. Kūrybiškiausia baldų dizaino dalis – produkto dizaino kūrimas. Klientą įsitraukti į baldo kūrybos procesą motyvuoja ne tik galimybė pačiam ieškoti baldo praktiškumo, funkcionalumo sprendimų, bet ir prisidėti prie estetiško baldo dizaino kūrimo.

Baldų sektoriaus srityje inovatyvios idėjos turi būti pasitelkiamos nuolat. Norint sėkmingai konkuruoti su pigiais Azijos valstybių ar ilgametės gamybos tradicijas turinčiais europietiškais baldais, svarbu siekti užtikrinti ne tik kuo žemesnę gaminio kainą. Inovacijų ir kūrybiškumo pasitelkimas viso baldo kūrybos ir gamybos proceso metu bei gebėjimas į jį įtraukti klientą, užtikrina pastovią gamybos idėjų dinamiką, gamybos proceso pažangą ir įmonės lyderiavimą konkurencinėje kovoje. Šių veiksmų taikymas baldų kūrybos procese taip pat gali daryti teigiamą įtaką konservatyvesnių įmonių savininkų bei vadovų požiūriui kitai. Be to, baldų pramonėje dažniau pasitelkiant kūrybines ir inovatyvias idėjas, gali stiprėti ir baldų dizaino kaip atskiros pramoninio dizaino srities pozicijos.

²⁴ Tijūnaitė R., Šidlauskienė J., Petukienė E. op.cit., p. 294

2. LIETUVOS BALDŲ DIZAINAS IR PRAMONĖ

2.1. Lietuvos baldų dizaino raidos ypatumai

Siekiant išanalizuoti ir suprasti baldų gamybos ir kūrybos procesų tradicijas, svarbu išmanyti baldų dizaino raidą. Šiuo metu Lietuvoje „*ruošama ir aktyviai dirba daug daugiau dizainerių nei kitose Baltijos šalyse, taip pat veikia „stipri“ Dailės akademija. Lietuviškojo dizaino tendencijos buvo pastebėtos jau 1937 m. pasaulinėje parodoje Paryžiuje, kai Jono Prapuolenio sukurtas svetainės baldų komplektas pelnė aukso medalį. 1966–1970 m. Lietuva Sovietų Sąjungoje tapo pirmąja šalimi, kurios baldai buvo tiekiami didmeninei prekybai ne tik į buvusias socialistines, bet ir į Vakarų šalis.*“²⁵

Viena iš didžiausio dėmesio sulaukiančių baldų rūšių – amatams priskiriami ir paveldo statusą turintys mediniai kaimo ir miesto žmonių baldai. Senovinės tradicijos ir atlikimo technika, to meto grožio suvokimas skatina saugoti ir puoselėti šią tautos istorinei kultūrai svarbią sferą. Todėl 2008 m. rugsėjo 1-osios d. įstatymu Lietuvos Respublikos žemės ūkio ministras patvirtino tradicinių amatų klasifikaciją, kuriai priskiriama ir baldininkystė. Pagal šį įstatymą 1-ajai tradicinių amatų grupei priskiriami iš medžio žaliavos pagaminti tautinio paveldo baldai, tokie kaip: lovos, skrynios, kuparai, spintos, stalai, suolai, kėdės, lopšiai, vaikiško lovelės, rankšluostinės, šaukštdėtės (lentynos daiktams, indams ir kt. laikyti), lentynos, spintelės.

Kultūriniam paveldui adekvačiai įvertinti yra svarbus visų baldų raidos etapų ir ypatumų suvokimas. Tačiau svarbu pažymėti, jog kai kurie baldai anksčiau buvo labiau vertinami už kitus, jų puošybai stengtasi pasitelkti išskirtinį kūrybinį potencialą. Pavyzdžiui, pagal kraitinės skrynios dekoravimo ypatumus buvo sprendžiama apie šį baldą dekoravusios merginos grožio ir skonio suvokimą. Skrynios buvo dekoruojamos įvairiai, atsižvelgiant į regioną, jame vyravusius papročius, savininkų turtingumą bei socialinį statusą. „*Dvarų skrynios buvo apkaustytos geležimi su užraktais, kartais apmuštos oda*“²⁶. Ypač svarbios buityje buvo spintos, jų paskirti buvo keleriopa: „*spintos su lentynomis – maistui, indams laikyti, su kabyklomis – drabužiams. Rečiau aptinkamos spintos, kurių vienoje pusėje lentynos, kitoje – kabyklos.*“²⁷ Iš sėdėjimui skirtų baldų bene svarbiausias buvo suolas, jį taip

²⁵ Juospaitytė-Bitinienė J. *Ką gali dizainas arba kodėl reikia dizaino politikos?* VDA DIC svetainė (žiūrėta: 2015 03 02). Prieiga internetu: <http://www.dic.lt/index.php/pageid/609/articleid/367>

²⁶ Bernotienė S., Budrytė Z. *Lietuvių valstiečių baldai: katalogas; medžiaga iš LTSR istorijos ir etnografijos muziejaus fondų*. LTSR istorijos ir etnografijos muziejus. Vilnius, 1988, p. 3

²⁷ Ibid. p. 5

pat stengtasi papuošti. „*Gražesnių suolų ir kėdžių atramėles imta puošti reljefinio ir kiaurapjūvio geometrinio, augalinio, o kartais ir gyvūninio ornamento motyvais.*“²⁸ Trečia baldų kategorija – dekoratyviniai baldai. Vienas iš jų – rankšluostinė. Ant jos buvo kabinami gražiausi rankšluosčiai, skirti ne naudoti, bet papuošti patalpą. Yra aptinkama rankšluostinių, datuojamų XVII „*amžiumi: tai <...> originalūs lietuviški daiktai, nepastebimi kituose kraštuose.*“²⁹ (Detalesnė baldų istorinės raidos analizė pateikta priede Nr. 1).

Lietuvos kaime baldų raidą lėmė jų funkcionalumo poreikis, net ir sunkioms buitinėms sąlygomis ieškota kūrybiškumo išraiškos galimybių dekoruojant baldus. Visgi baldų dizaino klausimai išliko aktualesni miestuose, kur stengtasi sekti ir kopijuoti europietiško baldų mados ir tendencijas.

XX a. pradžioje dauguma veiklių baldų dizaino kūrėjų savo projektuose stengėsi sujungti modernias europietiškas madas su giliais tradicijomis ir tautinį paveldą turinčiais etnografiniais elementais. Kaip teigia V. Beiga (2013), originalių baldų dizaino „*užuomazgų rasime tik tarpukario Lietuvoje. Tuomet buvo pagaminti unikalūs baldai bei kokybiškos interjerų detalės svarbiausiems visuomenės pastatams: Pramonės ir prekybos rūmams, Karininkų Ramovei, Vytauto Didžiojo muziejui, bankams...*“³⁰. Tarpukario laikotarpiu baldus kūrę menininkai stengėsi istoriškai atgyvenusius baldų stilius keisti labiau atspindinčiais tautines tradicijas. Kauno Lietuvos Moterų Globos Draugija, Kauno Vaikelio Jėzaus Draugijos amatų mokykla, J. Prapuolenio studija-kursai ir kitoms įstaigoms priklausę ketvirtojo dešimtmečio jaunieji menininkai „*į taikomąją dailę žvelgė kaip į galimybę daryti didesnę įtaką žmonių gyvensenai.<...> Todėl raiškiausi tarpukario Lietuvos baldininkystės pavyzdžiai yra profesionalių menininkų projektuoti baldai, kurie atspindi tarpukario sociokultūriniame gyvenime vyravusių meno ir modernumo koreliaciją.*“³¹

Iš Lietuvoje tuo laiku baldus kūrusių žymesnių veikėjų verta paminėti A.Jaroševičių, P.Rimšą, P. Galaunę, V. Landsbergį-Žemkalnį, V. Dubeneckį, A. Gudaitį, J.Prapuolenį. Kai kurie iš jų sulaukė ir tarptautinio pripažinimo. Pavyzdžiui, „*1937 m. pasaulinėje parodoje Paryžiuje už lietuviškų svetainės baldų komplektą J. Prapuolenis gavo aukso medalį <...> 1938 m. tarptautinėje amatų parodoje Berlyne už lietuviškų valgomojo baldų komplektą*

²⁸ Keturka A. *Spalva lietuvių liaudies baldų puošyboje: skrynios, kuparai, spintos*. Vilnius, 1987, p. 11

²⁹ Usačiovaitė E.op.cit. p. 13

³⁰ *Lietuviškų baldų dizaino kūrėjai, 1957-1990: Baldų projektavimo-konstravimo biuras – profesionalios veiklos židinys.*/ Sud. V. Beiga, V. Gerulaitienė, E. A. Gūzas. Vilnius: Moklo ir enciklopedijų leidybos centras, 2013, p.7

³¹ Dičkalnytė A. *1900–1940m. Lietuvos baldininkystės raida: sociokultūriniai ir meniniai aspektai*. Magistro baigiamasis darbas. VDU, 2012, p. 25

*J. Prapuolenis apdovanotas specialiu amato medaliu ir diplomu*³² (detalesnė informacija apie XIX a. baldų kūrėjus pateikiama priede Nr. 2).

XX a. pradžioje dauguma lietuviškų baldų kūrėjų savo darbuose stengėsi pasitelkti tautinių motyvų ir modernistinio stiliaus sintezę. Etnografinių ir tautinių elementų vaizdavimas balduose buvo laikomi prioritetiniu.

Po II-ojo pasaulinio karo, nacionalizavus baldų gamybos fabrikus, pramonė pradėjo atsigauti, tačiau dėl darbo jėgos ir specialistų trūkumo šis procesas vyko lėtai. Sovietų Sąjungai nustatant gamybos stilių ir standartus, baldai tapo nepraktiški, neišvaizdūs, eklektiški. „*Masinės baldų gamybos stilius buvo orientuotas į to laikotarpio sovietinių baldų madas.*“³³ Šeštuoju dešimtmečiu Kauno ir Telšių Taikomosios dailės mokyklose atsirado baldų dailininkų specializacijos. Siekiant patenkinti vis didėjanti baldų poreikį, 1957 m. Vilniuje įkurtas Baldų projektavimo konstravimo biuras (BPKB), nuo 1959 m. įgavęs Liaudies Ūkio Tarybos Eksperimentinio konstravimo biuro pavadinimą. Tačiau dauguma čia pagamintų baldų būdavo parduodami svetur. BPKB „*ėmė ruošti projektus visai respublikos baldų pramonei.*“³⁴ Šio biuro baldų stilius, nors savo tendencijomis ir skyrėsi nuo panašiu metu baldus projektuoti pradėjusių latvių ir estų dizainerių stiliaus, tačiau visų trijų Pabaltijo valstybių „*baldų dizaino pobūdis ilgus metus ryškiai skyrėsi nuo kitų Sąjungos respublikų gaminių; konkursuose laimėdavo apdovanojimus ir prizus*“³⁵ (detalesnė informacija apie BPKB veiklą pateikiama priede Nr. 2).

Biuro baldų projektai buvo realizuojami masinėje gamyboje, tačiau šiuo laikotarpiu beveik išnyko pavienių individualių baldų projektavimas. Sovietmečio laikotarpiu Lietuvai praradus autonomiją ir sprendimų teisę, pasikeitė ir baldų stilistika. Už pasiūlą visada didesnė paklausa lėmė tai, jog konkurencija baldų pramonės sektoriuose išnyko. Ši situacija stabdė baldų pramonę vystymąsi, inovacijų diegimo galimybes.

1991-aisiais metais Lietuvai paskelbus nepriklausomybę ir įsigalėjus demokratijos principams, pamažu ėmė veikti natūralūs rinkos dėsniai, o baldų pramonėje prasidėjo atsinaujinimo laikmetis. Baldai imti vertinti ne tik kaip konkrečias funkcijas turintys atlikti

³² Mukienė D. (n.d.). *Jonas Prapuolenis. Lietuvos taikomoji dekoratyvinė dailė*. Internetinė svetainė www.tdaile.lt (žiūrėta: 2014 06 01). Internetinė prieiga: <http://www.tdaile.lt/Baldai/Baldai.htm>

³³ Natalevičienė L. (n.d.). *XX a. lietuvių baldai ir kiti medžio dirbiniai*. Lietuvos taikomoji dekoratyvinė dailė. Internetinė svetainė www.tdaile.lt (žiūrėta: 2014 06 01). Internetinė prieiga: <http://www.tdaile.lt/Baldai/Baldai.htm>

³⁴ Adomonis T. (1965). *Taikomoji – dekoratyvinė dailė: keramika, tekstilė, interjeras, baldai, metalas, gintaras, oda, stiklas*. Vilnius, 1965, p. 24

³⁵ *Lietuviškų baldų dizaino kūrėjai, 1957-1990: Baldų projektavimo-konstravimo biuras – profesionalios veiklos židinys*. op.cit. p. 13

daiktai. Pradėti kelti nauji dizaino, kokybės, pritaikomumo reikalavimai, pasikeitė baldų projektavimo principai. Nors masinė gamyba išliko dominuojanti didžiojoje dalyje stambių baldų fabrikų, tačiau lygiagrečiai pradėjo kurtis individualių baldų projektavimu ir gamyba užsiimančios privačios įmonės. Interjeruose greta masinės gamybos baldų atsirado ir autoriniai dizainerių kurti baldai.

Didesnis dėmesys dizainui pradėtas skirti po 2000-ųjų metų, kai Lietuvos baldų gamintojai pradėjo vis dažniau dalyvauti tarptautinėse parodose. Šiandien nemažą dalį apdovanojimų už geriausią dizainą laimi būtent baldų dizaino kūrėjai. Su baldų mados tendencijomis galima susipažinti tarptautinėse ir Lietuvos baldų parodose, renginiuose, seminaruose, įvairiose dizaino svetainėse. Lietuvoje kasmet organizuojamos parodos „Baldai“, „Namų pasaulis“, kuriose dalyvauja baldų gamintojai, pardavėjai, interjero ir dizainų kūrėjai, baldinės furnitūros prekiautojai ir kt. Didžiąją dalį parodos dalyvių sudaro lietuviškų baldų madas diktuojantys baldų gamintojai.

Daug didesnės parodos organizuojamos Italijoje, Švedijoje, Vokietijoje. Pati didžiausia ir garsiausia baldų paroda, kasmet vykstanti Milane, yra „ISaloni“. Dalyvavimas šioje parodoje iš dalyvių reikalauja nemažų investicijų: dalyviams reikia įrengti stendą, paruošti pavyzdinius baldus ir juos transportuoti, sumokėti dalyvio mokestį ir kt. Todėl šioje parodoje dalyvauja tik garsios, ilgametę patirtį ir savo stilių susikūrusios įmonės. Parodos dalyviai iš viso pasaulio užtikrina baldų dizaino idėjų įvairiapusiškumą, aukštą kokybę. Parodoje galima išvysti dominuojančias baldų tendencijas, šiuolaikines madas, kiekvienais metais atrandamas vis naujas baldų kūrimo medžiagas, susipažinti su jų savybėmis ir galimybėmis. Priešingai nei Lietuvoje, baldų gamybos techninės galimybės šioje parodoje dalyvaujančių gamintojų dažniausiai neriboja. Lietuviškų baldų gamintojai iš tokių parodų kaip „ISaloni“ baldų kūrimo idėjas vežasi į Lietuvą (detalesnė informacija apie parodas pateikiama priede Nr. 3).

„ISaloni“ nuo 2011 m. dalyvauja SBA baldų koncernas, tad šioje parodoje jau daugiau nei ketverius metus galima išvysti ir lietuviškų baldų stendą. „ISaloni“ parodoje „Parra“ prekiniu ženklu pažymėti, baldai sukurti bendradarbiaujant su užsienio dizaineriais, sulaukia nemažo užsienio kompanijų ir dizainerių susidomėjimo.

Lietuvos mastu baldų dizainas taip pat yra vertinamas ir sulaukia nemažai apdovanojimų. Asociacija „Dizaino forumas“ kiekvienais metais rengia konkursą „Geras dizainas“. „Lietuvos dizaino prizas“ *„Geras dizainas“ yra nacionalinis konkursas, skirtas atrasti ir pažymėti geriausiam dizainui šalyje – Lietuvos įmonių produkcijai ir Lietuvos*

*dizainerių darbams.*³⁶ Kiekvienais metais nugalėtojais tampa ir baldų dizaineriai. 2014 m. prizais apdovanoti 2 baldai ir 2 baldams įteikti diplomai už geriausią dizainą. 2013 m. net 9 nugalėtojai apdovanoti prizais, o 5 – diplomais už baldų dizainą. Atsižvelgiant į šiuos faktus, galima daryti išvadą, kad Lietuvos baldų dizaineriai išnaudoja vis didesnę savo kūrybinę potencialą ir tampa vis perspektyvesni, o pats baldų dizainas pasižymi inovatyvumo tendencijomis (plačiau apie konkursus rašoma priede Nr. 3).

Dar vienas svarbus momentas kalbant apie baldų dizaino tendencijas – tai edukacinė, švietėjiška veikla. Visose parodose, taip pat kasmet organizuojamoje „Dizaino savaitėje“, yra rengiamos paskaitos, seminarai, renginiai, kurių metu visi, besidomintys mada ir jos naujovėmis, turi galimybę pasidalinti savo gerąja patirtimi, pasisemti žinių. Minėtosios paskaitos organizuojamos tiek verslo atstovams, tiek ir paprastiems vartotojams. Organizuojant renginius, temines parodas, seminarus, siekiama išanalizuoti vartotojų poreikius, suprasti jų kaitos ypatumus ir priežastis, tad visuomenė skatinama aktyviai dalyvauti baldų mados tendencijų formavime.

Apžvelgus Lietuvos baldų dizaino raidą, galima išvelgti svarbiausius jos formavimąsi lėmusius veiksnius. Vienas iš jų – amatininkų rankų darbo baldų funkcionalumas, ne tik papuošęs, bet ir palengvinęs XVI–XVIII a. žmonių buitį. XIX a. pradžios baldų gamybos procese sustiprėjo lietuviškų tradicijų ir etnografijos motyvų raiška. Baldus kūrę aktyvistai savo darbais siekė skatinti visuomenės nacionalinę savimonę, tautiškumą. Po II-ojo Pasaulinio karo šiuos tikslus sužlugdė sovietinė valdžia, o baldų pramonėje įdiegti netinkami baldų kūrimo standartai ir nenatūralūs ekonomikos principai lėmė baldų pramonės stagnaciją. Atgavus nepriklausomybę, baldų pramonė progresavo: nors joje tebedominavo masinė standartizuotų baldų gamyba, pamažu atsirado ir individualių bei dizainerių kurtų vienetinių baldų poreikis.

³⁶ Dizaino forumas asociacijos svetainė. (žiūrėta: 2015 03 27). Prieiga internetu: <http://www.dizainoprizas.lt/>

2.2. Lietuvos baldų pramonė šiandien

Norint įvertinti dabartinę baldų pramonės situaciją, svarbu išanalizuoti ekonominius kriterijus ir baldų pramonės situaciją Lietuvos mastu. „*Atkūrus Lietuvos nepriklausomybę, prasidėjo didžiulis kasmetinis pramonės gamybos nuosmukis. Jis tęsėsi iki 1996m. Nuosmukis apėmė beveik visas pramonės veiklos sritis. Nuo 2000 m. pramoninė gamyba kasmet augo*“³⁷. Tačiau baldų pramonė buvo viena iš išimčių. Didžioji dalis tuo metu privatizuotų baldų fabrikų, tokių kaip: „Kauno baldai“, „Klaipėdos baldai“, „Šilutės baldai“, „Vilniaus baldai“, „Freda“ ir kt., ne tik nebankrutavo, bet ir tebetęsia savo veiklą šiuo metu. Viena iš šių baldų įmonių išlikimo priežasčių, „SBA“ koncerno inovacijų vadovo Lino Tamašausko teigimu, buvo skubus persiorientavimas į Vakarų rinkas. Kadangi visų fabrikų pajėgumas buvo ir tebėra labai didelis (Lietuvos rinkai pilnai patenkinti užtektų dirbti tik 2–4 mėnesius per metus), ieškota, kur kitur realizuoti produkciją. Atsiradus užsakovams iš užsienio, užmegzti ir kontaktai su žaliavų tiekėjais. Tokią fabrikų kryptį paskatino naujųjų savininkų noras ne kuo greičiau praturtėti, bet pritraukti kuo daugiau pirkėjų ir suformuoti ilgalaikę baldų gamybos strategiją. Didžioji dalis privatizuotų baldų fabrikų, nors ir išlaikė serijinės gamybos principus, savo specializaciją pakeitė: šiuose fabrikuose baldai imti gaminti pagal užsienio užsakovų pateiktus brėžinius, medžiagoms ir kokybei keliamų reikalavimų standartus.

2.2.1. Baldų sektoriaus svarba Lietuvos ekonomikai

Pasaulinėje rinkoje baldų gamyba priskiriama prie medienos ir medinių gaminių pramonės srities. Paveiksle nr. 5 pateikiami skaičiai, rodantys piniginių pasiskirstymą, tenkantį medienos gaminiams, išskyrus baldams Lietuvoje skirtas lėšas (vertinamas periodas nuo 2006 iki 2013 m.). Lietuvos statistikos departamentas baldų gamybą žymi kodu C31. Matome, kad baldai sudaro daug didesnę bendros Lietuvos gamybos dalį, nei medienos produkcija, t.y. baldų gamyba 3-6 kartus viršija medienos produkcijos kiekius. Remiantis Lietuvos statistikos departamento prie Lietuvos Respublikos Vyriausybės teikiamais duomenimis, baldų gamyba užsiimančios įmonės 2008 m. sudarė tik 3 % bendros Lietuvos produkcijos vertės (6 pav.), o 2013 m. ši dalis padvigubėjo iki 6 %, nors medienos, jos gaminių ir baldų gamybos apimtys išliko nepakitusios.

Pasibaigus ekonominei krizei, visos verslo ir pramonės šakos ėmė progresuoti, didindamos produkcijos apimtį, tačiau akivaizdu, kad baldų pramonės augimo tempai didesni

³⁷ Stankevičius P. *Lietuvos pramonės transformacijos ir jų socialinės-ekonominės pasekmės*. 2009, p. 305

už daugumą kitų pramonės šakų. Šis faktas leidžia daryti išvadą, kad baldų pramonė vystosi greitai ir jos augimo tendencijos yra teigiamos.

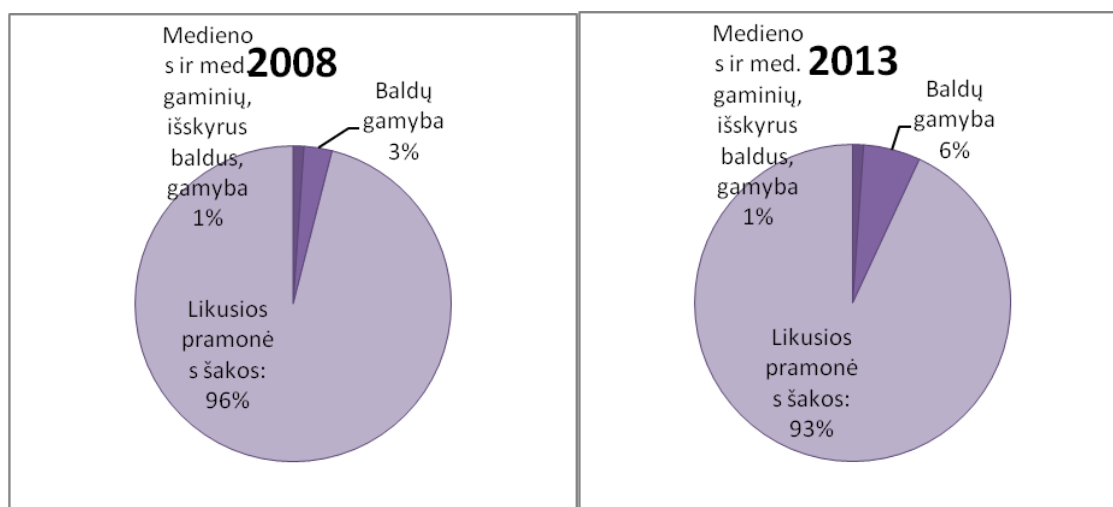
5 pav. Lietuvos medienos ir baldų gamybos dalis Lietuvos pramonėje

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Medienos ir medinių gaminių, išskyrus baldus, gamyba tūkst.	799,9	1472,4	1565,9	1079,3	1189,151	1442,209	1545,308	1550,78
Baldų gamyba tūkst.	3195	3522	4121	4409,7	4813,1	6167,3	7667,3	8089,2
Bendra gamyba, apimanti visas sritis, tūkst.	143549,9	145829,9	137696,6	117288,2	127986,2	136322,6	133035,9	139402,2

Sudarytoja Greta Bendikaitė remiasi šaltiniu: Lietuvos statistikos departamento prie Lietuvos Respublikos Vyriausybės duomenys (2014).

Siekiant išsiaiškinti, kokią vietą Lietuvos baldų ir medienos pramonė užima pasaulinėje rinkoje, buvo ištirti Tarptautinės Prekybos Centro (angl. International Trade Centre – ITC) duomenimis. Kaip rodo analizuojami 2013 m. rodikliai, Lietuvos medienos ir baldų pramonė sudarė 4% viso šalies eksporto, kas pasaulinėje prekybos rinkoje sudaro – 0,4 %. Taigi, kad ir kaip sparčiai vystytųsi šios eksporto sritys, akivaizdu, jog lietuviškų baldų gamintojams teks stipriai konkuruoti su užsienio valstybių baldų gamintojais.

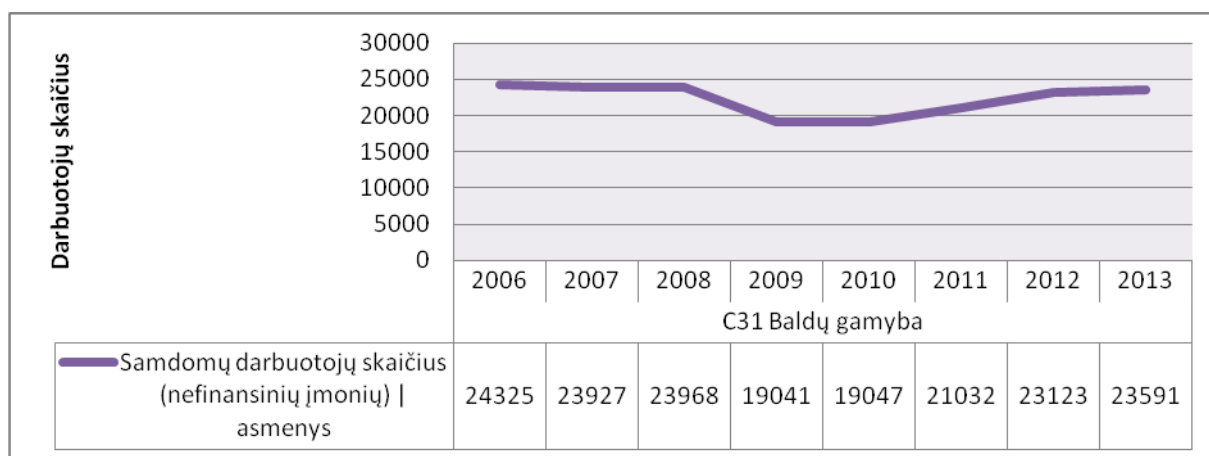
6 pav. Lietuvos medienos ir baldų gamybos dalis Lietuvos pramonėje 2008 ir 2013 m.



Sudarytoja Greta Bendikaitė remiasi šaltiniu: Lietuvos statistikos departamento prie Lietuvos Respublikos Vyriausybės duomenys (2014).

Siekiant nustatyti baldų sektoriaus svarbą Lietuvos ekonomikai, aktualu apžvelgti, kiek darbo vietų yra sukurta šios srities įmonėse (7 pav.). Staigus darbo vietų mažėjimas matomas 2008 – 2009 m., kada darbo neteko apie 5000 žmonių, darbo vietų nuosmukis sudarė apie 20%. Pagrindinė to priežastis – šiuo periodu suintensyvėję įmonių bankrotai ir reorganizavimasis, mažinant išlaidas ir optimizuojant darbus. Pakilimo periodas truko ilgiau: naujos darbo vietos buvo steigiamos, tačiau jų skaičius, ypač paskutiniaisiais metais, augo lėtai. Bendras darbuotojų skaičius 2013 m. dar nebuvo pasiekęs prieškrizinio laikotarpio rodiklių: apie 380 panaikintų darbo vietų vis dar tebebuvo neatkurtos. 2013 m. buvo įdarbinti 23591 asmenys.

7 pav. Samdomų darbuotojų skaičius baldų gamybos įmonėse



Sudarytoja Greta Bendikaitė remiasi šaltiniu: Lietuvos statistikos departamento prie Lietuvos Respublikos Vyriausybės duomenys (2014).

Baldų pramonė paskutiniaisiais metais Lietuvos ūkyje užėmė 6% visos šalies pramonės ir įdarbino apie 23,6 tūkstančių žmonių. Remiantis šiais rodikliais, galima teigti, kad jos reikšmė valstybės ekonomikai yra didelė. Gamybai užimant tokią reikšmingą šalies ekonomikos dalį, suprantama, kad produkcijos gamybos procese svarbus vaidmuo tenka ne tik kūrybai. Didžiausia reikšmė tenka didiesiems gamintojams, kurių pagrindinė veikla – serijinė baldų gamyba. Tokių baldų gamybos procese dizainerių kūrybinis indėlis yra sąlyginai nedidelis ir pasireiškia tik projektavimo pradžioje, kuriant baldo dizainą bei siekiant išgauti produkto funkcionalumą. Didesnis dėmesys skiriamas produktų gamybos kaštų ir sąnaudų mažinimo procesui. Kaip teigia SBA viceprezidentas Egidijus Valentinavičius, toks procesas neatitinka kūrybinių industrijų strategijos: „kad situacija pasikeistų, reikia universalesnio

dizainerių požiūrio, apimančio tiek pirkėjo poreikių gilų supratimą, tiek gamybos technologijų ir medžiagų išmanymą, tuo pačiu ir konkurencinės aplinkos žinojimą.“³⁸

Būtent tokiu principu dirba baldų gamintojai, tiesiogiai bendraujantys su klientais, bendradarbiaujantys su architektais ir dizaineriais. Dažniausiai jie – individualių, smulkių ir kai kurių vidutinių įmonių atstovai, užsiimančios individualių baldų gamyba. Šiose įmonėse labiausiai vertinamas yra dizainerių ir baldų projektuotojų talentas, gebėjimas sukurti kliento poreikius ir įsivaizdavimą atitinkančius baldus, priderinti juos prie aplinkos, parinkti baldo gamybai tinkamas medžiagas. Dizaineris čia atlieka ir projektuotojo, ir konsultanto funkcijas. Gaminio išvaizda, funkcionalumas ir dermė su kitais interjero erdvės elementais šioms įmonėms yra svarbesnis nei pats gamybos procesas, kadangi jų tikslas – visapusiškai produktu patenkintas klientas, įmonę galintis parekomenduoti ir kitiems vartotojams.

Tiesioginis baldus gaminančių įmonių reagavimas į rinkos pokyčius, gebėjimas kurti unikalius produktus, profesionalumas, kokybės garantija, konkurentų veiklos ir kainų kitimo stebėjimas yra gyvybiškai svarbūs faktoriai, lemiantys gamintojų išlikimą konkurencingoje rinkoje.

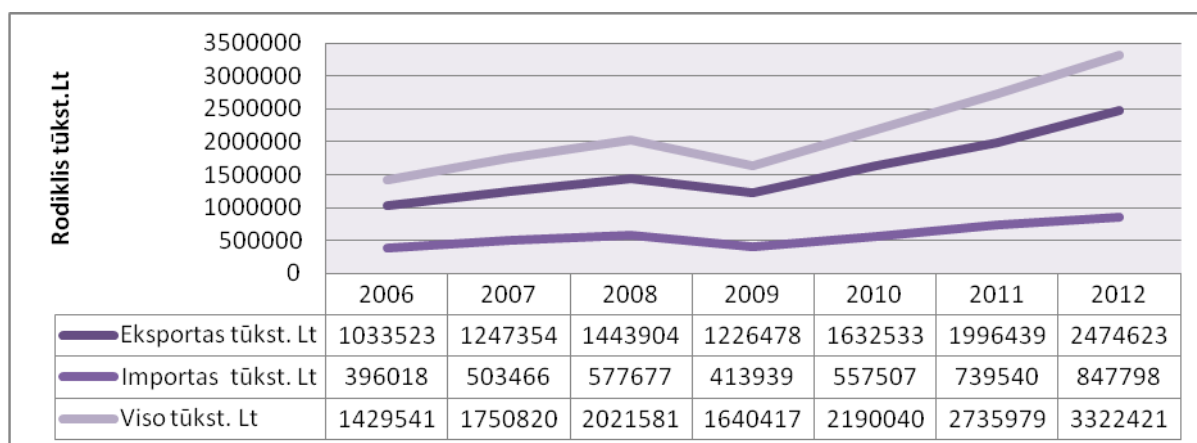
³⁸ Valentinavičius E. SBA koncerno svetainė. 2014. Prieiga internetu: www.sba.lt (žiūrėta: 2014 12 13).

2.2.2. Pasaulinės ekonomikos krizės įtaka Lietuvos baldų pramonei

Lietuvos ekonomika per 2008 m. krizę susidūrė su viena didžiausių šalies istorijoje recesijų. Pasaulinė krizė darė įtaką ekonomikos nuosmukiui visose verslo srityse, įskaitant ir baldų pramonę. „*Tai sąlygojo gamybos apimčių, apyvartos sumažėjimą, bankrutuojančių įmonių skaičiaus augimą.*“³⁹

Ekonomikoje krizė yra vienas iš įprastinių ciklinių periodų, natūraliai prasidedančių po ekonomikos pakilimo. J. Čepinskis ir E. Bendoraitienė (2012) straipsnyje „Lietuvos baldų pramonės pokyčiai ir tendencijos ekonominės krizės laikotarpiu“ mini dvi teorijas: ciklą į keturias pagrindines fazes – depresiją, atsigavimą, augimą, nuosmukį – skirstančią R.Dornbusch, S. M. Fischer ir R. Start teoriją (1998), ir naujesnę, šešias ekonomikos ciklo fazes – augimą, pakilimą, įspėjimą, smukimą, depresiją ir pagyvėjimą – išskiriančią M. Valentinaitės ir V. Snieškos (2005) teoriją.

8 pav. Eksporto ir importo rodikliai baldų pramonėje



Sudarytoja Greta Bendikaitė remiasi šaltiniu: Lietuvos statistikos departamento prie Lietuvos Respublikos Vyriausybės duomenys (2014).

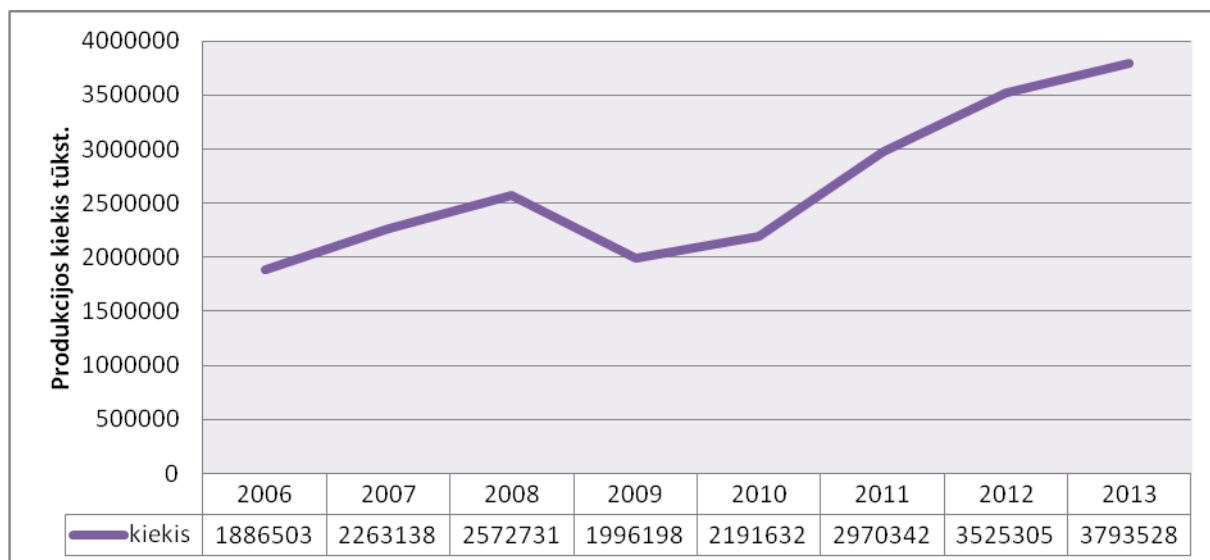
Siekiant pagerinti nedidelės Lietuvos vidaus rinkos ekonominę padėtį, reikėtų orientuotis į eksportą (8 pav.). Pagal statistikos departamento pateiktus duomenis, baldų eksportas Lietuvoje sudaro didesnę baldų rinkos dalį nei importas. Krizės laikotarpiu šalies ekonomikoje pastebėtas nuosmukis: 2009 m. rodikliai smuko labiausiai. Didžiausią smukimą lėmė pasaulinės krizės metu sumažėjusi paklausa ir kritusios produkcijos kainos. 2010 m. ekonominiai eksporto rodikliai tolygiai auga ir pasiekia prieškrizinį laikotarpį. Importas

³⁹ Čepinskis J., Bendoraitienė E. *Lietuvos baldų pramonės pokyčiai ir tendencijos ekonominės krizės laikotarpiu. Taikomoji ekonomika: sisteminiai tyrimai* 2012, 6/1, p.73

sudaro apie 25 % bendros prekybos su užsienio valstybėmis dalį. Šis rodiklis tiek krizės laikotarpiu, tiek ir vėliau išlieka ganėtinai stabilus. Tai rodo, jog Lietuvos baldų pramonė yra pakankamai išvystyta ir pajėgi aprūpinti ne tik vidaus rinką, bet ir tris ketvirtadalius pagamintos produkcijos eksportuoti į užsienio rinkas.

Palyginus su 2008 m. rodikliais, Lietuvos baldų produkcijos kiekiai (9 pav.) 2009 m. smuko 22,4%, tačiau nuosmukis netruko ilgai: jau 2010 metais matomas 9,7% augimas, o 2011 m. produkcijos gamybos mastai padidėjo 35,5% ir vėliau tolygiai auga. 2013 m. baldų pramonės pagaminamos produkcijos kiekis beveik padvigubėja, 1,9 karto viršydamas krizės laikotarpio ekonominius rodiklius. To priežastis – išaugusios žaliavų ir produkcijos kainos, vidaus ir užsienio rinkų atsigavimas, padidėję eksporto kiekiai. Atsižvelgiant į tolygaus augimo tendencijas, galima daryti prielaidą, kad baldų produkcijos vertė ir toliau didės.

9 pav. *Pramonės produkcija (be PVM ir akcizo) to meto kainomis*



Sudarytoja Greta Bendikaitė remiasi šaltiniu: Lietuvos statistikos departamento prie Lietuvos Respublikos Vyriausybės duomenys (2014).

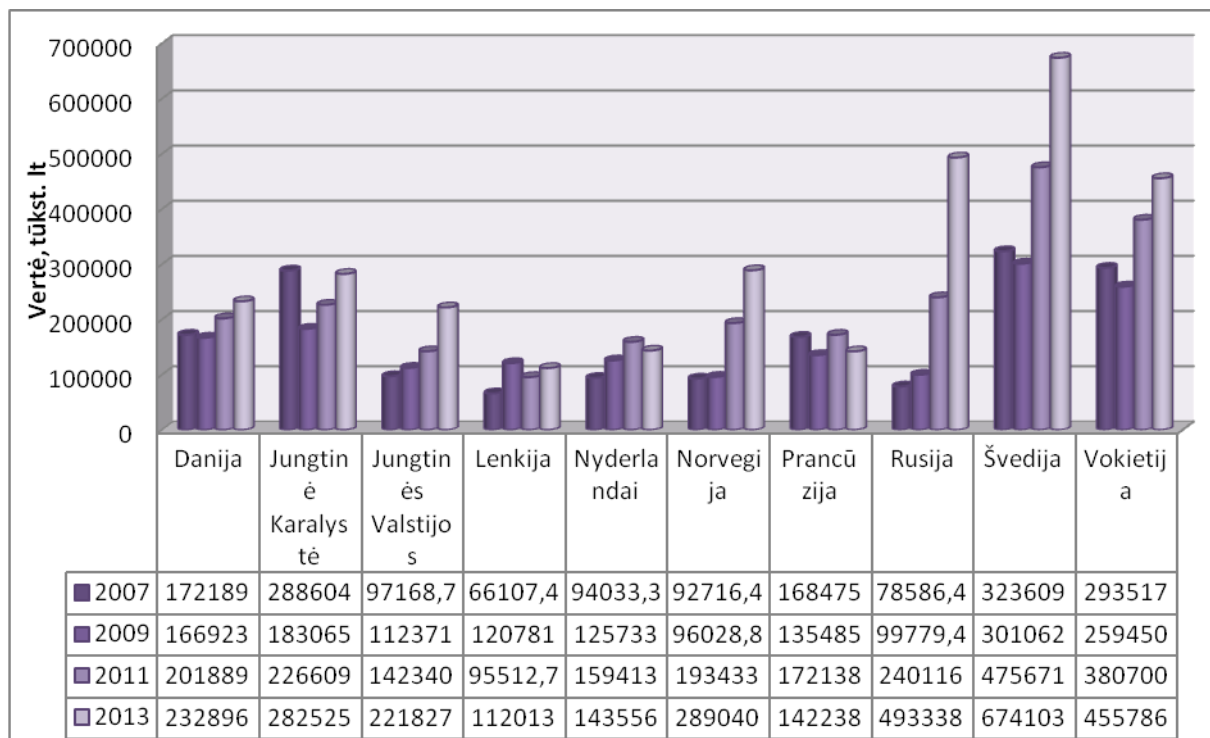
Čepinkis ir Bendoraitienė teigia, jog pagrindiniu Lietuvos įmonių eksporto partneriu 2010 m. tapo Švedijos koncernas „IKEA“. Šios šalies rinkai tuo metu Lietuva gamino apie 95% visos eksportuojamos baldų produkcijos. Pagal baldų tiekimo kiekį „IKEA“ koncernui, lyginant su kitomis šalimis eksportuotojomis, tuo metu Lietuva užėmė 5-ąją vietą⁴⁰.

Analizuojant Lietuvos statistikos departamento duomenis ir stebint, į kokias šalis per paskutiniuosius aštuonerius metus buvo dažniausiai eksportuojami lietuviški baldai, sudarytas 10-ies šalių sąrašas (10 pav.). Iš jo matyti, kad didžiausias produkcijos kiekis buvo tiekiamas

⁴⁰ Čepinkis J., Bendoraitienė E. op.cit. p. 79

Švedijai ir Vokietijai. 2013 m., lyginant su paskutiniųjų dvejų metų rodikliais, padvigubėjo baldų eksportas į Rusiją. Didelis lietuviškų baldų kiekis paskutiniaisiais metais buvo eksportuotas į Norvegiją (ji yra ketvirtoje vietoje pagal iš Lietuvos importuojamų baldų produkcijos mastus), kiek mažesnis – į Jungtinę Karalystę, Daniją ir Jungtines Valstijas. Pastebima tendencija, jog mažiausias lietuviškų baldų kiekis paskutiniaisiais metais buvo eksportuotas į Lenkiją, Nyderlandus ir Prancūziją.

10 pav. Valstybės, į kurias daugiausia eksportuota baldų



Sudarytoja Greta Bendikaitė remiasi šaltiniu: Lietuvos statistikos departamento prie Lietuvos Respublikos Vyriausybės duomenys (2014).

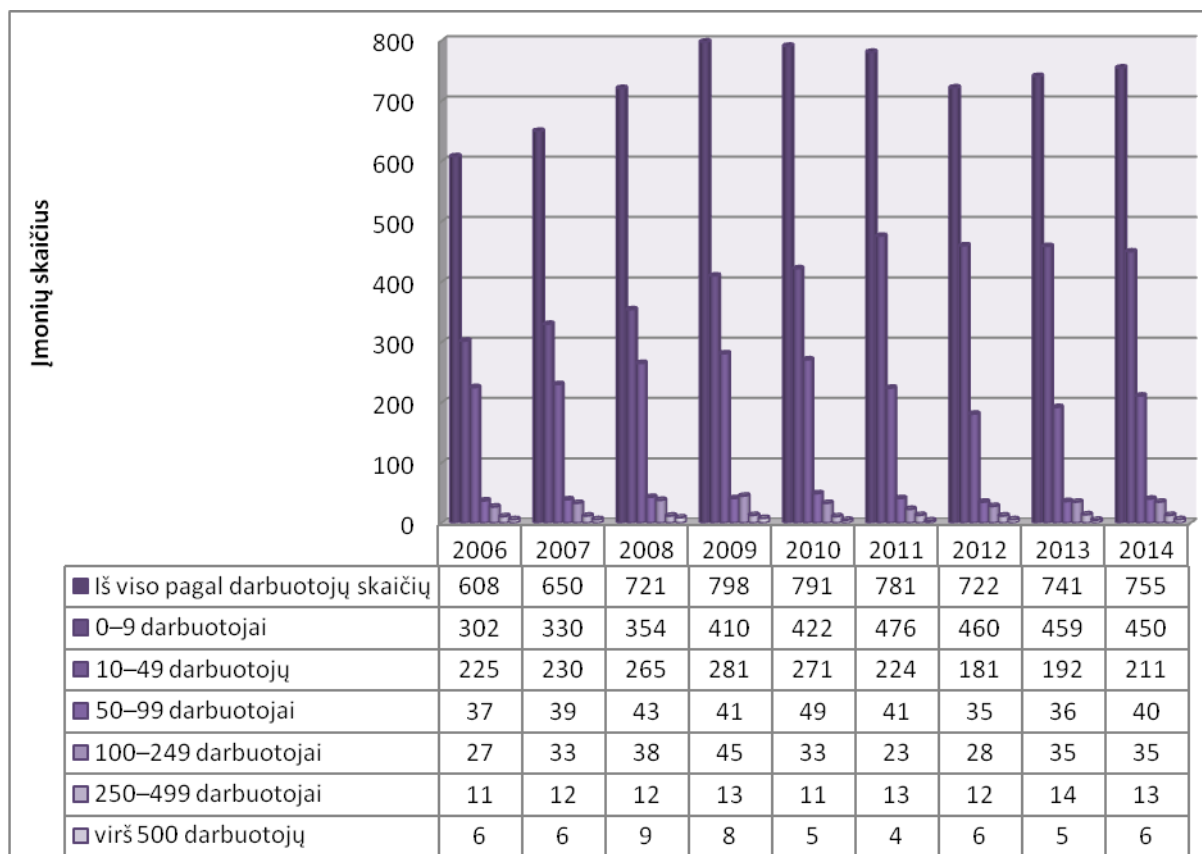
Vertint turimus duomenis, 2011–2013 m. matomas lietuviškų baldų eksporto padidėjimas (daugiausiai į Rusijos, Skandinavijos valstybių, Vokietijos šalių rinkas). 2014 m., remiantis Statistikos departamento prie Lietuvos Respublikos Vyriausybės pateikiama informacija, lietuviški baldai eksportuoti beveik į 100 pasaulio valstybių. Į likusių šalių rinkas baldai eksportuoti ganėtinai nedideliais kiekiais, kai kada – tik pavieniais atvejais.

Stebint baldų įmonių kiekio Lietuvoje kitimą (11 pav.), pastebima, kad bendras rinkoje egzistuojančių įmonių skaičius krizės laikotarpiu pasikeitė nežymiai. Tik 2009 m. rinkoje jis išaugo, pasiekdamas rekordinį 798 įmonių skaičių, o 2012 m. sumažėjo 9,5%.

Pokyčių pastaraisiais metais pastebima pačių įmonių struktūrose: pavyzdžiui, iki 9 asmenų samdančių smulkių įmonių skaičius, neskaitant nedidelių svyravimų, nuolat didėjo.

Panašias tendencijas galima įžvelgti ir vidutinėse (50–99 asmenis samdančiose) kompanijose: jų skaičius piką pasiekė 2011 m., o vėliau sumažėjo 18% iki 40 įmonių. 10–49 darbuotojų ir daugiau nei 100 darbuotojų samdančių kompanijų skaičius rinkoje reguliariai mažėjo iki pat 2014 m. pradžios, vėliau procesas stabilizavosi.

11 pav. Veikiančių įmonių skaičius metų pradžioje



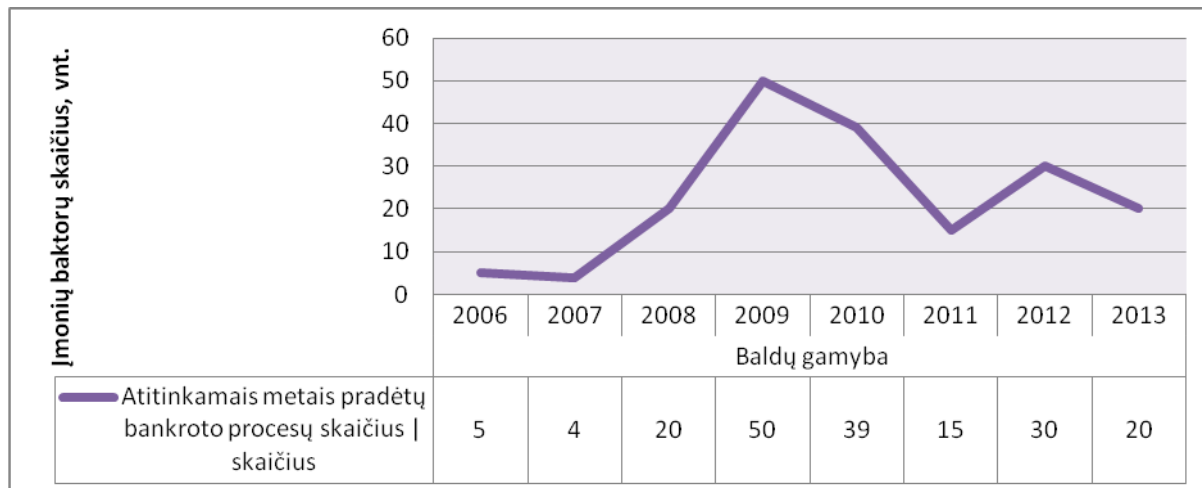
Sudarytoja Greta Bendikaitė remiasi šaltiniu: Lietuvos statistikos departamento prie Lietuvos Respublikos Vyriausybės duomenys (2014).

Siekiant įvertinti pramonės rinkos situaciją, svarbu nustatyti, kiek įmonių rinkoje dirba pelningai, o kiek – nepajėgia atlaikyti konkurencijos ir patiria nuostolį. Pramonės ekonomikos pakilimo laikotarpiu bankrutavo minimalus baldų pramonės įmonių skaičius (12 pav.). Jis net 5 kartus išaugo tik prasidėjus kriziniam ekonomikos periodui: ši tendencija vyravo iki 2009 m. 2011 m., pamažu ėmus gerėti ekonominei situacijai, bankrutuojančių įmonių skaičius sumažėjo iki 15 bankrotų per metus; šis pokytis optimistiškai nuteikė pramoninkus. Tačiau neilgam: 2012–2013 m. bankrutuojančių įmonių skaičius svyravo ir išliko 5–8 kartus didesnis, nei prieškriziniu laikotarpiu.

Lyginant bankrotą paskelbusių ir veiklą vykdančių baldų įmonių kiekį paaiškėjo, kad bankrotą paskelbė mažiau įmonių, nei pasikeitė veiklą vykdančiųjų įmonių skaičius.

Atsižvelgiant į šį faktą, galima daryti prielaidą, kad tuo laikotarpiu arba kūrėsi vis daugiau naujų įmonių, arba senosios pakeitė veiklos mastus: iš vidutinių reorganizavosi į stambesnes ar smulkesnes.

12 pav. Konkrečiais metais pradėtų bankroto procesų skaičius



Sudarytoja Greta Bendikaitė remiasi šaltiniu: Lietuvos statistikos departamento prie Lietuvos Respublikos Vyriausybės duomenys (2014).

Apžvelgus keleto Lietuvos didžiausių baldų įmonių („Vilniaus baldai“, „Freda“, „Šilutės baldai“, „Baldai Jums“) produkcijos pardavimo rodiklius (13 pav.), paaiškėjo, kad beveik visa šių gamintojų produkcijos dalis yra eksportuojama į užsienį. 2010 m. vidaus rinkai „Freda“ pateikė apie 12% savo produkcijos, o 2013 m. rodikliai sumažėjo iki 0,6%. „Vilniaus baldų“ ir „Baldai Jums“ eksportas 2010–2013 m. išliko stabilus, o „Šilutės baldų“ produkcijos eksportavimo vidaus rinkai dalis sumažėjo tik paskutiniaisiais metais. Į užsienį šios įmonės eksportavo nuo 83% iki 99% visos pagamintos produkcijos. Šis faktas rodo, jog minėtųjų baldus gaminančių įmonių klestėjimui svarbesnė yra užsienio, o ne vidaus rinka.

Šiek tiek mažesnę dalį savo produkcijos eksportui skiria „Kauno Baldai“. Vidaus rinkai skiriama apie 20–25% gaminių. Bene didžiausią dalį minkštųjų baldų (65-76%) vidaus rinkoje realizuoja įmonė „Lauksva“.

Analizuojant visų aptartų Lietuvos įmonių eksporto ir importo rodiklius, pastebimos eksporto augimo tendencijos. Remiantis gautais duomenimis, galima daryti prielaidą, jog vidaus rinkos pokyčiai baldų gamintojams, bent jau didesnių įmonių, darys vis mažesnę įtaką.

Tiriant, kokias pasekmės baldų pramonei turėjo krizės laikotarpis, galima daryti išvadą, kad didžiąją dalį savo produkcijos į užsienį eksportavę baldų gamintojai patyrė švelnesnę krizės poveikį nei tie, kurie dirbo tik vidaus rinkoje. Pastebimos baldų gamybos

sektoriaus augimo tendencijos. Sumažėjus vietinės rinkos perkamajai galiai, krizę išgyvenę baldų gamintojai didesnę produkcijos dalį ėmė eksportuoti į užsienio valstybes.

13 pav. *Baldų įmonių parduotos produkcijos pasiskirstymas*

Kompanija	Parduota produkcijos tūkst. lt				Eksportuota produkcijos %				Parduota vidaus rinkoje %			
	2010	2011	2012	2013	2010	2011	2012	2013	2010	2011	2012	2013
Vilniaus baldai	197215	238372	230142	166115	98,4	97,5	98	98,9	1,58	2,51	1,97	1,1
Freda	157405	234724	242815	228851	87,9	82,8	90,2	99,4	12,1	17,2	9,85	0,6
Šilutės baldai	80636	89453	100202	108631	98,6	97,8	98,6	92,3	1,41	2,16	1,39	7,7
Baldai Jums	20676	32207	28176	30283	94,4	95,4	92,5	94,9	5,56	4,62	7,54	5,1
Kauno baldai	22722	24495	37688	36303	79,7	73,7	74,1	78,5	20,3	26,3	25,9	21,5
Lauksva	3354	4084	5137	4829	24,3	32,4	26,2	30,9	75,7	67,7	73,8	69,1

Sudarytoja Greta Bendikaitė remiasi šaltiniu: Lietuvos medienos asociacijos svetainės duomenimis (2014).

Vyrauja tendencija, jog eksportu užsiimančios įmonės (pvz., baldus tiekiančios „IKEA“ koncernui pagal jo užsakymus), ekonomikos krizės laikotarpiu atsigauna sparčiau. *„Produkcijos gamyba užsienio užsakovams didina priklausomybę nuo pirkėjo, tačiau kartu skatina dinamišką sektoriaus augimą, nepriklausomai nuo šalies ekonominės krizės masto. Pagrindinė sektoriaus pridėtinė vertė sukurama eksportuojančiose įmonėse.“*⁴¹. Nors „IKEA“ strategija Lietuvoje yra ilgalaikė, tačiau derėtų ieškoti ir kitų alternatyvių rinkų eksportui bei, atsigaunant šalies ekonomikai, didesnę dėmesį skirti vidaus rinkai.

⁴¹ Čepinskis J., Bendoraitienė E. op.cit. p. 80.

2.2.3. Baldų sektoriaus stiprybių, silpnybių, galimybių ir grėsmių (SSGG) analizė

Stiprybių, silpnybių, galimybių ir grėsmių metodas (SSGG-SWOT) leidžia nustatyti Lietuvos baldų pramonės silpnąsias ir stiprias puses, įvertinti esamas ar būsimas grėsmes bei atrasti galimybes (14 pav.). Sudarant šią lentelę ir vertinant baldų pramonės ypatumus, remtasi asmenine šio darbo autorės patirtimi, taip pat – R. Budrio⁴², A. Smalenskaitės⁴³ ir E. Ginkaus⁴⁴ baigiamųjų magistrinių darbų apie baldų pramonę įžvalgomis.

14 pav. Baldų sektoriaus SSGG (SWOT) analizė

Stiprybės	Silpnybės
➤ Pigi ir kvalifikuota darbo jėga	➤ Nedideli ir nestabilūs vietinių žaliavų ištekliai
➤ Kokybę ir našumą garantuojančių modernių technologijų taikymas baldų gamybos procese	➤ Stipri konkurencija užsienio rinkose
➤ Smulkių įmonių lankstumas tenkinant kliento poreikius	➤ Mažas stambių įmonių veiklos lankstumas
➤ Palanki geografinė padėtis – netoli didelių baldų rinkų	➤ Produkcijos vardo, markės (angl. brand) nebuvimas
➤ Koncerno „IKEA“ teikiamos eksporto galimybės	➤ Nedideli darbuotojų atlyginimai
➤ Ilgametės baldų sektoriaus tradicijos	➤ Nedidelis kūrybiškumo naudojimas baldų projektavimo procese
➤ Didelis gamybinis pajėgumas	➤ Žemas pridėtinės vertės lygis
➤ Mokslo įstaigose ruošiami specialistai	
➤ Vietinės žaliavos naudojimas	
Galimybės	Grėsmės
➤ Kokybės didinimas	➤ Vidaus rinkos perkamosios galios mažėjimas
➤ Plėsti eksporto rinkų geografiją	➤ Darbo jėgos brangimas bei trūkumas
➤ Didinti pigesnių ir įvairesnių žaliavų iš užsienio importą	➤ Žaliavų trūkumas ir brangimas
➤ Plėsti nestandartinių baldų asortimentą, pvz. ekologiškų, transformuojamų, individualių baldų gamybą	➤ gyventojų mažėjimas: didėjanti emigracija, mažėjantis gimstamumas
➤ Gamybos plėtrai įsisavinti ES struktūrinių fondų paramą	➤ Energijos ir kuro kainų kilimas

⁴² Budrys R. *Lietuvos baldų pramonės konkurencingumo įvertinimas*. Magistro baigiamasis darbas. KTU, 2006.

⁴³ Smalenskaitė A. *Eksporto ir konkurencinių pranašumų sąveika Lietuvos Baldų pramonėje*. Magistro baigiamasis darbas. VGTU, 2009.

⁴⁴ Ginkus E. *Ekologinio produkto strategija Lietuvos baldų pramonės įmonėse*. Magistro baigiamasis darbas. VU, 2006.

➤ Formuoti prekės įvaizdį, viešinti prekės ženklą	➤ Didelė konkurencija ES šalyse
➤ Vykdyti elektroninę prekybą	➤ Didėjanti Kinijos baldų konkurencija
➤ Didesnį vaidmenį skirti gaminio dizainui	➤ „IKEA“ koncerno gamybos perkėlimas į „pigėsnes“ šalis
➤ Kūrybiškiau žvelgti į verslą	
➤ Kurti klasterius	

Sudarytoja Greta Bendikaitė remiasi šiais šaltiniais: asmeninėmis ir R., Budrio, A. Smalenskaitės bei E. Ginkaus magistro darbų įžvalgomis.

Analizuojant SSGG metodu išskirtas stipriąsias baldų pramonės puses, matyti, kad didelę įtaką baldų pramonei daro natūraliai susiklostę istoriniai, geografiniai ir ekonominiai faktoriai. Ilgametės baldų sektoriaus tradicijos tęsiamos jau nuo XX a. pradžios, vėliau BPKB įkūrimo sovietmečiu laikotarpiu, įvairiose mokyklose pradėti ruošti baldų projektavimo ir gamybos specialistai. Būtent tuo metu pastatytos gamyklos, kurių pajėgumas garantavo ne tik vidinės rinkos poreikių patenkinimą, bet ir eksportavimą į kitas sovietinės Respublikos ir Europos šalis.

Po nepriklausomybės atgavimo dauguma stambių baldų fabrikų buvo privatizuoti, tačiau, priešingai nei dauguma pramonininkų, nenutraukė savo veiklos ir ją vystė. Tad didelis pajėgumas išliko. Vietinių žaliavų naudojimas garantavo ir kitų pramonės sričių vystymąsi, tuo pačiu ir baldų produkciją. Ypač palanki aplinkybė mūsų šaliai buvo jos geografinė padėtis: pagrindinės eksporto rinkos įsikūrė sąlyginai netoli – Rusijoje, Skandinavijoje ir kitose Europos Sąjungos valstybėse. Tapo galimas pigesnių žaliavų įsigijimas iš Baltarusijos, Ukrainos. Modernių technologijų taikymas baldų gamybos procese garantavo produkcijos kokybę bei veiklos našumą. Dėl daugelio iš minėtų faktorių į šalies rinką įsijungė „IKEA“ koncernas, užtikrinęs apie 90% Lietuvoje gamintų baldų eksporto ir didžiųjų įmonių veiklos stabilumą.

Smulkiosios baldų įmonės daugiau orientuojasi į vidaus rinką, yra lankstesnės, labiau atsižvelgia į klientų poreikius. Jų darbo specifika pasižymi tiesioginiu darbu su klientais ir didesniu kūrybinio potencialo naudojimu.

Grįžtant prie žaliavų išteklių temos, galima aptarti ir silpnuosius baldų pramonės aspektus. Nors valstybės viduje galima įsigyti reikiamos žaliavos baldų gamybai, ji ne visada būna pigiausia. O gaminant masinio produkcijos baldus, žema kaina yra itin svarbus rodiklis. Pakilus medienos kainoms, ieškoma naujų tiekėjų, kas tai gali laikinai sutrikdyti įmonių veiklą. *„Kitas trūkumas yra žemas darbo našumas bei sukuriama pridėtinės vertės lygis <...>, todėl žema produkcijos savikaina laikosi tik dėka žemo darbo užmokesčio, kas*

*savo ruožtu apsunkina kvalifikuotų specialistų pritraukimą ir išlaikymą.*⁴⁵. Nors didžioji pagaminamos baldų produkcijos dalis eksportuojama į užsienį, tačiau savo prekės ženklo neturėjimas, bevardžių gaminių pagal užsakovo modelius produkavimas konkurencinio pranašumo nesuteikia ir šalies bei jos produktų vardo rinkoje negarsina. Be to, dėl didelių gamybinių mastų stambiosios įmonės yra labai nelanksčios, vangiai reaguoja į pokyčius rinkoje, o atsiradus kaitos būtinybei, savo veiklą reorganizuoja gan sunkiai. Tokios kompanijos, besikoncentruodamos tik į gaminių savikainos mažinimą, veikia per mažai kūrybiškai, nepakankamai orientuojasi į klientų poreikius. Panašu, jog minėtosios įmonės tebesilaiko sovietinio gaminių deficito metu vyravusios nuostatos, jog net ir nefunkcionaliai bei dizaino atžvilgiu primityvi produkcija vis vien bus realizuojama 100%.

Baldų pramonė turi nemažai veiklos plėtros ir tobulinimo galimybių. Ji gali kurti įmonių įvaizdį pasaulinėje rinkoje formuojančius prekinis ženklus, gerinti baldų kokybę, didesnę dėmesį skirti gaminio dizainui, nes šiuolaikinis vartotojas savo interjere ir kitose vartojamose erdvėse siekia unikalumo ir estetikos. Šiuolaikinės įmonės gali ieškoti naujų nišų baldų srityje ir jas vystyti: šiandien ypatingai populiarėjant diskusijoms apie ekologiškumą ir vis didesniam vartotojų kiekiui palaikant šias idėjas, verta atkreipti dėmesį į ekologiškų baldų gamybą.

Baldų įmonės turi ir daugiau galimybių. Pavyzdžiui: kurti keletą funkcijų atliekančius ir interjero erdvės neužkraunančius transformuojamus arba vienetinius, individualiai kiekvienam klientui suprojektuotus baldus, kurie tapo ypač populiarūs ekonominio pakilimo laikotarpiu.

Vartotojo įsitraukimas į projektavimo procesą dažnai tampa svarbesniu faktoriumi už produkto kainą: *prekės kaina bei praktinė jos nauda nebėra vieninteliai prekės pasirinkimo veiksniai*⁴⁶. Kūrybiškesnis požiūris į verslą, modernių marketingo strategijų naudojimas, produkcijos specializacijos didinimas ir vienijimasis į klasterius galėtų padėti sumažinti gamybos kaštus ir didinti įmonių konkurencingumą.

Dar viena galimybė, kol kas menkai išnaudojama Lietuvos baldų gamintojų, – tai elektroninė prekyba. Šią sistemą įsidiegę tiek vidutiniai, tiek ir stambieji baldų gamintojai galėtų tiekti savo produkciją tiek vietinės, tiek ir užsienio rinkos vartotojams. Elektroninė prekyba padėtų plėsti eksporto geografiją ir stiprintų įmonių pozicijas eksporto srityje. Be to, atsiveždamos įvairesnių ir pigesnių žaliavų iš užsienio, įmonės turėtų galimybę plėsti produktų asortimentą ir taip pritraukti naujų vartotojų.

⁴⁵ R.Budrys, op.cit. p. 46

⁴⁶ Banytė J., cit. pg. Tijūnaitė R., Šidlauskienė J., Petukienė E. op.cit., p. 286.

Siekiant modernizuoti baldų gamybos įrengimus, atnaujinti baldų projektavimo programas ar reorganizuoti įmonę, verta pagalvoti apie ES struktūrinių fondų paramos įsisavinimo galimybes. Aktyvių baldų įmonių specializavimasis siauresnėse srityse ir jų jungimasis į klasterius dėl bendro dalyvavimo tarptautinėse parodose ir reprezentacinių bei transporto išlaidų pasidalinimo padėtų įmonėms tapti konkurencingesnėmis dėl sumažėjusių kaštų gaminant specializuotą produkciją, tuo pačių didėtų gamybinis pajėgumas.

Būtina atsižvelgti ir į Lietuvos baldų pramonei kylančias grėsmes. Nuolatinis kvalifikuotos darbo jėgos emigravimas, mažėjantis gimstamumas ne tik daro įtaką gyventojų skaičiaus mažėjimui, bet veikia ir vidaus rinkos perkamąją galią. Atlyginimų didinimą skatinantis emigravimas yra viena iš baldų savikainos didėjimo priežasčių. Tam įtaką daryti gali ir naudojamų žaliavų trūkumas, jų kainų kilimas, energijos bei kuro brangimas. Visi šie veiksniai didina baldų kainą ir mažina konkurencingumą. Per didelę priklausomybę nuo vieno eksporto užsakovo – „IKEA“ koncerno – Lietuvos baldų gamintojams baigtusi tragiškai, jei jis nutartų savo gamybą perkelti į mažiau išsivysčiusias šalis, naudojančias ženkliai pigesnę darbo jėgą. Tad stengiantis įsitvirtinti baldų rinkoje, Lietuvos pramonininkams teks įveikti konkurencinę kovą su kitais ES baldų gamintojais, garsiais jų ženklais, aukštu kokybės lygiu, o taip pat konkuruoti su pigia Kinijos baldų produkcija, vis aktyviau užpildančią Europos baldų rinką.

Atlikus SSGG analizę, pastebima baldų pramonės istorinio palikimo ir tradicijų svarba. Didelis gamybinis pajėgumas sudaro galimybes eksportui. Akivaizdžiomis tampa neigiamos emigracijos ir mažėjančio gimstamumo pasekmės. Modernių technologijų ir elektroninės sklaidos priemonių panaudojimas palengvintų konkurencinę kovą su kitų valstybių, ypač ES ir Kinijos, baldų gamintojais. Kita konkurencingumą didinanti galimybė – baldų klasterių kūrimasis.

3. TIRIAMOJI DALIS. LIETUVOS BALDŲ SEKTORIAUS TYRIMAS

3.1. Kokybinis baldų įmonių tyrimas

Kokybinio tyrimo metu buvo apklausti trijų baldų projektavimu ir gamyba užsiimančių įmonių atstovai. Pasirinkti respondentai atstovauja skirtingoms baldų kūrybos ir gamybos sferoms: masinei baldų gamybai, individualių baldų gamybai, baldų dizaino kūrimui. Tyrimo metu respondentams buvo užduoti klausimai raštu, siekiant išsiaiškinti apklausiamų įmonių darbo specifiką, kūrybiškumo svarbą jų veikloje, respondentų požiūrį į baldų situaciją Lietuvoje (ką, respondentų akimis žvelgiant, reikėtų tobulinti, ar pakankamai dėmesio skiriama dizainui ir pan.). Apklausų raštu klausimai ir atsakymai pateikti prieduose.

Kadangi tyrimo tikslas – atlikti atvejų analizę, pasitelkti ir kiti informacijos šaltiniai. Juozo Brundzos ir „LTD Studio“ analizei naudota literatūros šaltinių analizė, straipsniai, pavyzdžiui, Noreikienės K. „Gyvenimo scenografas“ (2010), įmonės tinklalapis. Masinės baldų gamybos įmonės UAB „FBI Baltic“ veikla buvo domimasi ir telefoninio pokalbio metu. Individualia baldų gamyba užsiimančios įmonės veikla analizuota remiantis šio darbo autorės patirtimi: autorė 7 metus dirba minėtoje įmonėje išmano visus jos veiklos ypatumus.

Baldų dizaino kūrėjas. Juozas Brundza – dizaineris profesionalas – šiuo metu specializuojasi pramoninio dizaino srityje (klausimai ir atsakymai pateikti priede Nr. 4). Dailės akademijoje baigė dizaino specialybę, o nuo antro studijų kurso pradėjo dirbti šioje srityje. Pradžioje kūręs grafinio dizaino darbus, 2001 m. su kolega Gediminu Stoškumi įkūrė studiją „ID dizainas“ ir pradėjo kurti interjerų, prekybinės įrangos dizainus.⁴⁷ „ID dizainas“, 2007 m. įgavęs studijos „LTD Studio“ pavadinimą, gaminių dizaino paslaugas sėkmingai teikia ir šiandien. Studijos darbuotojai ne tik kuria dizainą, bet ir bendradarbiauja su idėjas realizuoti padedančiomis tiekimo ir gamybos įmonėmis.

Studijoje produktų dizainas kuriamas tiek savo iniciatyva, tiek pagal klientų užsakymus. Tiesiogiai su galutiniais vartotojais studijos darbuotojai nebendrauja. Visą pagamintą produkciją Lietuvoje ir užsienyje jie platina per parduotuves, internetines parduotuves, interjero studijas. Iš idėjų gausos atrenkamos tinkamiausios, serijinei gamybai pritaikyti tinkančios idėjos. Po to gaminamas prototipas, o pagaminus pavyzdinį modelį,

⁴⁷ Noreikienė K. Gyvenimo scenografas. *Žurnalas Interjeras.lt pataria*. Nr. 3(22) 2010. 7 psl.

įvertinamos visos jo teigiamos ir neigiamos savybės. Pavyzdinis modelis tobulinimas tol, kol išgaunamas norimas rezultatas. Paskutinis gamybos etapas – serijinė gamyba.⁴⁸

Kadangi pagrindinė studijos ir dizainerio veikla apsiriboja produktų, pritaikytų serijinei gamybai, dizaino kūrimu, siekdamas apsisaugoti nuo plagijavimo atvejų, J. Brundza sukurtą gaminių dizainą registruoja.⁴⁹

Pasak Juozo Brundzos, baldų dizaino idėjų jis semiasi bendraudamas su žmonėmis, keliaudamas, stebėdamas aplinką, taip pat pasinaudoja ir internete pastebėtomis tinkamomis idėjomis. Specialistui svarbus ne tik dizainas, tačiau ir gaminio funkcionalumas bei pritaikomumas. Brundza teigia: „*Kurdamas daiktą, visada galvoju apie žmogų, kuris juo naudosis. Svarbu, ką žmogus darys su tuo daiktu, ką jaus, ką galvos į jį žiūrėdamas, ar bus paprasta, patogų juo naudotis. Man svarbiau būtent tai, o ne tiesiog išreikšti savo idėją, sukurti labai modernų daiktą, kuris gal įdomus pažiūrėti, bet bus visiškai nenaudojamas ar nesuprantamas.*“⁵⁰ Pasak dizainerio, Lietuvoje šiuo metu kuriant baldus stengiamasi koncentruotis į baldų funkcionalumą, praktiškumą, o dizainui skiriama per mažai dėmesio. To priežastis, Brundzos manymu, yra orientacija į vietinę rinką, palaikančią žemas kainas.

Paprašytas nurodyti svarbiausius aspektus, į kuriuos „LTD studijo“ kreipia dėmesį kurdama baldus ir jų dizainą, Brundza pažymėjo:

- Baldų dizainą;
- Baldo funkcionalumą;
- Gaminio kokybę;
- Konkurencingos kainos palaikymą;
- Žaliavų kokybę;
- Gaminio pateikimą laiku.

Paklaustas apie reklamai ir viešinimui skiriamus finansinius ir laiko resursus, Juozas Brundza teigė, kad *konkretaus biudžeto reklamai neturime. Tiesiogiai nesireklamuojame, tačiau naudojame įvairius viešinimo kanalus.*⁵¹ Klientai, dizainerio teigimu, apie „LTD Studijo“ veiklą dažniausiai sužino arba iš spaudos, kurioje publikuota nemažai straipsnių tiek apie studijos veiklą ir pasiekimus dizaino srityje, tiek ir apie patį Brundzą, arba naudodamiesi įvairiais internetiniais kanalais, taip pat išgirdę lojalių „LTD Studijo“ klientų rekomendacijas.

Inovacijos ir kūrybiškumas yra pagrindiniai faktoriai, kuriais vadovaujantis studijos veikla progresuoja. Nuolatinis dizaino pasaulio naujovių stebėjimas, sekimas, pažangių idėjų

⁴⁸ Brundza J. apklausa raštu. 2015

⁴⁹ Brundza J. op.cit.

⁵⁰ Noreikienė K. op. cit. , 7–8 pslp.

⁵¹ Brundza J. op. cit.

paieška ir pritaikymas technologiniuose sprendimuose bei procese ne tik suteikia galimybę mažinti išlaidas ir gamybos kaštus, bet ir didina kūrybinę laisvę, praplečia techninių sprendimų įvairovę. Brundzos įsitikinimu, inovacijų ir kūrybiškumo svarbu siekti ne tik dizaino, bet visose veiklos srityse.⁵²

Pats Brundza baldų dizainą kuria jau 12 metų. Per tiek laiko jis ne tik sulaukė pripažinimo Lietuvoje ir užsienyje, bet ir gavo apdovanojimų. 2007 m. „Litexpo“ parodų centre organizuotame baldų konkurse, jo kurta kėdė „Lya“ lauko baldų dizaino kategorijoje laimėjo II-ąją vietą. Įvertinti ir kiti Brundzos darbai: kabyklos „Auga“ ir „Eskizas“ (15 pav.). Dizaineris yra sukūręs daug įdomaus dizaino funkcionalių baldų.

Kadangi Brundza yra ir Vilniaus Dailės Akademijos dėstytojas, jo požiūris į baldų dizainą ir pramonę plačiaja prasme yra įvairiapusiškesnis, nei vien tik dizaino kūrimu užsiimančių asmenų. Bendraudamas su kitais baldų kūrėjais ir gamintojais, jaunais menininkais ir būsimais dizaineriais, Brundza turi galimybę stebėti naujas, šiuolaikiniam jaunimui aktualias tendencijas, kurios daro įtaką dizainerio nuostatų apie dizaino industriją formavimuisi.

Paklaustas apie asmeninį požiūrį į baldų sektoriaus situaciją Lietuvoje, Brundza akcentavo, jog individualią gamybą renkasi išskirtinumo siekiantys ir nemažai finansinių lėšų turintys žmonės, kurių, natūralu, visuomenėje nėra tiek jau daug, o masinė gamyba skirta plačiajam vartotojų ratui. Visgi šiuolaikinės technologijos ir dizainas, Brundzos įsitikinimu, leidžia masinės gamybos produktus vis labiau personalizuoti ir pritaikyti individualiems poreikiams.⁵³

Dizainerio nuomone, šiuo metu baldų įmonės nors ir nepakankamai, bet vis daugiau dėmesio skiria nestandartinių dizaino sprendimų paieškoms. Kūrybiškumas yra svarbus ne tik baldų, bet ir visose kitose srityse, kadangi didina įmonių gaminių konkurencingumą. Pasak Brundzos, *„teigti, kad baldai nėra pramonės dalis, būtų labai keista, tačiau kai kuriuos baldų kūrimo, vystymo, įvedimo į rinką etapus galima būtų priskirti ir kūrybinėms industrijoms“*.⁵⁴

Apibendrinant J. Brundzos atvejį, galima teigti, kad šio asmens veikla ir pasiekimai atskleidžia dabartinę Lietuvos baldų dizaino situaciją. Nors Brundzos kuriamas pramoninis dizainas yra skirtas masinei gamybai, orientuotas į praktiškumą ir funkcionalumą, tačiau, priešingai nei dauguma standartinių baldų gamintojų, dizaineris daug dėmesio skiria ir gaminio išvaizdai (už tai jis gavo ne vieną apdovanojimą).

⁵² Brundza J. op. cit.

⁵³ Ibid.

⁵⁴ Ibid.

Nors Brundza teigia, kad nemažai dėmesio skiria konkurencingos kainos palaikymui, apžvelgus dizainerio parduodamų gaminių kainas, susidaro įspūdis, jog gaminiai skirti didesnes pajamas turinčioms rinkoms ir yra parduodami dėl skoningo, unikalaus ir praktiško dizaino.

15 pav. Juozo Brundzos apdovanojimus laimėję baldų dizainai

Baldas	Konkursas	Dizaineris	Aprašymas	Iliustracija
Lauko kėdė „Lya“, 2007	„Neformate 2007“ Litexpo parodų centras. II -oji vieta	Juozas Brundza	Kėdė „Lya“ yra dviejų padėčių supamoji kėdė. Pirmą padėtį dydžiu ir proporcijomis atitinka standartinę kėdę. Antroji, apvertus ant kito šono, skirta sėdėti atsilošus. Po lietaus viena iš sėdėjimui skirtų plokštumų visada lieka sausa.	
Kabykla „Auga“, 2008	„Neformate 2008“ Litexpo parodų centras. I -oji vieta; Parodos „Baltic Furniture“ prizas „The Best Industrial Design 2008“	Juozas Brundza	Kabyklos „Auga“ privalumai: skirta augimo procesui matuoti; kiekvienas šeimos narys gali kabinti drabužį pagal savo ūgį; ant jos galima rašyti vardus ir pasimatuoti savo ūgį; turi 41 kabliuką; tinka kabinti drabužiams, šalikams, rankinukams, lietsargiams, kepurėms ir t.t.	
Kabykla „Eskizas“, 2011	Dizaino konkursas „Baldai 2011“ Litexpo parodų centras. Diplomas; „Geras dizainas 2012“ Lietuvos dizaino nugalėtojo apdovanojimas	Juozas Brundza	Pastatoma kabykla „Eskizas“ – išraiškingas ir skulptūriškas interjero akcentas, puikiai atliekantis drabužių kabinimo funkciją, tinkantis privačiame ir visuomeniniame interjere. Nors kabykla yra grakšti ir lengva, klijuotos faneros dėka ji yra itin patvari, stabili, išlaiko didelį sunkių drabužių svorį.	 

Sudarytoja Greta Bendikaitė remiasi šaltiniu: „LTD studio“ svetainė (žiūrėta: 2015 04 11). Prieiga internetu: <http://www.ltdstudio.lt>

Masinės gamybos įmonė (klausimai ir atsakymai pateikti priede Nr. 5). UAB „FBI Baltic“ veikia jau 11 metų. Ji yra dukterinė Norvegijos kompanijos „AS FPI“ įmonė. Pagrindinė UAB „FBI Baltic“ veiklos sritis yra kietųjų ir minkštųjų baldų, stendų, parduotuvių įrangos gamyba, pardavimas ir transporto organizavimas į užsakovo šalį. Kadangi baldai gaminami iš ganėtinai brangių medžiagų – faneros, faneruotės, medžio masyvo, stiklo, įvairių metalinių konstrukcijų, – jie yra ganėtinai brangūs. Kadangi Lietuvos rinkoje šios produkcijos paklausa per maža, beveik visa ji yra eksportuojama. Pagrindinės valstybės, kurioms eksportuojami baldai yra: Norvegija, Vokietija, JAV, Kinija, pagrindiniai užsakovai – viešbučiai ir viešbučių tinklai (viešbutis „Edvard Grieg“), laivų gamintojai („DP Cirrus“, „Fiskerstrand“ ir kt.).

Įmonėje dirba 90 žmonių, jos metinė apyvarta yra apie 12 mln. Lt,⁵⁵ o gamybinis pajėgumas suteikia galimybę gaminti baldus serijiniu būdu. Konstruktorių padalinys paruošia detalius brėžinius, išsklotines ir užsako reikiamas medžiagas. Kadangi įmonė užsiima labai plataus profilio baldų gamyba, dažnai prireikia ir specifinių baldų sudedamųjų dalių, todėl bendrovė bendradarbiauja su daugeliu kitose srityse besispecializuojančių įmonių. Didžioji dalis jų yra furnitūros ir žaliavų tiekėjai. Įmonė dirba tiek su lietuviškomis, tiek su užsienio įmonėmis. Dėl darbo specifikos, pastaruoju metu ji pradėjo bendradarbiauti su keliomis baldus laivams užsakančiomis lietuviškomis įmonėmis.

„FBI Baltic“ reklamai ir informacijos sklaidai lėšų praktiškai neskiria ir neturi sistemingos reklamos strategijos. Tačiau kas keli metai dalyvauja parodose, o patys klientai neretai įmonę suranda per rekomendacijas iš lūpų į lūpas.⁵⁶ Konkurencinės kovos įrankiais konstruktorių padalinio vadovė - konstruktorė Erika Paukštė įvardina aukštą gaminių kokybę, lankstumą, prisitaikymą prie klientų poreikių ir žemą kainą. Tačiau verta pabrėžti, kad kainos rodiklis šios įmonės atveju nedidelis ir konkurencingas gali atrodyti tik užsienio užsakovams, vertinantems pigią Lietuvos darbo jėgą ir mažesnius nei ekonomiškai labiau išsivysčiusiose valstybėse gamybos kaštus. Unikalus, iš brangių žaliavų pagaminti „FBI Baltic“ baldai Lietuvos vartotojams gali pasirodyti sunkiai įperkami.

„FBI Baltic“ teigia klientui skirianti ypatingą dėmesį: *„Mes ne tik sakome: „pirkėjas visada yra teisus“, mūsų įmonėje jis iš tiesų yra visada teisus“*.⁵⁷ Paprašius nurodyti svarbiausius „FBI Baltic“ baldų gamybos aspektus, konstruktorių padalinio vadovė išskyrė šiuos:

- Baldo funkcionalumas;

⁵⁵ Paukštė E. apklausa raštu. 2015

⁵⁶ Ibid.

⁵⁷ Baldai.com svetainė (žiūrėta: 2015 04 12). Prieiga internetu: www.baldai.com

- Gaminio kokybė;
- Gaminio kokybės ir kainos santykis;
- Konkurencingos kainos palaikymas;
- Žaliavų kokybė.

Kaip matome, baldų dizaino šiame sąraše nėra. Tikėtina, jog tam įtaką daro darbo proceso eiga. Kadangi iš užsakovo „FBI Baltic“ dažniausiai gauna pageidaujamo baldo eskizą, įmonei dizaino tobulinti nereikia. Pagal pateiktą eskizą išbraižomas tikslus baldo brėžinys, kuris suderinamas su klientu, o įmonei vėliau belieka apskaičiuoti medžiagų kiekius, paruošti gamybinius brėžinius ir pagamintus baldus pristatyti užsakovui.

Kaip teigia E. Paukštė, „FBI Baltic“ veikloje nedaug kūrybinio proceso. Kūrybiškumas pasitelkiamas gaminį konstruojant, bandant optimaliai ir mažiausiais kaštais panaudoti medžiagas, rasti kuo pigesnę konstrukcinę ir techninę sprendimą. Tačiau UAB „FBI Baltic“ įmonės vadovai, konkurencingumą laikydami svarbiu faktoriumi, diegia naujausias gamybos procesą padedančias optimizuoti technologines sistemas, naudoja novatoriškas žaliavas, furnitūros naujoves.

Kadangi „FBI Baltic“ dirba su užsienio klientais ir didžiąją dalį savo produkcijos eksportuoja, Lietuvos rinkos tyrimų ar kitokios analizės neatlieka. Dėl šios priežasties komentuoti dabartinę Lietuvos baldų situaciją E. Paukštė atsisakė. Paklausta, kokie gaminiai Lietuvos baldų rinkoje yra paklausiausi, respondentė išsakė nuomonę, kad populiareesnė yra individuali gamyba, nes didžiosios baldų įmonės gamina baldus eksportui, pagrinde „IKEA“ koncernui. Dėl šios priežasties, E. Paukštės įsitikinimu, Lietuvos rinkoje lieka vidutinės ir smulkios įmonės, besispecializuojančios pagrinde individualių baldų gamyba.⁵⁸

„FBI Baltic“ gamybos principai būdingi daugeliui produkciją eksportui gaminančių stambių įmonių: dizainui ir kūrybiškumui daug dėmesio gamybos procese neskiriama. Svarbiausiais kriterijais tampa gaminio kokybė, konkurencinga kaina, kliento pasitenkinimas galutiniu gamybos rezultatu.

Individualių baldų gamyba (klausimai ir atsakymai pateikti priede Nr. 6). Individualių baldų gamintojus atstovauti parinkta įmonė UAB „Diforma“. Ji išskirtinė tuo, kad užsiima ne tik baldų gamyba, bet ir baldinės furnitūros prekyba, pristatymu, taip pat teikia įvairias paslaugas smulkiesiems ir vidutiniams baldų gamintojams.

1995 m. pradėjusi veiklos kelią kaip Džeraldo Dromanto įmonė, plėsdama veiklą ir augdama, vėliau ji buvo perregistruota ir pervardinta į UAB „Diformą“. Šiomet įmonei sukako 20 metų. Šiuo metu pagrindinės „Diformos“ veiklos kryptys – baldų furnitūros, MD

⁵⁸ Paukštė E. op. cit.

(medžio drožlių) ir MP (medžio plaušo) plokščių bei ruošinių prekyba, slenkančių sistemų, aliuminio profilio durelių ir rėmų, kietųjų baldų gamyba.⁵⁹ Šias veiklas galima sugrupuoti į tris skyrius:

- Parduotuvė prekiauja baldine furnitūra. Prekes, siūlomas parduotuvės asortimente, įmonė importuoja iš įvairių valstybių (Lenkijos, Čekijos, Ispanijos, Italijos, Kinijos ir kt.), atstovauja užsienio įmones („Volpato“, „Rejs“, „Laguna“, „Maag“, „Gamet“, „Camar“, „Rollyx“, „Zobal“, „Nomet“) Lietuvoje.
- Kietųjų baldų gamyba vykdoma pagal individualius užsakymus. Dažniausiai baldai gaminami privatiems klientams, tačiau klientų sąrašas yra ir savo patalpas, biurus, kabinetus, parduotuves, kavines ir pan. įsirenginėjančios įmonės (Kauno kolegija, „Neodenta“, „Liteksa“, „Kika“, Lietuvos zoologijos sodas, „Optikona“, „Gudobelė“, „Lietuvos energija“, „Kristiana“, „Elinta“, „Jaukurai“ ir kt.). Didžioji baldų dalis sumontuojama Lietuvoje, tačiau įmonė gamina baldus ir eksportui. Pagrindinė veiklos teritorija – Kauno apskritis, kurioje klientams baldus pristato ir sumontuoja įmonės darbuotojai.
- Paslaugos smulkiems baldų gamintojams: prekyba medžio drožlių ir medžio plaušo plokštėmis, ruošinių pjovimas, briaunų kantavimas, gręžimo paslaugos, slenkančių sistemų, aliuminio durelių bei rėmų iš aliuminio profilių gamyba. UAB „Diforma“ atstovauja „Pfleiderer“ ir „Kronospan“ MD ir MP plokščių gamyklas Lietuvoje.

Šiuo metu įmonėje dirba 43 darbuotojai. Metinė jos apyvarta apie 12 mln. Lt (3.475000 EUR).⁶⁰ Per 20 metų „Diforma“, plėsdama savo veiklą, sukūrė partnerių tinklą Lietuvoje ir užsienyje, taip garantuodama nuolatinį asortimento didinimą ir atnaujinimą.

Didžiausią furnitūros ir paslaugų dalį įsigyja smulkūs baldininkai, tad konkuruoti su kitomis įmonėmis, pasak prekybos direktoriaus Algimanto Aleksyno, padeda platus ir tinkamas prekių asortimentas, teikiamos pristatymo paslaugos ir palankios kainos. Paklaustas apie baldų konkurencingumą, direktorius gamybai Aurelijus Visagurskis teigė, kad klientai „Diformą“ renkasi *„dėl tinkamos kainos ir kokybės santykio. Teigiamų draugų, pažįstamų, užsakiusių baldus, atsiliepimų.“*⁶¹ Pozityvūs klientų atsiliepimai ypač svarbūs įmonės reklamai, kadangi „Diforma“ nesinaudoja mokamos reklamos galimybėmis. Daug pastangų ir laiko įmonė skiria ieškodama viešinimuisi tinkamų naujų nemokamų internetinių kanalų.

⁵⁹ UAB „Diforma“ svetainė (žiūrėta: 2015 04 05). Prieiga internetu: www.diforma.eu

⁶⁰ Aleksynas A. UAB „Diforma“ apklausa raštu. 2015

⁶¹ Visagurskis A. UAB „Diforma“ apklausa raštu. 2015

„Diforma“ siekia būti labiau matoma internetinėje erdvėje, todėl viešinimui naudoja įvairius socialinius tinklus. Prieš metus, siekdama tapti pažangesne, „Diforma“ atnaujino savo internetinį tinklalapį.

Klientas, norėdamas užsisakyti baldus, turi kreiptis į projektuotoją - dizainerę ar direktorių gamybai, kad susitarti dėl patalpų ir matavimo laiko, kad pagal tikslius matmenį būtų galima paruošti baldų eskizą. Jei klientai eskizą jau turi, su juo gali atvykti į vietą ar pateikti elektroninę užklausą. Projektuotojai-dizaineriai išsiaiškina klientų norus, poreikius ir, įvertinę turimą informaciją, paruošia baldų eskizą. Eskizas derinamas su klientais, padedama išsirinkti baldams tinkamas medžiagas, spalvinius derinius, furnitūrą, vėliau apskaičiuojama produkto kaina. Viską sutarus, pasirašoma sutartis ir baldai pradedami ruošti gamybai. Šiame procese labai svarbus pačio kliento įsitraukimas į kūrybos procesą. Pasak A. Visagurskio, *„šiuo metu klientai dažniausiai dalyvauja noriai, nors pasitaiko ir tokių, kuriuos reikia skatinti, nukreipti teisinga linkme.“*⁶² Nuo to, kiek aktyviai klientas dalyvauja kūrybos ir derinimo procese, priklauso galutinė baldo sėkmė ir kliento pasitenkinimo jausmas. Kadangi „Diforma“ turi nemažai lojalių klientų, puikiai atsiliepiantių apie šios įmonės gaminamą produkciją, galima daryti prielaidą, jog klientų įtraukimas į baldų kūrybinį procesą yra veiksmingas.

Pasak gamybos direktoriaus, „Diforma“ didžiausią dėmesį gamindama baldus skiria šioms sritims (direktorius jas rinkosi iš pateikto gamybos sričių sąrašo):

- Baldų dizainas;
- Baldo funkcionalumas;
- Gaminio kokybė;
- Kokybę atitinkančios kainos nustatymas;
- Produkcijos asortimento įvairovė.

Analizuojant pasirinktus atsakymus, galima daryti išvadą, kad didžiausias dėmesys „Diformos“ skiriamas pačiam gaminiui: jo išvaizdai, kokybei, funkcionalumui, kainai. Tačiau ne mažesnės pastangos skiriamos siekiant pritraukti klientą, sudominti jį gamybos procesu, taip pat konkurencingumo lygio analizei, papildomų paslaugų, tokių kaip pristatymas ir montavimas, teikimui.

Paklausti, kokias inovacijas įmonė taiko, abu „Diformos“ direktoriai paminėjo technologinės furnitūros inovacijas, kurias stengiamasi panaudoti gaminant baldus.

⁶² Visagurskis A. op. cit.

„Tobulesnius technologinius sprendimus įgyvendiname darbo supaprastinimui, naudodami tiekėjų pasiekimus furnitūros ir medžiagų gamybos srityje“⁶³, – teigė įmonės vadovai.

„Diformos“ veikloje galima pasigesti inovatyvaus požiūrio į darbo organizavimą, pačios firmos prisistatymą ir vardo viešinimą. Kūrybiškumą direktoriai išvelgia tik projektuotojų-dizainerių veikoje, baldo projektavimo metu.

Vadovaujantis inovatyvumo idėjomis, toks požiūris atrodo šiek tiek ribotas ir konservatyvus. „Diformos“ veikloje taip pat pasigendama aiškos ateities vizijos ir tikslų įvardinimo. Nors specialistams sudaromos sąlygos gilinti žinias parodose, tačiau toks tobulinimosi būdas praktikuojamas gana retai, daugiau dirbama vadovaujantis darbo patirtimi, semiamasi idėjų iš kitų architektų, dizainerių projektų. Atsižvelgiant į šiuos faktus, galima teigti, jog „Diformai“ dar yra kur tobulėti. Tačiau turint omenyje, jog įmonės klientų ratas vis didėja, galima daryti išvadą, kad „Diformos“ pasirinkti veiklos prioritetai, priemonės ir pobūdis, bent šiuo metu, yra tinkami.

3.2. Kiekybinė visuomenės apklausa

Kiekybiniam tyrimui atlikti pasirinktas internetinės apklausos metodas. Anketa (klausimai su atsakymais pateikti priede Nr. 7) viešinta socialinių medijų bei internetinių tinklalapių (facebook.com ir apklausa.lt) kanalais. Kadangi anketa siekta ištirti visuomenės požiūrį į baldus, išsiaiškinti, kokius ir kuo vadovaujantis vartotojai renkasi baldus, iš anksto nuspręsta, kad į anketoje pateiktus klausimus gali atsakinėti visi pilnamečiai asmenys nepriklausomai nuo jų amžiaus, lyties ar gyvenamosios vietos. Tyrimo metu naudotas instrumentas – anketa (priedas nr.4). Apklausa buvo platinama tris savaites, nuo 2015 m. vasario 19 d. iki kovo 12 d. Joje sudalyvavo 106 asmenys: 62 moterys (tai sudaro 58,5 % visų apklaustųjų) ir 39 vyrai (tai sudaro 36,8 % visų apklaustųjų). Likusieji 5 asmenys savo lyties nusprendė neatskleisti (tokie respondentai sudaro 4,7 % visų apklaustųjų). Dauguma respondentų yra jauni žmonės: 26–35 metų amžiaus kategorijoje dalyvavo 52 asmenys, 36–45m. amžiaus kategorijoje – 24 asmenys, 18–25m. amžiaus kategorijoje – 17 asmenų, 46–65m. amžiaus kategorijoje – 8 asmenys, 5 asmenys atsakymo į klausimą apie savo amžių nepateikė. Dauguma apklaustųjų yra įgiję aukštąjį išsilavinimą: 61,3% – universitetinį ir 15,1% – neuniversitetinį. Didžioji dalis apklaustųjų (58,5%) gyvena didmiesčiuose ir (32,1%) miestuose. Pagal darbinę veiklą ir užimtumą, asmenys pasiskirstė labai įvairiai: nors apklaustųjų daugumą (42,5 %) sudaro privačių įmonių darbuotojai, tačiau esama ir privačių įmonių savininkų (6 asmenys), valstybinių įmonių darbuotojų (24 asmenys), asmenų,

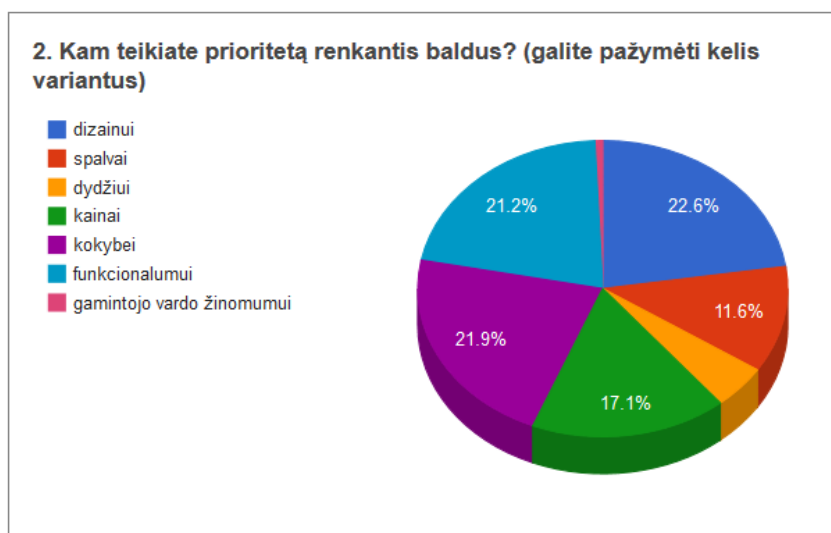
⁶³ Visagurskis A. op. cit.

užsiimančių individualia veikla (11 asmenų), studentų (7 asmenys), vaikus auginančių respondentų (3 asmenys).

Anketa sudaryta ir pateikta apklausa.lt svetainėje. Apklausos pavadinimas „Kokius baldus renkatės?“ respondentą iš karto informavo apie temą, iš kurios bus pateikiami klausimai. Apklausa buvo aktyvi tris savaites, per jas į klausimus atsakė 106 asmenys. Anketa sudarė 17 klausimų. Pirmieji 10 buvo skirti išsiaiškinti vartotojo požiūrį apie baldų sektorių, o likę 7 – sužinoti socialinei-demografinę informaciją apie respondentą. Į socialinius-demografinius klausimus 5-8 asmenys nepanoro atsakyti, nors konfidencialumas buvo garantuojamas. Apklausos duomenų analizei naudoti apklausa.lt infografiniai elementai.

Pirmuoju klausimu buvo siekiama sužinoti, kokiems baldams interjere respondentai skiria didžiausią vaidmenį. Lygiai pusė respondentų (50 %) atsakė, kad jiems svarbiausia yra visų patalpoje esančių baldų spalvinė dermė. Antri pagal svarbumą yra gražūs ir funkcionalūs baldai (už juos pasisakė 28.3 % respondentų). Mažiau balsų surinko kiti atsakymų variantai, tokie kaip teisingas apšvietimas, užuolaidos, kilimai ir kiti jaukumą suteikiantys elementai. Atsakydami į šį, kaip ir į daugumą kitų anketos klausimų, respondentai galėjo siūlyti ir savo pateikiamą atsakymo variantą: taip atsakė 8 asmenys, iš jų 5 respondentai atsakymą formulavo apibendrindami anketoje pateiktus atsakymų variantus (plg. atsakymas: „*svarbus visų išvardintų dalykų balansas*“). Sprendžiant iš atsakymų turinio, galima daryti išvadą, kad daugumai respondentų interjere svarbi yra spalvų dermė, baldų funkcionalumas ir išvaizda.

16 pav. Anketa *Kam teikiate prioritetą renkantis baldus?*

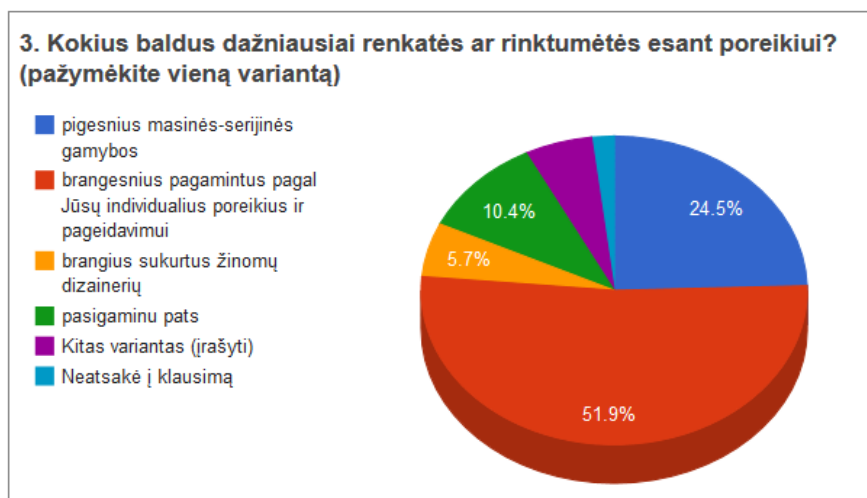


Sudarytoja Greta Bendikaitė remiasi šaltiniu: Apklausa.lt svetainė. (žiūrėta: 2015 03 30). Prieiga internetu: <http://www.apklausa.lt>

Antrasis anketos klausimas – kokiems kriterijams, rinkdamiesi baldus, respondentai teikia prioritetą (16 pav.). Šiame klausime buvo galima pažymėti kelis atsakymo variantus. Beveik vienodą procentinę pasiskirstymą surinko šie atsakymai: renkantys baldus svarbiausia yra dizainas, funkcionalumas ir kokybė (šie kriterijai surinko tokį balsų procentą: 22,6 %, 21,2 % ir 21,9 %). Ketvirtuoju kriterijumi buvo nurodyta baldo kaina (17,1% balsų), penktuoju – spalva (11,6% balsų), šeštuoju – dydis (4,8% balsų). Mažiausiai respondentų balsų (tik 0,7 %) surinko gamintojo vardo žinomumo kriterijus. Vadinasi, respondentams svarbiausias yra baldo dizainas, funkcionalumas ir kokybė, kiek mažiau – kaina, o gamintojo prekinis ženklas (brand), visiškai nėra aktualus.

Klausime, kokius baldus dažniausiai renkami ar rinktųsi esant poreikiui (17 pav.), respondentai galėjo rinkti vieną atsakymo variantą. Didžioji dauguma (net 51,9 %) atsakė, kad rinktųsi pagal individualius jų poreikius ir pageidavimus pagamintus, nors ir brangesnius, baldus, o masinė gamyba liko antroje vietoje (24,5 %). Brangius, žinomų dizainerių sukurtus baldus rinktųsi tik 5,7 % apklaustųjų, o 10,4 % atsakė, kad reikiamus baldus pasigamina patys.

17 pav. Kokius baldus dažniausiai renkatės ar rinktumėtės esant poreikiui?



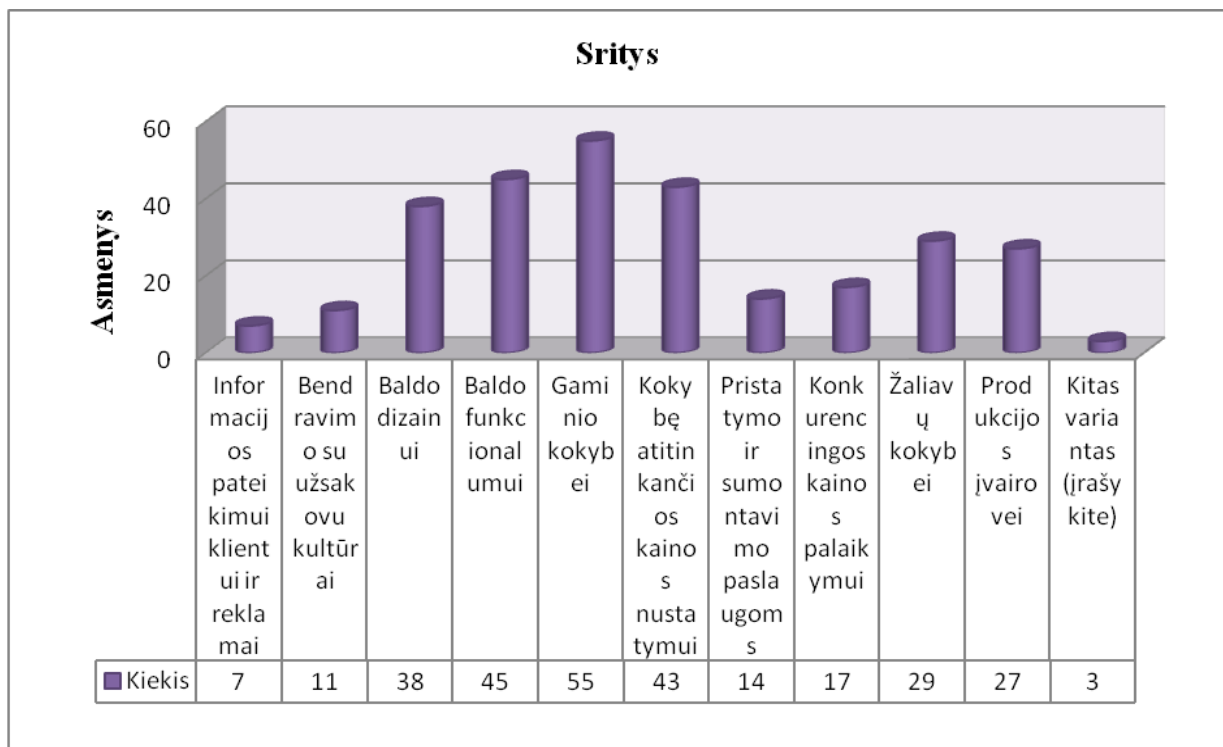
Sudarytoja Greta Bendikaitė remiasi šaltiniu: Apklaus.lt svetainė. (žiūrėta: 2015 03 30). Prieiga internetu: <http://www.apklausa.lt>

Paklausti, kas kiek laiko respondentai įsigyja baldus ir ar atnaujiną jau turimus, 53 asmenys atsakė, kad vieną kartą per 5–10 metų, 30 asmenų baldus įsigyja rečiau nei kas 10 metų, o 14 asmenų – kartą per 1–3 metus. Dažniau nei kartą per metus baldus perka 3 apklaustieji, o 2 asmenys nėra niekada savarankiškai pirkę ar kitaip įsigiję baldų. Taigi tokie atsakymai leidžia daryti prielaidą, kad maždaug pusė respondentų baldų poreikį pajunta vidutiniškai tik kas 5–10 metų.

Norint išsiaiškinti, kokios kilmės baldus apklaustieji įsigyja, paaiškėjo, kad 43,4 % respondentų pirmenybę teikia lietuviškiems baldams. 22,6 % apklaustųjų renka Europos gamintojų baldus, 11,3 % apklaustųjų vertina kaimyninėse valstybėse pagamintus baldus. Net 18 asmenų teigė, kad kilmės šalis jiems nėra svarbi, svarbesnis baldo funkcionalumas ir kokybė.

Renkantis baldus dažnai vartotojui reikalinga aplinkinių pagalba, patarimas, rekomendacija, todėl apklausoje užduodamas ir toks klausimas: kieno nuomonės prašote renkantis baldus. Didžioji dalis respondentų (net 63) pasitiki šeimos narių ir artimųjų nuomone, 13 apklaustųjų linkę pasitikėti salono darbuotojų patarimais, 8 respondentai samdo interjero dizaino specialistus, 1 asmuo tariaisi su kaimynais, o 18 respondentų vadovaujasi savo nuomone (net jei ir išklauso aplinkinių patarimų). Keletas asmenų pasitaria ir su draugais.

18 pav. Klausimas: *Kaip Jums atrodo, kurioms sritims baldų gamintojai šiuo metu skiria daugiausia dėmesio ir resursų?*



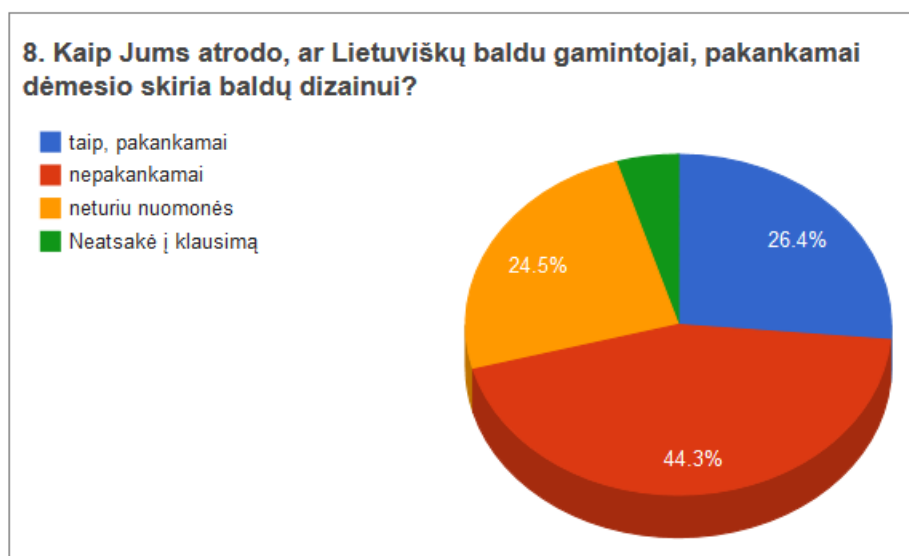
Sudarytoja Greta Bendikaitė remiasi šaltiniu: Apklaus.lt svetainė (žiūrėta: 2015 03 30). Prieiga internetu: <http://www.apklausa.lt>

Kiti anketos klausimai buvo skirti sužinoti respondentų nuomonei apie baldų pramonės situaciją Lietuvoje bei kurioms sritims baldų gamintojai ateityje turėtų skirti daugiau dėmesio (18 pav.). Septintajame klausime respondentai galėjo rinktis keletą atsakymų variantų. Daugiausiai 55 balsai atiteko gaminio kokybei, 45 – baldo funkcionalumui, kiek

mažiau respondentų 43 pasisakė už kokybę atitinkančios kainos nustatymą. Ketvirtoje vietoje respondentai gamintojams siūlo atkreipti dėmesį į baldų dizainą (už tai pasisakė 38 asmenys). Kitos sritys surinko kur kas mažiau balsų: žaliavų kokybę svarbi 29 asmenims, produkcijos įvairovė – 27, konkurencingų kainų palaikymas – 17, o pristatymo ir sumontavimo paslaugos – 14 respondentų. Mažiausiai nusiskundimų respondentai išsakė dėl baldus gaminančių įmonių bendravimo kultūros, informacijos pateikimo ir reklamos.

Paklausus respondentų, ar lietuviškų baldų gamintojai, jų nuomone, skiria pakankamai dėmesio baldų dizainui (19 pav.), net 44,3% (t.y. 47 asmenys) atsakė, kad nepakankamai, 26,4 % (t.y 28) respondentai mano, kad pakankamai. 31 asmuo (29,2 % balsų) šiuo klausimu nuomonės neturi.

19 pav. Klausimas: *Kaip Jums atrodo, ar lietuviškų baldų gamintojai pakankamai dėmesio skiria baldų dizainui?*



Sudarytoja Greta Bendikaitė remiasi šaltiniu: Apklaus.lt svetainė (žiūrėta: 2015 03 30). Prieiga internetu: <http://www.apklausa.lt>

Devintajame klausime respondentų buvo paprašyta nuo 1 (labai blogai) iki 5 (labai gerai) įvertinti baldų pasiūlą Lietuvoje ir su tuo susijusius aspektus. Baldų įvairovę 49 asmenys įvertino kaip vidutinišką, 29 – kaip gerą, 10 – kaip prastą, 6 – kaip labai gerą ir 5 – kaip labai blogą, taigi vertinant atsakymų visumą, galima teigti, kad respondentai baldų įvairovę vertina vidutiniškai ir gerai. Analizuojant tolesnius atsakymus, galima pastebėti, kad dominuoja vidutiniškas vertinimas, antroje vietoje – geras vertinimas, trečioje vietoje – prastas, bet prasti vertinimai surinko dvigubai mažiau balsų nei geri. Vienintelė sritis, kurioje skiriasi atsakymų santykis, yra gaminio kokybė. Čia didžiausią balsų skaičių surinko geras

vertinimas, 39 – vidutiniškas, o likusieji pasidalina 13 balsų. Taip pat labai išsiskiria ir baldų pasiūlos vertinimas. Čia vidutiniškas ir geras vertinimai surinko labai panašų skaičių balsų: 36 ir 35. Labai geram vertinimui skirta 10 balsų.

Išvedus vertinimų vidurkius (20 pav.), paaiškėjo, jog baldų kokybė vertinama geriausiai (ji surinko 3,5 balo). Antroje vietoje pagal vertinimą yra baldų pasiūla (surinko 3,34 balo). Visi likusieji kriterijai surinko panašius balus: baldų įvairovė – 3,21, spalvų ir medžiagų įvairovė – 3,22, profesionalus aptarnavimas – 3,2, gamybos ir pristatymo terminai – 3,19, galutinė kaina – 3,15.

20 pav. Vartotojų nuomonė apie baldų pasiūlą Lietuvoje

	1 (labai blogai)	2 (prastai)	3 (vidutiniškai)	4 (gerai)	5 (labai gerai)	Vidurkis
Baldų įvairovė	5	10	49	29	6	3,21
Baldų pasiūla	3	15	36	35	10	3,34
Spalvų ir medžiagų įvairovė	2	18	42	32	6	3,22
Profesionalus aptarnavimas	0	13	54	29	2	3,20
Gamybos ir pristatymo terminai	3	16	46	29	6	3,19
Galutinė kaina	2	16	47	31	2	3,15
Gaminio kokybė	0	8	39	48	5	3,50

Sudarytoja Greta Bendikaitė remiasi šaltiniu: Apklaus.lt svetainė. (žiūrėta: 2015 03 30). Prieiga internetu: <http://www.apklausa.lt>

Klausime apie baldų įsigijimo būdus, net 42,5 % (t.y. 45 asmenys) atsakė, jog produkciją dažniausiai įsigyja baldų salone, o 38,7 % (t.y. 41 asmuo) baldus užsisako individualiai. Vos 5 asmenys baldus užsisako internetu, 2 respondentai renkasi turgų. Kiti asmenys neišskyrė vieno atsakymo, nes yra linkę baldus įsigyti priklausomai nuo poreikių.

Apibendrinant apklausos rezultatus, galima daryti išvadą, kad visuomenei yra svarbus baldų dizainas, funkcionalumas, kokybė, baldų dermė su kitais interjero elementais. Respondentai yra linkę skirti didesnę sumą pinigų pagal individualius poreikius pagamintiems individualiems baldams įsigyti. Dažniausiai baldai atnaujinami kas 5–10 metų. Kilmės šalis apklaustiesiems nėra esminis rodiklis (svarbesni kriterijai – funkcionalumas ir kokybė), tačiau didesnioji dalis respondentų renkasi lietuviškus baldus. Renkantis baldus didesnioji dalis

apklaustųjų yra linkusi pasitarti su šeimos nariais arba sprendimus priima patys. Vertindami baldų gamintojų darbą, respondentai išskyrė sritis, į kurias gamintojai turėtų atkreipti didesnę dėmesį ir tobulinti baldų funkcionalumą: kokybę, tinkamos kainos nustatymą, dizainą. Mažiausiai pastangų, respondentų nuomone, reikėtų skirti reklamai, bendravimo kultūrai – šių paslaugų kokybe apklaustieji yra labiausiai patenkinti. Net 44,3 % respondentų mano, kad baldų dizainui reikėtų skirti didesnę dėmesį. Apibendrinant baldų pasiūlą, jų įvairovę, medžiagiškumą, kokybę, kainą ir gamybos bei pristatymo terminus, vertinimas svyruoja tarp 3,15 ir 3,5 (penkių balų skalėje), todėl šioms sritims derėtų skirti didesnę dėmesį. Populiariausias baldų įsigijimo būdas yra pirkimas iš baldų salono arba baldų užsakymas individualiai.

IŠVADOS

1. Kūrybiškumo svarba baldų pramonėje jau kurį laiką yra viešų diskusijų tema. Skirtingos valstybės pasitelkia įvairias praktikas ir kūrybinių industrijų srityje baldų dizaino kūrimą vertina skirtingai. Pagal Erik Braun ir Mariangela Lavanga 2007 m. atliktą dalies Europos, Azijos ir Amerikos valstybių kūrybines industrijas skatinančių kultūros politikos priemonių analizę, baldų gamyba ir prekyba nėra priskiriama prie kūrybinių industrijų. Tačiau pramoninis dizainas, kuriam būtų galima priskirti baldo kūrybą ir projektavimą, yra priskiriamas prie griežtai apibrėžtų KI sričių. Švedijoje, Didžiojoje Britanijoje ir daugelyje kitų valstybių baldų dizainas nėra išskiriamas kaip kūrybinių industrijų sritis; jis priskiriamas prie produkto dizaino ar dizaino plačiąja prasme. Austrija baldų dizainą priskiria prie vaizduojamųjų menų ir traktuoja jį kaip kūrybinių industrijų sritį.

2. Išanalizavus R. Strazdo, A. Maceikos, L. Maciukevičienės, R. Tijūnaitės ir kitų teoretikų straipsnius apie kūrybiškumą, baldo dizainą, inovatyvumo siekimą ir gebėjimą įtraukti klientą į kūrybinį procesą, galima daryti išvadą, kad šie faktoriai yra reikšmingi, nes kuria konkurencinį pranašumą.

3. Apžvelgus baldų istoriją ir tradicijas Lietuvoje, pastebimi aiškūs baldų raidos etapai. Pirmieji baldai Lietuvos kaime turėjo daugiau funkcinį pagrindą. Tačiau, nepaisant sunkios buities, žmonės baldus ėmė dekoruoti siekdami ir kūrybinės saviraiškos. Daugiausiai dėmesio baldų dizainui buvo skiriama miestuose, sekančiuose ir besistengusiuose kopijuoti europietiško baldų dizaino madas. Taigi baldų dizaino tradicijos turi ilgaamžį pamatą, kuris ypač sustiprėjo XX a. pradžioje. Tuo laikotarpiu dauguma lietuviškų baldų kūrėjų savo darbuose stengėsi naudoti tautinių motyvų ir modernistinio stiliaus sintezę. Etnografijos ir tautiškumo elementų panaudojimas kuriant baldų dizainą buvo prioritetas. Po 1940-ųjų, Lietuvai praradus autonomiją ir sprendimų teisę, pasikeitė ir baldų stilistika. Kuriam laikui sustojo baldų pramonės tobulėjimas, buvo prarastas ryšys su tradicijomis. Pradėta serijinė masinė baldų gamyba pagal griežtus standartus. Dėl visuotinio prekių deficito iškreipti natūralūs ekonomikos dėsniai, išnyko konkurencija. Tokia situacija ne tik kad neskatino tobulėjimo ir inovacijų diegimo baldų dizaino srityje, bet priešingai – stabdė vystymąsi. Atgavus nepriklausomybę, masinė baldų gamyba išliko dominuojanti, tačiau pradėjo kurtis individualių baldų projektavimu ir gamyba užsiimančios smulkesnės privačios įmonės. Atsirado dizainerių kurtų autorinių baldų poreikis. Šiuolaikinių baldų dizaino pasiekimai yra vertinami įvairių parodų, konkursų metu. Baldų dizainas tampa sritimi, kurioje dizaineriai vis plačiau išnaudoja kūrybinį potencialą. Baldų dizainas pasižymi inovatyvumo tendencijomis.

4. Apžvelgus ekonominę rinkos ir baldų sektoriaus situaciją, galima išskirti pagrindinius konkuruoti padedančius veiksnius: greitą reagavimą į ekonominius rinkos pokyčius, gebėjimą kurti specifinius produktus, specializaciją, kokybės garantiją, konkurentų veiklos ir kainų kitimo stebėjimą, gyvybiškai svarbų norint išlikti konkurencinėje rinkoje. Atlikus SSGG analizę, pastebima baldų pramonės tradicijų tąsa, istoriškai susiklostęs ir išlikęs didelis gamybinis pajėgumas, sudarantis eksporto galimybes. Akivaizdžios emigracijos ir mažėjančio gimstamumo neigiamos pasekmės. Nustatyta, jog konkurencingumą su kitų valstybių (ypač ES ir Kinijos) baldų gamintojais galėtų užtikrinti modernių technologijų ir elektroninės sklaidos priemonių panaudojimas bei klasterių kūrimas.

5. Kokybinio tyrimo metu atlikta atvejų analizė parodė, kad požiūris į baldų gamybos ir kūrybos procesą priklauso nuo darbo specifikos ir nuo individualaus kūrybiškumo svarbos visame baldų gamybos procese suvokimo. Masinei gamybai skirtus funkcinius baldus kuriantis Juozas Brundza gavo nemažai apdovanojimų už gerą dizainą, o masine gamyba užsiimanti įmonė UAB „FBI Baltic“ savo veikloje kūrybiškumą pasitelkia retai, kadangi dirba su iš anksto paruoštu gaminių dizainu, kurio beveik negali koreguoti. Baldus pagal individualius užsakymus gaminanti įmonė UAB „Diforma“ kūrybiškumą įžvelgia baldo kūrimo ir projektavimo etapuose.

6. Kiekybinės apklausos metu paaiškėjo, kad baldų įmonės, respondentų nuomone, turėtų skirti daugiau dėmesio baldų dizainui, kokybei ir funkcionalumui užtikrinti. Respondentai yra linkę pasigaminti baldus pagal asmeninius poreikius ir skonį, net jei tai reikalauja didesnių finansų. Vertindami baldų gamintojų darbą, respondentai išskyrė sritis, kurias gamintojai turėtų tobulinti: tai baldų funkcionalumas, kokybė, tinkamos kainos nustatymas, dizainas. Mažiausiai pastangų, apklaustųjų įsitikinimu, reikėtų skirti reklamai, bendravimo kultūrai – šiomis paslaugomis respondentai patenkinti labiausiai.

7. Kūrybiškumas baldų kūrybos ir gamybos procese yra svarbus aspektas, tačiau kiek jo pasitelkiama, dažniausiai priklauso nuo daugelio veiksnių: įmonės vadovų požiūrio, darbo specifikos, dizainerio gabumų, baldų srities išmanymo ir kt. Lietuvos baldų įmonėse vyrauja ribotas požiūris į kūrybiškumą. Jis dažniausiai suvokiamas tik kaip gaminio dizaino kūrimas. Todėl tiek įmonių vadovams, tiek ir darbuotojams reikėtų gilinti žinias apie kūrybiškumą ir jo pritaikymo galimybes, labiau stengtis diegti inovacijas į visus veiklos procesus, kadangi šie faktoriai didina konkurencinį pranašumą kovoje dėl rinkos klientų.

ŠALTINIŲ IR LITERATŪROS SĄRAŠAS

ŠALTINIAI

1. Aleksynas, Algimantas. UAB „Diforma“ apklausa raštu. 2015
2. Apklausa.lt svetainė. (žiūrėta: 2015 03 30) prieiga internetu: www.apklausa.lt
3. Baldai.com svetainė. (žiūrėta: 2015 04 12) prieiga internetu: www.baldai.com
4. Budrys, Raimundas. *Lietuvos baldų pramonės konkurencingumo įvertinimas*. Magistro baigiamasis darbas. Kaunas. VU. 2006
5. Brundza, Juozas. „LTD Studio“ apklausa raštu. 2015
6. Ginkus, Edgaras. *Ekologinio produkto strategija Lietuvos baldų pramonės įmonėse*. Magistro baigiamasis darbas. Kaunas. VU. 2006
7. Dičkalnytė A. 1900-1940m. *Lietuvos baldininkystės raida: sociokultūriniai ir meniniai aspektai*. Magistro baigiamasis darbas. VDU. Kaunas. 2012
8. Dizaino forumas asociacijos svetainė. (žiūrėta: 2015 03 27) prieiga internetu <http://www.dizainoprizas.lt/>
9. Juospaitytė-Bitinienė, Jurgita. *Ką gali dizainas arba kodėl reikia dizaino politikos?* VDA DIC svetainė n.d. (žiūrėta: 2015 03 02) Prieiga internetu: <http://www.dic.lt/index.php/pageid/609/articleid/367>
10. Lietuvos medienos asociacijos svetainė. (žiūrėta: 2015 02 20), prieiga internetu: <http://www.lietuvosmediena.lt/>
11. Lietuvos statistikos departamento prie Lietuvos Respublikos Vyriausybės svetainė. Prieiga internetu: <http://osp.stat.gov.lt> (žiūrėta: 2015 01 19)
12. LR Seimas. *Lietuvos Respublikos dizaino įstatymas*. Teisės aktų registro svetainė, Vilnius. 2002 (žiūrėta: 2015 02 24), prieiga internetu: <https://www.e-tar.lt/portal/lt/index>
13. LR Kultūros ministro 2009m. kovo 28 d. įsakymas Nr. ĮV-217. *Kūrybinių industrijų skatinimo ir plėtros strategija*. Vilnius. 2009
14. LR Žemės Ūkio ministro įsakymas. Prunskienė. K. D. *Dėl tradicinių amatų klasifikacijos aprašo ir tradicinių amatų klasifikacijos patvirtinimo*. Vilnius. 2008 09 01, skelbtas: Ži., 2008, Nr. 102-3936
15. „LTD Studio“ svetainė. (žiūrėta: 2015 04 11) prieiga internetu: <http://www.ltdstudio.lt>

16. Mukienė, Danutė. *Jonas Prapuolenis*. n.d. Lietuvos taikomoji dekoratyvinė dailė internetinė svetainė www.tdaile.lt (žiūrėta: 2014 06 01) Internetinė prieiga: http://www.tdaile.lt/AUTORIAI/J_Prapuolenis/J_Prapuolenis.htm
17. Natalevičienė L. (n.d.). *XX a. lietuvių baldai ir kiti medžio dirbiniai*. Lietuvos taikomoji dekoratyvinė dailė internetinė svetainė www.tdaile.lt (žiūrėta: 2014 06 01). Internetinė prieiga: <http://www.tdaile.lt/Baldai/Baldai.htm>
18. Paukštė, Erika. apklausa raštu. 2015
19. Smalenskaitė, Ad. *Eksporto ir konkurencinių pranašumų sąveika Lietuvos Baldų pramonėje*. Magistro baigiamasis darbas. Vilnius. VGTU. 2009
20. Štavičiūtė-Natalevičienė L. *Baldų ir kitų medžio dirbinių raida nuo seniausių laikų iki XXI a.* Lietuvos taikomoji dekoratyvinė dailė internetinė svetainė n.d. www.tdaile.lt (žiūrėta: 2015 02 01) Internetinė prieiga: <http://www.tdaile.lt/Baldai/Baldai.htm>
21. UAB „Diforma“ svetainė. (žiūrėta: 2015 04 05) prieiga internetu: www.diforma.eu
22. Valentinavičius, Egidijus. SBA koncerno svetainė. 2014. Prieiga internetu: <http://www.sba.lt/mes/egidijus-valentinavicius/> (žiūrėta 2014 12 13)
23. Visagurskis, Aurelijus. UAB „Diforma“ apklausa raštu. 2015

LITERATŪRA

24. „Bankinės konsultacijos“ UAB (n.d.). *Kūrybinių ir kultūrinių industrijų NKP projektų galimybės paskatinti ekonomiką. Galimybių studija*. Vilnius. Nacionalinė kūrybinių ir kultūrinių industrijų asociacija internetinė svetainė (žiūrėta: 2015 02 24) Internetinė prieiga: <http://www.kikas.lt/>
25. Bernotienė, Stasė; Budrytė Zofija. *Lietuvių valstiečių baldai: katalogas; medžiaga iš LTSR istorijos ir etnografijos muziejaus fondų*. Vilnius: LTSR istorijos ir etnografijos muziejus, 1988
26. Braun, Erik; Lavanga, Mariangela. *An International Comparative Quick Scan of National Policies for Creative Industries*. European Institute for Comparative Urban Research (EURICUR). Erasmus University Rotterdam. EURICUR. 2007
27. Čepinskis, Jonas; Bendoraitienė, Evelina. *Lietuvos baldų pramonės pokyčiai ir tendencijos ekonominės krizės laikotarpiu*. Taikomoji ekonomika: sisteminiai tyrimai, 2012.6/1

28. Černevičiūtė, Jūratė ir kt. *Galimybių studija „Vilniaus kūrybinių industrijų žemėlapis“*. Vilnius: Vilniaus Gedimino technikos universitetas, Atvirojo kodo institutas. 2010
29. Gelūnas A., Janes L., Dalderis I. *Creative industries in Estonia, Latvia and Lithuania*. 2010 09 28 (žiūrėta: 2014 06 02). Internetinė prieiga: <http://www.slideshare.net/kultuuriministerium/creative-industries-in-estonia-latvia-lithuania>
30. Keturka, Alfonsas. *Spalva lietuvių liaudies baldų puošyboje: skrynios, kuparai, spintos*. Vilnius: Mokslo, 1987
31. Krapinski, Bartosz; Rybacka, Małgorzata; Szlachta, Paweł; Szultka, Stanisław. *Klastry w sektorach kreatywnych – motory rozwoju miast i regionów*. Warszawa. Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości. 2012
32. *Lietuviškų baldų dizaino kūrėjai, 1957-1990: Baldų projektavimo-konstravimo biuras – profesionalios veiklos židinys.*/ Sud. V. Beiga, V. Gerulaitienė, E. A. Gūzas. Vilnius: Mokslo ir enciklopedijų leidybos centras, 2013
33. *Lietuvos Kūrybinės ir kultūrinės industrijos*. Integruoto meno, mokslo, studijų ir verslo nacionalinės kompleksinės programos galimybių studija. Rengėjai: R. Antanavičiūtė ir kt. Vilnius. 2008
34. Mackiewicz, Marta; Michorowska, Beata; Śliwka, Agata. *Analiza potrzeb i rozwoju przemysłów kreatywnych*. Raport końcowy. Warszawa. ECORYS Polska Sp. z o.o. 2009
35. Makselis, R. Lietuvos kultūros įstaigų valdymas kūrybinių industrijų plėtojimo pagrindu. *Šiuolaikinis kultūros įstaigų administravimas ir valdymas*. Vilnius: Lietuvos kultūros ministerija, 2007
36. Mažeikis Gintautas. ir kt. *Alytaus ir Utenos apskričių kūrybinių industrijų žemėlapis*. Tyrimo santrauka. Vilnius: Europos kultūros programų centras, 2005
37. Introduction to the Creative Industries in Estonia, Latvia and Lithuania. *News & Politics* svetainė. 2010 09 (žiūrėta: 2015 02 28) Prieiga internetu: <http://www.slideshare.net/featured/category/news-politics>
38. Maceika, Augustinas; Strazdas, Rolandas; Maciukevičienė Liuda. Darbuotojų inovatyvumas pramonės įmonių vertybių sistemoje. *Verslas: teorija ir praktika*. Nr. 1, 2007, p. 46
39. Noreikienė, Kristina. Gyvenimo scenografas. *Interjeras.lt pataria*. 2010. Nr. 3(22)
40. Sage publications. *Origins or Creative Industries Policy*. 2011. (žiūrėta: 2015 02 24). Internetinė prieiga: http://www.sagepub.com/upm-data/42872_Flew.pdf
41. Stankevičius, Petras. *Lietuvos pramonės transformacijos ir jų socialinės – ekonominės pasekmės*. Vilnius: Vilniaus pedagoginio universiteto leidykla, 2009

42. Strazdas, Rolandas. Produkto inovacijų kūrimas kūrybinių industrijų įmonėse. *Santalka: Filosofija, Komunikacija*. VGTU. Vilnius. 2011, t.19, nr.2.
43. Szultka, Stanisław. *Kreatywny łańcuch – powiązania sektora kultury i kreatywnego w Polsce*. Gdańsk. Ministerstwo Kultury i Dziedzictwa Narodowego. 2014
44. *Taikomoji – dekoratyvinė dailė: keramika, tekstilė, interjeras, baldai, metalas, gintaras, oda, stiklas*. Sud. T Adomonis. Vilnius: Mintis, 1965
45. Tijūnaitė, Rita; Šidlauskienė, Jeleną; Petukienė, Evandželina. Klientų įsitraukimo bendrai kuriant baldų projektavimo paslaugas laipsnis. *Verslas, vadyba ir studijos*. VGTU. 2009
46. Usačiovaitė, Elvyra. *Lietuvių liaudies ornamentai: valstiečių baldų puošybos ir simbolikos bruožai*. Kultūros ir meno institutas. Vilnius: Vilniaus dailės akademijos leidykla, 1998

PAVEIKSLĖLIŲ SĄRAŠAS

Nr.	Pavadinimas	Šaltinis, sudarytojas
1 pav.	Kūrybinių industrijų sektoriai	Šaltinis: An International Comparative Quick Scan of National Policies for Creative Industries, European Institute for Comparative Urban Research (EURICUR), Erasmus University Rotterdam, 2007.
2 pav.	Estijos, Latvijos ir Lenkijos kūrybinių industrijų sektoriai	Sudarytoja Greta Bendikaitė remiasi šaltiniais: News & Politics. Introduction to the Creative Industries in Estonia, Latvia and Lithuania 2010.; Szultka S. Kreatywny łańcuch powiązania sektora kultury i kreatywnego w Polsce. Gdańsk 2012; Mackiewicz M., Michorowska B., Śliwka A. Analiza potrzeb i rozwoju przemysłów kreatywnych. Raport końcowy. Warszawa. 2009
3 pav.	Lietuvos kūrybinių industrijų sektoriai	Sudarytoja Greta Bendikaitė remiasi šaltiniu: LR kultūros ministro 2009m. kovo 28 d. įsakymas Nr. IV-217. Kūrybinių industrijų skatinimo ir plėtros strategija. Vilnius. 2009
4 pav.	Produkto inovacijų kūrimo sėkmę lemiantys veiksniai	Sudarytoja Greta Bendikaitė remiasi šaltiniu: Strazdas R. Produkto inovacijų kūrimas kūrybinių industrijų įmonėse. Santalka: Filosofija, Komunikacija. VGTU. Vilnius. 2011.
5 pav.	Lietuvos medienos ir baldų gamybos dalis Lietuvos pramonėje	Sudaryta autorės, Gretos Bendikaitės, šaltinis: Lietuvos statistikos departamento prie Lietuvos Respublikos Vyriausybės duomenimis (2014).
6 pav.	Lietuvos medienos ir baldų gamybos dalis Lietuvos pramonėje, 2008 ir 2013 metais	Sudarytoja Greta Bendikaitė remiasi šaltiniu: Lietuvos statistikos departamento prie Lietuvos Respublikos Vyriausybės duomenimis (2014).
7 pav.	Samdomų darbuotojų skaičius baldų gamybos įmonėse	Sudarytoja Greta Bendikaitė remiasi šaltiniu: Lietuvos statistikos departamento prie Lietuvos Respublikos Vyriausybės duomenimis (2014).
8 pav.	Eksporto ir importo rodikliai baldų pramonėje	Sudarytoja Greta Bendikaitė remiasi šaltiniu: Lietuvos statistikos departamento prie Lietuvos Respublikos Vyriausybės duomenimis (2014).
9 pav.	Pramonės produkcija (be PVM ir akcizo) to meto kainomis	Sudarytoja Greta Bendikaitė remiasi šaltiniu: Lietuvos statistikos departamento prie Lietuvos Respublikos Vyriausybės duomenimis (2014).
10 pav.	Valstybės, į kurias daugiausia eksportuota baldų	Sudarytoja Greta Bendikaitė remiasi šaltiniu: Lietuvos statistikos departamento prie Lietuvos Respublikos Vyriausybės duomenimis (2014).
11 pav.	Veikiančių įmonių skaičius metų pradžioje	Sudaryta autorės, Gretos Bendikaitės, šaltinis Lietuvos statistikos departamento prie Lietuvos Respublikos Vyriausybės duomenimis (2014).
12 pav.	Atitinkamais metais pradėtų bankroto procesų skaičius	Sudarytoja Greta Bendikaitė remiasi šaltiniu: Lietuvos statistikos departamento prie Lietuvos Respublikos Vyriausybės duomenimis (2014).
13 pav.	Baldų įmonių parduotos produkcijos pasiskirstymas	Sudarytoja Greta Bendikaitė remiasi šaltiniu: Lietuvos medienos asociacijos svetainės duomenimis (2014).
14 pav.	Baldų sektoriaus SSGG (SWOT) analizė	Sudarytoja Greta Bendikaitė remiasi šaltiniais: asmeninėmis įžvalgomis, taip pat remtasi Budrio R., Smalenskaitės A. ir Ginkaus E. magistro darbų įžvalgomis
15 pav.	Juozo Brundzos apdovanojimus laimėję baldų dizainai	Sudarytoja Greta Bendikaitė remiasi šaltiniu: „LTD studio“ svetainė. (žiūrėta 2015.04.11) prieiga internetu: http://www.ltdstudio.lt
16 pav.	Kam teikiate prioritetą renkantis baldus?	Sudarytoja Greta Bendikaitė remiasi šaltiniu: Apklausa.lt svetainė. (žiūrėta 2015.03.30) prieiga internetu: http://www.apklausa.lt

17 pav.	Kokius baldus dažniausiai renkatės ar rinktumėtės esant poreikiui?	Sudarytoja Greta Bendikaitė remiasi šaltiniu: Apklaus.lt svetainė. (žiūrėta 2015.03.30) prieiga internetu: http://www.apklausa.lt
18 pav.	Kaip Jums atrodo, kurioms sritims baldų gamintojai skiria daugiausia dėmesio ir resursų šiuo metu?	Sudarytoja Greta Bendikaitė remiasi šaltiniu: Apklaus.lt svetainė. (žiūrėta 2015.03.30) prieiga internetu: http://www.apklausa.lt
19 pav.	Kaip Jums atrodo ar Lietuviškų baldų gamintojai, pakankamai dėmesio skiria baldų dizainui?	Sudarytoja Greta Bendikaitė remiasi šaltiniu: Apklaus.lt svetainė. (žiūrėta 2015.03.30) prieiga internetu: http://www.apklausa.lt
20 pav.	Vartotojų nuomonė apie baldų pasiūlą Lietuvoje	Sudarytoja Greta Bendikaitė remiasi šaltiniu: Apklaus.lt svetainė. (žiūrėta 2015.03.30) prieiga internetu: http://www.apklausa.lt

PRIEDAS NR.1

Pirmieji lietuviški baldai ir amatininkai

Pirmosios rašytinės žinios apie lietuviškus baldus randamos jau XVI a. inventoriuose bei pirmuose Lietuvių kalbos žodynuose. Patys seniausi baldai išlikę iki mūsų dienų yra datuojami XIX a., jie dažniausiai yra saugojami muziejuose, rečiau – privačiose kolekcijose.

Pirmieji baldai skirti daiktų saugojimui buvo kraičloviai ir kraičkubiliai. Jie skirti drabužiams ir audiniams laikyti. Jų pavyzdžių yra išlikę ganėtinai nedaug. Kiek vėliau dvarų inventoriuose pradėtos minėti skrynios. Pastarųjų gamyba ir puošyba užsiimdavo liaudies meistrai. Priklausomai nuo regiono, papročių ir savininkų turtingumą bei socialinį statusą skrynios buvo įvairiai dekoruojamos. *Dvarų skrynios buvo apkaustytos geležimi su užraktais, kartais apmuštos oda*⁶⁴. Naudojamos skirtingos fono spalvos, dominuoja tapyti augaliniai ornamentai, dzūkų regione atsiranda ir štapavimo technika. Kraitinės skrynios buvo merginos ar moters nuosavybė. Iš jos didumo ir sunkumo buvo sprendžiama apie merginos gabumus ir darbštumą, o iš dekoravimo – apie grožio ir skonio suvokimą. Kraičio skrynios buvo laikomos didelėje pagarboje, jos iš nuotakos namų buvo gabenamos su tam tikromis apeigomis ir paveldimos iš kartos į kartą. Mažesnės skrynelės buvo skirtos samdiniams. Jas turėdavo ne tik moterys bet ir vyrai, o jose laikydavo pačius būtiniausius daiktus. Kiek vėliau, pradėtos gaminti šiek tiek kitokios skrynios vadinamos kuparais. Skyrėsi tik jų dangčio forma. Jei skrynios dangtis plokščias, tai kuparo – *padarytas kaip dėžė iš keturių šoninių lentelių ir keleto viršutinių, skobtų lygiai arba išgaubtai*.⁶⁵

Antroje XIX a. pusėje Lietuvos skrynias ir kuparius pradeda keisti 3-4 stalčių komodos. Jos dažomos tiesiog ruda palva. Pereinamasis baldas nuo skrynios prie komodos, buvo pagamintas skrynios pagrindu, o priekis – kaip komodos, su stalčių imitacija. Buityje pradėtos naudoti spintos turėjo kelias paskirtis: *su lentynomis – maistui, indams laikyti, su kabyklomis – drabužiams. Rečiau aptinkamos spintos, kurių vienoje pusėje lentynos, kitoje – kabyklos*.⁶⁶ Dažniausiai gaminamos spintos su vienomis durimis, rečiau – su dvejomis, aptinkama spintų ir su sudalintomis durimis – atskiromis durelėmis viršuje ir didesnėmis durimis apačioje. Jei skrynios dažniausia buvo dekoruojamos dažant, piešiant ornamentus ar

⁶⁴ Bernatienė S., Budrytė Z. Lietuvių valstiečių baldai: katalogas; medžiaga iš LTSR istorijos ir etnografijos muziejaus fondų. LTSR istorijos ir etnografijos muziejus. Vilnius. 1988. p.3

⁶⁵ Usačiovaitė E. 1998. Lietuvių liaudies ornamentai: valstiečių baldų puošybos ir simbolikos bruožai. Kultūros ir meno institutas. Vilnius. 1988. p. 12

⁶⁶ Bernatienė S., Budrytė Z. op.cit., p. 5

jas apkaustant, tai spintos puošiamos filinginėmis durelėmis, drožinėjant, taip pat tapant augalinius motyvus. Maistui laikyti skirtos spintos nuo drabužių spintu skyrėsi tik dydžiu, nors pastarosios nebuvo itin paplitę. Labiau mėgstamos pakabinamos mažesnės spintelės. Jos būdavo arba trikampės formos skirtos kabinti į kampą, arba keturkampės skirtos kabinti sienos viduryje. Galinės šonų briaunos buvo išpjaustomos pagal trobos sienos formą, kad priglustų.

Visų spintų ir spintelių dizainas XIX amžiaus pabaigoje suvienodėjo. Dūrys gaminamos filinginės, dažomos įvairių atspalvių ruda palva, viršus kartais dar puošiamas kiauraraščio karūna. *Po I pasaulinio karo spintos pradėtos dirbti iš lentų ir faneros. Pasikeitė ir dažymo būdai, spintas imta poliruoti. Vietoje tradicinių sodrių spalvų jos dažomos šviesiai.*⁶⁷

Anksčiau išvardinti baldai buvo skirti turto, daiktų saugojimui, laikymui. Kita baldų grupė skirta sėdėjimui, gulėjimui, maistui pasidėti. Šią grupę sudaro stalai, suolai, kėdės, lovos ir kt.

*Suolas... iš pradžių buvo gaminamas iš dviejų ar daugiau trinkų, ant kurių buvo pritvirtinamos storos lentos. Vėliau suolo kojos kito, įgijo profiliuotą formą. Gražesnių suolų ir kėdžių atramėlės imta puošti reljefinio ir kiaurapjūvio geometriniu, augaliniu o kartais ir gyvūninio ornamento motyvais.*⁶⁸ Suolai buvo naudojami ne tik sėdėjimui, bet ir gulėjimui. Jie galėjo būti nekilnojami arba kilnojami. Sudėtingesnių konstrukcijų suolai su atlošais vadinami kanapomis, jos labiausiai buvo paplitusios Aukštaitijoje XIX a. antroje pusėje - XX a. pradžioje. Žemaitijoje suolų funkciją atliko kėdės. Pastarosios buvo pritaikytos skirtingai veiklai. Galima paminėti keletą kėdžių pavyzdžių: paprastos darbinės (pailgos su išpjova sėdynėje), amatininkų (žemesnės, apskritos arba ovalios su išskobtu viršumi), reprezentacinės stovėjusios seklyčiose ar gerosiose trobose (su atlošais) ir kitos. Tiek suolai, tiek kėdės buvo statomi šalia stalo. Pastarasis buvo nesudėtingos konstrukcijos. Jei stalas nekilnojamas – *plati keturkampė lenta, uždėta ant storos medžio trinkos arba keturių tiesių į aslą įkaltų kojų*⁶⁹. Kilnojamų stalų konstrukcija skyrėsi priklausomai nuo vietovės. Stalas galėjo būti sutvirtinamas lentų rėmu, kitur sukonstruojami pakojai, o dar kitur kojos tvirtinamos kryžmai. Didžiausia stalo puošmena buvo jo kojos. Jos galėjo būti lenktos formos ar profiliuotos. Stalas su kėdėmis ar suolais parastai buvo statomas reikšmingiausioje kambario vietoje. Nuo regiono ši vieta galėjo skirtis, pavyzdžiui kambario viduryje – Kuršių Nerijoje, prie sienos – Dzūkijoje, kampe priešais duris – Aukštaitijoje ir t.t.

⁶⁷ Bernatienė S., Budrytė Z. op.cit., p. 5

⁶⁸ Keturka A. Spalva lietuvių liaudies baldų puošyboje: skrynios, kuparai, spintos. Vilnius. 1987. p.11

⁶⁹ Bernatienė S., Budrytė Z. op.cit., p. 3

Pirmosios valstiečių lovos buvo gultai įrengti pasieniuose ir sukalti iš lentų. Dažniausiai tokios rėminio tipo konstrukcijos buvo neišardomos. Tokios jos gamintos net iki XIX a. pabaigos. Dekoruojami buvo lovų galai. Vakarų Lietuvoje galima buvo aptikti lovų ir su mediniais baldakimais, retkarčiais pasitaikydavo praplatintų lovų. Pakabinami lopšiai dažniausiai buvo pinami iš karklo vytelių ar pušies balanų. Jie buvo ovalios formos su vienu tiesiu galu. Dzūkijoje mėgstami drobiniai lopšiai, o tuo tarpu Aukštaitijoje - jie gaminami iš lentų. Šis baldas buvo populiarus iki XX a. pradžios, vėliau pradėjo nykti. Kitokie pastatomieji lopšiai labiau buvo paplitę Žemaitijoje, Suvalkijoje. *Jie įkabinami geležiniais kabliais į medinį rėmą ir linguojami į galus arba į šonus.*⁷⁰

Buityje buvo galima aptikti ir dekoratyvinių baldų. Vienas iš jų – rankšluostinė. Ant jos buvo kabinami gražiausi rankšluosčiai, kurių šeimininkės nenaudodavo, jie buvo skirti puošti patalpą. Yra aptinkama rankšluostinių datuojamų XVII amžiumi tai yra *originalūs lietuviški daiktai, nepastebimi kituose kraštuose.*⁷¹

Pirmuosius amatininkus ir stalių cechus miestuose buvo galima rasti jau XVI a. pabaigoje. Lietuvos aukštuomenė mados klausimais lygiavosi į Europos valstybes. Tuo pačiu ir baldus kaip prabangos ir prestižo elementus gabenosi iš Vakarų valstybių. Net ir Vilniaus amatininkų dirbusių baldus tarpe buvo nemažai užsieniečių. Todėl Lietuvoje gaminami baldai buvo viso labo prabangių vakarietiškų baldų imitacijos ir kopijos. Renesanso laikotarpiu (XVIa. pr. -XVII a. vid.) Lietuvoje gaminti baldai pasižymėjo profiliuotomis ir tekintomis dekoru detalėmis, reljefiniais ornamentais, įvairių medžiagų inkrustacijomis. Paviršių apdirbimui naudojamas beicavimas, vaškovimas ar dažymas, mėgstamiausios spalvos buvo žalia, geltona, balta, raudona. Šio laikotarpio garsiausi baldininkai buvo baldų drožėjas Lapacinskis ir vengras M. Kežmarko.⁷²

Barokinio stiliaus baldai Lietuvoje gaminami nuo XVIIa. pradžios iki XVIIIa. pabaigos. Gamyba vykdoma amatininkų cechuose ar vienuolynų dirbtuvėse. Šio laikotarpio baldams būdingos lenktos linijos, banguoti siluetai, gausi augalinių ir geometrinių motyvų puošyba.⁷³ Iš šio laikotarpio baldininkų yra žinomi – F. Donelaitis, J. Mikutaitis, I. Barčius, D. Džotas, A. Kasparis, J. Boklauskas ir kt.

Bernatonienė S., Budrytė Z. op.cit., p. 3

⁷¹ Usačiovaitė E.op.cit. p. 13

⁷² Šatavičiūtė-Natalevičienė L. (n.d.). *Baldų ir kitų medžio dirbinių raida nuo seniausių laikų iki XXI a.* Lietuvos taikomoji dekoratyvinė dailė internetinė svetainė www.tdaile.lt (žiūrėta: 2014 06 01) Internetinė prieiga:

<http://www.tdaile.lt/Baldai/Baldai.htm> p. 14

⁷³ Ibid

Nuo XVIIIa. pabaigos iki XIXa. vidurio baldų dizaine išryškėjo klasicizmo stiliaus tendencijos. Daugumoje baldai gaminami miestų cechuose ir dvarų bei vienuolynų dirbtuvėse. Šiuo laikotarpiu daug meniškų baldų pagaminta Radvilų, Oginskių ir kitų didikų manufaktūrose. Nemažai pradėdama importuoti baldų ir iš Lenkijos, Vokietijos, Čekijos. Lietuviški klasicistiniai baldai nuo užsieninių skyrėsi konstruktyvumu, lengvumu, mobilumu, saikingesne puošyba. Gamybai naudojamos vietinės medienos rūšys, tokios kaip pušis, ąžuolas, klevas, uosis ar eglė. Pradėta naudoti įvežtinės faneruotės fragmentai.

Nuo XIXa. vidurio baldų gaminimo tradicijos nelabai pasikeitė. Bydermejerio laikotarpiu iki 1863m. koregavosi tik žaliavos, iš kurių gaminti baldai. Nors dažniausiai naudota vietinė mediena, bet labiau mėgstama trešnė, kriaušė, klevas, topolis, alksnis. *Nuo vakarietiško baldų lietuviškieji skyrėsi supaprastinta, masyvesne, grubesne forma ir kuklesne apdaila.*⁷⁴ Padidėjo baldų atmainų įvairovė atsižvelgiant į baldų paskirtį, palaipsniui įsigalėjus neobaroko ir neorokoko stiliams, baldų linijos pasidarė banguotesnės, lankstesnės, tačiau išlaikytas baldų stabilumas ir tvirtumas. XIXa. pabaigoje dvaruose paplito medžiotojų baldai su briedžių ragų dekorais. Taip pat gaminami ir baldai lietuvių liaudies motyvais. Daug dirbinių pagaminta bažnyčioms, vienuolynams. Vilniuje stambiausi baldų gamintojai buvo Gilelso ir P. Dovydavičiaus dirbtuvės, Kaune J. Romerio „Elena“⁷⁵.

Tuo tarpu pirmuosius liaudies baldus gamindavosi patys valstiečiai, su turimais paprastais darbo įrankiais iš esamų medžiagų. Dažniausiai iš vietinės medienos ar molio. Iki XIX amžiaus vidurio Lietuvoje buvo įsigalėjusi feodalinė santvarka, todėl valstiečiai – baudžiauninkai turėdavo atlikti lažą dvare. Šis darbas būdavo neapmokamas ir priverstinis. Tad pagal sunkias gyvenimo sąlygas buvo atitinkami ir baldai. Didžioji baldų dalis buvo stacionariai pritvirtinta prie pirkios sienų ir grindų, tik dalis buvo kilnojamų baldų – tai nedidelės lentynėlės, rankšluostinės ir kraitinės skrynios. Nors būdavo ir gražesnių meistriškai pagamintų baldų, jie priklausė turtingesniems valstiečiams, daugelis jų rastą Vakarų Lietuvoje. Valstiečių baldams buvo būdingas masyvumas, primityvi išvaizda. Tai sąlygojo turimi darbo įrankiai, istorinės bei ekonominės aplinkybės. *Baudžios panaikinimas Lietuvoje 1861m. pastūmėjo kapitalistinio gamybos būdo įsigalėjimą <...> keitėsi, kad ir labai pamažu, gyvenimas bei buitį.*⁷⁶

XXa. pradžioje iki I-ojo pasaulinio karo Jonavoje ir Kaune pradėję veikti baldų ir masine gamybą produkuoti fabrikai aprūpindavo visą Lietuvą. Baldų dizainas buvo

⁷⁴ Usačiovaitė E.op.cit. p. 14

⁷⁵ Ibid p.14

⁷⁶ Ibid p.14

kopijuojamas nuo Vakarų Europos firmų „Maple“, „Octzmann“, „Bruhl“ katalogų. Pagal juos buvo sekamos baldų madų tendencijos.

Lietuvos kaime baldų raida turėjo daugiau funkcinių pagrindą ir prasmę. Tačiau net ir esant sunkioms buitinėms sąlygoms pradėta ieškoti kūrybiškumo išraiškos galimybių baldų dekoravime. Pamažu atsiranda ir tik vizualinę paskirtį turintys baldai, tokie kaip rankšluostinės. Tuo tarpu miestuose, baldų dizainas buvo svarbesnis ir stengtasi sekti bei kopijuoti Europos valstybių baldų madas.

PRIEDAS NR.2

XX a. žymiausi baldų kūrėjai ir organizacijos

1900-1940 laikotarpis Lietuvoje. Originalesnio baldų dizaino užuomazgų rasime tik tarpukario Lietuvoje. Tuomet buvo pagaminti unikalūs baldai bei kokybiškos interjerų detalės svarbiausiems visuomenės pastatams: *Pramonės ir prekybos rūmams, Karininkų Ramovei, Vytauto Didžiojo muziejui, bankams...*⁷⁷. Tokius baldus paprastai projektuodavo pastatų architektai, interjerų kūrėjai, o gamindavo vietinių dirbtuvių meistrai. Verta paminėti A. Jaroševičiaus, P. Rimšos, architektų A. ir N. Nasvyčių, S. Ramunio, J. Virako, P. Kalpokos pavardes. Dažniausiai jie projektuodavo baldus privatiems asmenims arba visuomeninės paskirties įstaigoms.

Tarpukario laikotarpiu, baldus kūrę menininkai stengėsi visuomenę suorientuoti tautiškumo tradicijų linkme ir išgyvendinti istoriškai užsilikusius baldų stilius. Tačiau naujus baldus pajėgdavo įsigyti tik pasiturintys miestiečiai. *Plačiai visuomenei buvo prieinami tik namudininkų dirbiniai.*⁷⁸ Kita problema pasak A. Dičkaitės, buvo ta, kad norintys tapti profesionaliais baldininkais, projektuotojais, Lietuvoje įgyti tokio išsilavinimo neturėjo galimybės, nes aukštosios mokyklos neruošė tokių specialistų. tokias žinias buvo galima įgyti tik amatų mokyklose, o siekiantiems aukštesnio išsilavinimo vienintelis būdas buvo studijos užsienyje. Baigę studijas asmenys prisidėjo prie amatų mokyklų tinklų plėtros ir padėjo ruošti aukšto lygio baldų specialistus. Baldininkus pradėjo ruošti ir nevalstybinės įstaigos, tokios kaip Kauno Lietuvos Moterų Globos Draugijos ir Kauno Vaikelio Jėzaus Draugijos amatų mokyklos, J. Prapuolenio studija-kursai ir kt. Ketvirtojo dešimtmečio jaunųjų menininkų karta, kuri dažniausia buvo baigusi studijas užsienyje, *į taikomąją dailę žvelgė, kaip į galimybę daryti didesnę įtaką žmonių gyvenimui. <...> Todėl raiškiausi tarpukario Lietuvos baldininkystės pavyzdžiai yra profesionalių menininkų projektuoti baldai, kurie atspindi tarpukario sociokultūriniame gyvenime vyravusią meno ir modernumo koreliaciją.*⁷⁹

Antanas Jaroševičius (1870-1956 m.) buvo dailininkas, aktyvus visuomenės veikėjas, pedagogas, vėliau pradėjęs kurti ir baldus. Jo darbai pelnė tarptautinį pripažinimą, 1900 metų

⁷⁷ Beiga V., Grulaitienė V., Gūzas E. *Lietuviškų baldų dizaino kūrėjai 1957–1990. Baldų projektavimo konstravimo biuras – profesionalios veiklos židinys*. 2013. p.7

⁷⁸ Dičkalnytė A. *1900–1940 m. Lietuvos baldininkystės raida: sociokultūriniai ir meniniai aspektai*. Magistro baigiamasis darbas. VDU 2012 p. 24

⁷⁹ Ibid p. 25

Paryžiaus parodoje, eksponuojami baldų projektai buvo apdovanoti aukso medaliu.⁸⁰ Kadangi Jaroševičius ypatingai domėjosi lietuvių etnografija, tad jos motyvus, derino su baldų funkcionalumu ir konstruktyvumu. *Medinių stalų ir kėdžių komplekte didžiausia puošmena tai, kad kai kurių kėdžių atlošai išdrožinėti ties viduriu, o viršus ovalinės formos – tai baldų komplektui teikia žaismingumo, tačiau bendrai nepažeidžia išgrynintos, minimalistinės kompozicijos.*⁸¹

Dar vienas ryškus XX a. pr. kultūros aktyvistas – tai Petras Rimša (1881-1961m.), kuris kartu su bendraminčiais, tokiais kaip Mikalojus Konstantinas Čiurlionis ir Antanas Žmuidzinavičius, įkūrė Lietuvos dailės draugiją. Rimšos kūryboje jaučiamos to meto Europos tendencijos – savojo tautinio meno puoselėjimas. Rimša labiausiai žinomas kaip skulptorius, tačiau yra sukūręs ir baldų. Ypatingo dėmesio sulaukė liaudies ornamentika dekoruotas originalus krėslas ir kėdė, kurie iš bendro to meto konteksto išsiskiria aukštu meniškumu ir itin precizišku drožinėjimo dekoru.⁸²

P. Galaunė (1890-1988m.) žinomas menotyrininkas, M. K. Čiurlionio muziejaus direktorius, bibliografas ir aktyvus kultūros veikėjas, ryžęsis ne tik komentuoti kitų darbus, bet ir praktiškai įgyvendinti savo interjero erdvės suvokimą. Jis suprojektavo savo kabineto baldus, kuriuos pagamino Rapolo Skipičio dirbtuvės Kaune. Galaunės baldai projektuoti laikantis funkcionalumo principų, tačiau išlaikant modernistine stilistika, su tautinių elementų motyvais.⁸³

Dar vienas menininkas palaikantis tautinio stiliaus puoselėjimo idėja buvo Antanas Gudaitis (1904-1989). Žymiausi jo suprojektuoti baldai - Pitsburgo lietuviškosios auditorijos baldai. *Lietuviško interjero įrengimas už Lietuvos ribų tarpukariu buvo beprecedentis reiškinys, todėl jis svarbus visai Lietuvos dailės istorijai.*⁸⁴ Pasak Dičkalnytės, A. Gudaitis šiuos baldus suprojektavo pagal liaudies baldų kopijas, todėl juose panaudota nemažai tautodailės inspiracijų.

Vytautas Landzbergis-Žemkalnis (1893-1993m.) vienas žymiausių tarpukario architektų, ypatingai daug pastatų suprojektavęs Kaune. Kai kuriems jų suprojektavo ir baldus. Vienas iš įgyvendintų baldų projektų buvo sukurtas Prekybos, pramonės ir amatų rūmams. Baldai buvo projektuojami pagal patalų paskirtį, derinami prie bendros interjero

⁸⁰ Dičkalnytė A.op.cit. p. 19

⁸¹ Ibid p.19

⁸² Ibid p.21

⁸³ Ibid p. 32–33

⁸⁴ Ibid p. 47

erdvės. Naudoti tautiniai augalų motyvai įsilieja į modernistinio stiliaus baldus. Baldai lengvesnių konstrukcijų, funkcionalūs su minimaliais puošybos elementais.⁸⁵

Vladimirui Dubeneckiui (1888-1932 m.) buvo patikėta suprojektuoti Lietuvos viešbučio baldus. Jo ruoštuose eskizuose jaučiamas barokinės prabangos, aptakių formų ir modernistinio stiliaus persipynimas. *V. Dubeneckis Lietuvos viešbučio baldų eskizuose tautiškumą siekė perteikti per barokinių formų plastiką ir liaudiškus ornamentus. Baldai pasižymėjo prabanga, puošnumu, stilingumu.*⁸⁶

Vienas žymiausių asmenybių pradėjusių savo karjerą dar tarpukaryje individualių baldų ir interjero projektavimo srityse buvo Jonas Prapuolenis (1900-1980). Jis aktyviai dirbo ir kūrė 1928m–1970m. Ankstyvuojų kūrybos periodu J. Prapuolenio kūryboje jautėsi Vakarų Europos meno įtaka, šiuo laikotarpiu dauguma baldų buvo kuriami privatiems asmenims, tad galutiniam baldų dizainui įtakos turėjo ir užsakovų pageidavimai. Aptariamo laikotarpio J. Prapuolenio baldai buvo orientuoti į funkcionalumą, o dizaino atžvilgiu buvo masyvoki, dominavo griežtos tiesios linijos arba apvalėjantys siluetai. *1937 m. pasaulinėje parodoje Paryžiuje už lietuviškų svetainės baldų komplektą J. Prapuolenis gavo aukso medalį <...> 1938 m. tarptautinėje amatų parodoje Berlyne už lietuviškų valgomojo baldų komplektą J. Prapuolenis apdovanotas specialiu amato medaliu ir diplomu.*⁸⁷ (Mukienė).

Sovietmetis. II-asis etapas 1940-1955m. Sovietmečio pradžios Prapuolenio balduose stipriau jaučiami liaudiški motyvai ir tradicijos. Daugiau dėmesio skiriama pačioms medienos savybėms, kolorito atspalviams, atsižvelgiama į baldo paskirtį. Šio laikotarpio J. Prapuolenio sukurti baldai yra konstruktyvūs, tvirti ir gana masyvūs. *Pagrindinės konstrukcijų dalys pabrėžiamos, jos derinamos su forma, siluetu ir puošybos elementais.*⁸⁸

III-ajame kūrybos periode (1956-1970m.) J. Prapuolenio baldai praranda monumentalumą, formos tampa grakštesnės, lengvesnės, labiau stengiamasi atskleisti natūralias medienos savybes. *Kartu su unikaliais baldų komplektais jis projektuodavo ir jų grupes, skirtas serijinei gamybai.*⁸⁹ Vieni baldai pasižymėjo formų ir linijų plastiškumu, akcentuodavo medienos grožį ir dekoratyvumą, kiti buvo lakoniškų formų, originalaus dizaino.

⁸⁵ Dičkalnytė A.op.cit. p. 49–50

⁸⁶ Ibid p. 51–52

⁸⁷ Mukienė D. (n.d.). *Jonas Prapuolenis*. Lietuvos taikomoji dekoratyvinė dailė internetinė svetainė www.tdaile.lt (žiūrėta: 2014 06 01) Internetinė prieiga: <http://www.tdaile.lt/Baldai/Baldai.htm>

⁸⁸ Mukienė D. (n.d.). op.cit.

⁸⁹ Ibid

Po antrojo pasaulinio karo, nacionalizavus fabrikus, baldų gamyba pradėjo atsigauti, tačiau šis procesas buvo gana lėtas. Darbas vyko pagal svetimus, primestus projektus, o beveik visa pagaminta produkcija iškeliavdavo iš Lietuvos, į kitas Sovietų Sąjungos dalis. Įmonėse vis dar trūko specialistų išmanančių baldų projektavimą, todėl baldai tapo nepraktiški ir neišvaizdūs, eklektiški. Pradėjus augti fabrikinį baldų gamybą, pradėjo nykti liaudies meistrų baldai. Jie netekę savo vertės ir paskirties, išliko tik šeimose, kur buvo vyresnių moterų. Nauji baldai pradėti gaminti fabrikinio standartizuotu būdu. Masinės gamybos baldai vis dažniau pakeisdavo rankų darbo liaudies meistrų baldus. *Masinės baldų gamybos stilius buvo orientuotas į to laikotarpio sovietinių baldų madas.*⁹⁰ Šeštajame dešimtmetyje pradėti rengti baldų dailininkai, juos ruošdavo Kauno ir Telšių Taikomosios dailės mokyklos.

Siekiant patenkinti vis didėjanti baldų poreikį 1957m. Vilniuje įkurtas Baldų projektavimo konstravimo biuras (BPKB), nuo 1959m. įgavęs Liaudies Ūkio Tarybos Eksperimentinio konstravimo biuro pavadinimą. Tačiau dauguma čia pagamintų baldų iškeliavdavo svetur. Šis biuras *ėmė ruošti projektus visai respublikos baldų pramonei.*⁹¹

Totalitarinėje valstybėje vykę politiniai, socialiniai ir ekonominiai procesai įtakoję ir baldų dizaino, bei profesionalios baldininkystės raidą. Visi sprendimai buvo „nuleidžiami“ iš viršaus, iš Maskvoje įsitvirtinusios komunistų partijos ir valdžios „aparato“. Vietiniai ūkio tvarkdariai buvo Valstybinės institucijos, kurios vietoje paskirstydavo gautas užduotis, pinigus, medžiagas, žaliavas ir t.t. Baldų sektoriui vadovavo Baldų ir medžio apdirbimo pramonės ministerija. Šiai ministerijai buvo pavaldus ir BPKB.

Baldų pramonėje, *kaip ir kitose gamybos srityse, vyravo planinių užduočių vykdymo prioritetai, todėl konkurenciją ignoruojančiai „liaudies ūkio“ sistemai iš principo nereikėjo nei produkcijos atnaujinimo, nei kūrybos, nei naujų projektų, nei viso su jų įdiegimu ir kitomis permainomis kylančio šurmulio*⁹². Nuolatinis prekių stygius garantavo paklausą, bet kokioms prekėms. Siekiant įgyvendinti numatytus planus, buvo produkuojami vienodi šabloniniai baldai, vengiant diegti naujoves. Tad baldų biuro kuriami projektai labai sunkiai skynėsi kelia į įgyvendinimą. Tik atsiradus pirmosioms rinkos dėsnių apraiškoms, šis procesas palengvėjo. Taigi, pačio biuro veiklos pradžioje išryškėjo priešprieša, tarp biuro veiklos idėjos kurti

⁹⁰ Natalevičienė L. (n.d.). *XX a. lietuvių baldai ir kiti medžio dirbiniai*. Lietuvos taikomoji dekoratyvinė dailė internetinė svetainė www.tdaile.lt (žiūrėta: 2014 06 01) Internetinė prieiga: <http://www.tdaile.lt/Baldai/Baldai.htm>

⁹¹ Adomonis T. (1965). *Taikomoji – dekoratyvinė dailė: keramika, tekstilė, interjeras, baldai, metalas, gintaras, oda, stiklas*. Vilnius. 1965. p. 24

⁹² Beiga V., Grulaitienė V., Gūzas E. op.cit. p. 8

naujus baldus, dizainą ir tarp ekonominės politikos ribojančios naujovių diegimą ir atsinaujinimą.

Naujai įsteigto biuro komanda buvo surinkta iš to meto architektų, specialųjį profesinį išsilavinimą turinčių stalių. Kadangi baldų projektavimo specialistų Lietuvoje nebuvo, tad komanda turėjo greitai perprasti baldų kūrybos, projektavimo ir gamybos subtilybes, naudojamų medžiagų savybes ir apdirbimo galimybes, taip pat įvertinti pritaikomumą serijinei gamybai. Įsteigto nedidelio cecho užduotis buvo gaminti bandomuosius pavyzdžius. Pirmieji baldai buvo visiškai parastų nesudėtingų konstrukcijų, įgavus minimalios patirties ir įgūdžių, baldų dizainą pradėta kopijuoti nuo užsieninių baldų. Vėlesni baldų projektai, didėjant darbuotojų profesionalumui ir patirčiai, palaipsniui įgavo savitą stilių. 7-ajame – 8-ajame dešimtmėčiuose biuro projektuoti baldai buvo funkcionalūs, mobilūs, konstrukciškai racionalūs, lakoniškų formų. Gamyboje buvo stengiamasi įdiegti kuo naujesnes medžiagas, dizainas turėjo būti lengvai pritaikomas prie standartinės būstų architektūros.

Dėl technologinių įrengimų ir serijinės baldų pramonės tradicijų nebuvimo, baldų kokybė bei dizainas negalėjo lygiuotis į vakarietiškus. Buvo pasirinkta skandinaviškoji baldų stilistika. BPKB baldų stilius, nors savo tendencijomis skyrėsi nuo panašiu metu pradėjusių baldų projektavimą Latviškų ir Estiškų dizainerių stiliaus, tačiau visumoje, visų trijų Pabaltijo valstybių *baldų dizaino pobūdis ilgus metus ryškiai skyrėsi nuo kitų Sąjungos respublikų gaminių; konkursuose laimėdavo apdovanojimus ir prizus.*⁹³ BPKB projektuojami baldai buvo pristatomi visose to laikotarpio dailės parodose. Projektavimo komandą sudarė: B. Adomonienė, T. Baginskas, E. Cukermanas, V. Cukermanienė, E. Gūzas, A. Stapulionis, L. Stapulionienė ir kiti. Biuro darbus koordinavo ir grupei vadovavo architektas Vytautas Beiga.

9-ajame dešimtmetyje BPKB liko bene vienintelis projektavęs baldus. Jis suprojektavo baldus Maskvos olimpiniam kompleksui bei rekonstruotam Valstybiniam akademiniam dramos teatrui. Baldai tapo praktiškesni, ergonomiškesni, komfortiškesni. Biuro baldų projektai ir toliau buvo realizuojami masinėje gamyboje, šiuo laikotarpiu beveik išnyko individualių, pavienių baldų projektavimas. Šioje srityje bandė reikštis J. Bučmytė, A. Krajinskas, P. Šaulys.

XX a. pradžioje, dauguma lietuviškų baldų kūrėjų savo darbuose stengėsi naudoti tautinių motyvų ir modernistinio stiliaus sintezę. Etnografija ir tautiškumas balduose buvo laikomi prioritetais.

Po 1940 -tųjų, praradus autonomiją ir sprendimų teisę, pasikeičia ir baldų stilistika. O iškreipta sovietinio laikotarpio ekonomika ir rinkos dėsnių nebuvimo situacija suformavo

⁹³ Beiga V., Grulaitienė V., Gūzas E. op.cit. p. 13

neteisingą rinkos sampratą, kai paklausa visuomet būdavo didesnė už pasiūlą, todėl baldų pramonėje, kaip ir kitose pramonės sektoriuose nebeliko konkurencijos. Tokia situacija neskatino tobulėjimo ir inovacijų diegimo, priešingai stabdė vystymąsi.

PRIEDAS NR.3

Baldų sektoriaus situacija po nepriklausomybės atgavimo.

1991-aisiais metais Lietuvai paskelbus nepriklausomybę ir įsigalėjus demokratijos principams, pamažu pradėdant veikti tikriesiems rinkos dėsniams, baldų pramonėje prasidėjo atsinaujinimo laikmetis. Į baldus pradėta žiūrėti ne tik kaip į funkcinį daiktą. Pradėti kelti nauji dizaino, kokybės, pritaikomumo reikalavimai.

Pasikeitė ir baldų projektavimo principai. Nors masinė gamyba išlieka dominuojanti daugumoje stambių baldų fabrikų, tačiau lygiagrečiai pradeda kurtis privačios įmonės užsiimančios individualių baldų projektavimu ir gamyba, taip pat interjeruose vietos atsiranda autoriniams dizainerių kurtiems baldams. Koreguojasi ir baldų projektavimo specifika, baldus kuria dizaineriai, architektai kurie stengiasi patenkinti nuolat kintančius vartotojų poreikius, o konstrukcinę ir techninę dalį paprastai atlieka inžinieriai ar konstruktoriai.

Didesnis dėmesys dizainui pradėtas skirti po 2000 metų, kai baldų įmonės vis dažniau pradėjo dalyvauti tarptautinėse parodose. Kasmet organizuojamos baldų parodos ir Lietuvoje. Didžiausia ir jau tradicija tapusi kiekvienų metų pavasarį Litexpo parodų rūmuose organizuojama paroda „Baldai“, kurioje dalyvauja baldų gamintojai, pardavėjai, interjero ir dizainų kūrėjai, baldinės furnitūros prekiautojai ir kiti su namų jaukumu susiję verslininkai. Didžiąją dalį parodos dalyvių sudaro baldų gamintojai, diktuojantys lietuviškų baldų madas. Dalis produktų gamintų Lietuvoje, kita dalis eksportuotų iš užsienio šalių. Tačiau visi dalyviai siekia išsiskirti ir pristatyti inovatyvius baldus išsiskiriančius dizainu, funkcionalumu, medžiagiškumu ar kitomis savybėmis. Šią parodą kasmet aplanko apie 20 tūkstančių lankytojų iš Lietuvos ir užsienio. Lankytojai turi galimybę vienoje vietoje pamatyti baldų mados tendencijas, naudojamas medžiagas, baldų kokybę, susidaryti bendrą vaizdą, kas yra populiariu ir surasti tinkamus gamintojus savo baldams. Vieta, kuri suburia nemažai panašios srities specialistų, profesionalų ir mėgėjų, yra labai palanki naujiems verslo ryšiams užmegzti ir vystyti. Paroda pati tinkamiausia vieta atrasti naujoves ir verslo atstovams, kurias pritaikius savo veikloje garantuojamas kūrybiškumas ir veiklos tobulėjimas.

Kiek mažesnio masto paroda vyksta ir Kaune. Baldų standus galima apžiūrėti „Namų pasaulis“ parodoje. Baldai šioje parodoje užima tik nedidelę dalį standų, kadangi paroda labiau orientuota į Kauno regioną, tai baldus pristatančios įmonės dažniausiai veikia Kaune ir Kauno apskrityje.

Daug didesnės parodos organizuojamos Italijoje, Švedijoje ar Vokietijoje. Pati didžiausia ir garsiausia baldų paroda, kasmet vykstanti Milane „ISaloni“. Dalyvavimas šioje

parodoje, iš dalyvių reikalauja nemažų investicijų, įrenginėjant stendą, ruošiant pavyzdinius baldus, juos transportuojant, mokant dalyvio mokestį ir kt. Todėl tokioje parodoje dalyvauja tik garsios, ilgametę patirtį ir savo stilių turinčios įmonės. Dalyviai iš viso pasaulio garantuoja įvairiapusiškumą, aukštą lygį, kokybę. Čia galima pamatyti tikrąsias baldų tendencijas, dabartines madas, kiekvienais metais vis atsirandančias naujas medžiagas, susipažinti su jų savybėmis ir galimybėmis. Priešingai nei Lietuvos gamintojų čia dalyvaujančių gamintojų techninės galimybės paprastai neriboja. Būtent iš tokių parodų, kaip „ISaloni“ idėjas į Lietuvą vežasi lietuviškų baldų gamintojai. Jau ne pirmus metus Šioje parodoje galima išvysti ir lietuviškų baldų stendą. Šioje parodoje nuo 2011 metu dalyvauja SBA baldų koncernas. „Parra“ prekiniu ženklu pažymėti baldai sukurti bendradarbiaujant su užsienio dizaineriais sulaukia nemažo susidomėjimo iš užsienio kompanijų ir dizainerių.

Lietuvos mastu, baldų dizainas taip pat yra vertinamas ir sulaukia nemažai apdovanojimų. Asociacija „Dizaino forumas“, kiekvienais metais rengia konkursą „Geras dizainas“. *Lietuvos dizaino prizas „Geras dizainas“ yra nacionalinis konkursas, skirtas atrasti ir pažymėti geriausiam dizainui šalyje – Lietuvos įmonių produkcijai ir Lietuvos dizainerių darbams.*⁹⁴ Konkurso metu išrenkama 12 geriausių dizaino objektų ir 3 projektai, lygiai dar tiek įteikiama diplomų. Dalyviai gali teikti įvairių sričių darbų dizaino pavyzdžius, tokius kaip daiktų, grafinis, drabužių, tekstilės, interjero dizainas, daugialypės terpės dizainas ir kt., prizininkų skaičius konkrečioje srityje neribojamas. Vertinimo kriterijai, kuriais išrenkami nugalėtojai yra inovatyvumas, ergonomiškumas, funkcionalumas, ekologiškumas ir tvarumas, estetiinė vertė ir kt. Kiekvienais metais tarp nugalėtojų būna ir baldo dizaino atvejai. 2014 metais prizais apdovanoti 2 baldai ir 2 baldams įteikti diplomai už geriausią dizainą. 2013 metais net 9 nugalėtojai apdovanoti prizais ir 5 diplomais už baldų dizainą. Tad galima daryti išvadą, kad baldų dizainas yra sritis, kurioje dizaineriai vis plačiau išnaudoja kūrybinį potencialą, jaunieji baldų dizaineriai yra perspektyvūs, o baldų dizainas turi inovatyvumo tendencijas.

Dar vienas svarbus aspektas kalbant apie baldų dizaino tendencijas ir edukacinę, švietėjišką veiklą. Visos vykstančiose parodose bei kasmet organizuojamoje „Dizaino savaitėje“ yra rengiamos paskaitos, seminarai, renginiai, kurių metu visi besidomintys madą, naujovėmis, turi galimybę jose sudalyvauti, pasidalinti patirtimi ir pasisemti žinių. Tokios paskaitos organizuojamos tiek verslo atstovams, tiek ir parastiems vartotojams. Organizuojant renginius, temines parodas, seminarus visuomenė skatinama aktyviai dalyvauti ir prisidėti prie baldų mados formavimo, siekiant išklaudyti ir suprasti, kaip kinta visuomenės poreikiai.

⁹⁴ Dizaino forumas asociacijos svetainė. (žiūrėta: 2015 03 27). Prieiga internetu: <http://www.dizainoprizas.lt/>

PRIEDAS NR. 4

Apklauso raštu Juozui Brundzai klausimai ir atsakymai

Kiek metų dirbate kūrybinį darbą? Koks Jūsų darbo profilis? 15 metų

Esate įkūręs dizaino įmonę, kokias konkrečiai paslaugas ji teikia, kiek metų jau veikia? Dizaino studija „LTD Studio“, Gaminių dizaino paslaugos, 6 metai

Kiek metų kuriate baldus? 12 metų

Baldus platinate, kaip autorinius baldus, gaminatė serijiniu būdu ar kuriate individualiam vartotojui individualiai? Serijiniu būdu.

Ar patentuojate baldų dizainą ar dar kokiomis priemonėmis saugote savo kūrinius nuo plagiato? Registruoju dizainą

Su kokių sričių įmonėmis, ar asmenimis bendradarbiaujate? (transportas, medžiagų tiekimas, projektavimas, kūrinių įgyvendinimas, buhalterijos tvarkymas, kūrybinis darbas ir kt.) Jei galite pateikite po keletą pavadinimų ar pavardžių. Medžiagų tiekimo, gamybos įmonės

Per kokius kanalus paprastai klientai sužino apie Jus? Spauda, internetas, klientai

Kokie klientai renkasi Jūsų kūrinius/baldus? Kūriniais prekiauja parduotuvės, tiesiogiai su klientais nebendraujame

Ar skirate dėmesio reklamai (finansiniai, laiko resursai)? Sunku pasakyti, konkretaus biudžeto reklamai neturime. Tiesiogiai nesireklamuojame, tačiau naudojame įvairius viešinimo kanalus.

Kaip vyksta baldų projektavimo-gamybos proceso eiga? Idėjos – idėjų atranka – vystymas – prototipo gamyba – tobulinimas – serijinė gamyba

Kuriant konkretiam klientui ar tiesiog realizuojate savo idėjas, o klientų ieškote vėliau? Ir taip, ir taip.

Kam iš žemiau išvardintų dalykų skirate didžiausią dėmesį gaminant/projektuojant/realizuojant baldą?

- Informacijos pateikimui klientui ir reklamai
- Bendravimo su užsakovu kultūrai
- + Baldo dizainui
- + Baldo funkcionalumui
- + Gaminio kokybei
- Kokybę atitinkančios kainos nustatymui
- Pristatymo ir sumontavimo paslaugoms
- + Konkurencingos kainos palaikymui

- + Žaliavų kokybei
- Produkcijos įvairovei
- Kita (įrašyti)....

Iš kur semiatės idėjų ir žinių? Keliavimas, stebėjimas, bendravimas su žmonėmis, internetas

Ar siekiate inovacijų savo veikloje? Jei taip, kur jas naudojate? Taip siekiame inovacijų ir kūrybiškumo visose veiklos srityse ne tik dizaino.

Kaip Jums atrodo, kokios baldų tendencijos šiuo metu vyrauja Lietuvoje? Funkcionalumas, praktiškumas, žema kaina.

Kaip manote ar Lietuvos įmonės baldų dizainui skiria pakankamą dėmesį? Įmonės skiria per mažai dėmesio dizainui, didelė dalis įmonių orientuojasi tik į vietinę rinką ir žemą kainą.

Kokia Jūsų nuomonė, populiariau masinė ar individuali baldų gamybą? Kokie vartotojai ir dėl kokių priežasčių renka šiuos baldus? Individualią gamybą renka žmonės siekiantys išskirtinumo ir galintys sau tai leisti – natūralu, kad tokių žmonių yra mažiau. Masinėje gamyboje skirta plačiam vartotojų ratui. Visgi šiuolaikinės technologijos ir dizainas leidžia masinės gamybos produktus vis labiau personalizuoti ir pritaikyti individualiems poreikiams.

Gal galėtumėte išsakyti savo požiūrį į dabartinę baldų pramonės ir dizaino situaciją Lietuvoje, kokia yra kūrybinio indėlio svarbą baldų kūryboje ir gamyboje? Baldų pramonė vystosi ir pradeda kreipti daugiau dėmesio dizainui ir nestandartiniais sprendimais. Kūrybiškumas labai svarbus visose srityse ne tik balduose, didinantis įmonių gaminių konkurencingumą.

Kurioms industrijoms reikėtų priskirti baldų sektorių ar jo dalis? kūrybinei industrijai ar pramonei? (Kūrybinės industrijos – tai tokios veiklos, kurių pagrindas yra individo kūrybiškumas, gebėjimai bei talentas ir kurios gali kurti materialią gerovę bei darbo vietas, kurdamos intelektualinę nuosavybę). Šiaip, baldai yra pramonės dalis (išskyrus vienetinius meno kūrinius). Teigti, kad baldai nėra pramonės dalis būtų labai keista, tačiau kai kuriuos baldų kūrimo, vystymo, įvedimo į rinką etapus galima būtų priskirti ir kūrybinėms industrijoms. mokslo, meno aspektus.

PRIEDAS NR. 5

Apklauso raštu UAB „FPI Baltic“ konstruktorių padalinio vadovė- konstruktorei Erikai Paukštei klausimai ir atsakymai

Kas atsakinėja į klausimus (vardas, pavardė, pareigos) Erika Paukštė konstruktorių padalinio vadovė-konstruktorė

Įmonės pavadinimas, vadovai. UAB „FPI Baltic“ direktorė Jurgita Balsevičienė

Kiek įmonei metų? 11m

Kokia konkrečiai veikla užsiimate ir kokias paslaugas teikiate? Masinės gamybos kietųjų ir minkštųjų baldų gamyba, pardavimas, logistika.

<http://www.baldai.com/imoniui-katalogas/fpi-baltic-uab#tab-info>

Kokius baldus gaminate? Korpusinius, minkštus, reklaminius standus parduotuvėms.

Kiek įmonėje darbuotojų? 90

Kokia įmonės valdymo struktūra? linijinė, hierarchinė

Kokia įmonės metinė finansinė apyvarta? 12mln Lt

Į kokią valstybę eksportuojate baldus? Norvegija, Vokietija, JAV, Kinija ir kt.

Ar dalį savo produkcijos realizuojate Lietuvoje jei taip tai kokią? jei ne, tai ar neturite perspektyvoje pasiūlyti baldų ir Lietuvos rinkai. Mes negaminame pigių baldų ☺ Lt rinkai per brangu, nors paskutiniu metu pradėjome bendradarbiauti su keliomis Lietuviškomis įmonėmis, kurios taip pat eksportuoja užsakomus baldus laivams.

Su kokių sričių įmonėmis, ar asmenimis bendradarbiaujate? (transportas, medžiagų tiekimas, projektavimas, buhalterijos tvarkymas ir kt.) Jei galite pateikite po keletą pavadinimų. Buhalteriją tvarkom patys, o toliau visokios įmonės: Furnitanas, Brasa, Hetlita, Ulmas, Trukme, Forbo flooring UK, SKS, Hranipex, Pico line, F.LLI. Rosseto, Wolmet, Sia Karlsberg, Skandeka.

Per kokius kanalus paprastai klientai sužino apie Jūsų įmonę? Internetas, parodos, klientai per kitus klientus.

Kas Jūsų klientai (kokios valstybės, kokio tipo įmonės, kuo užsiima)? Pagrindas viešbučiai (Moxy Malpensa, Fru Haugans, Edward Grieg) ir laivai (NB 800, DP Cirrus, fiskerstrand 11,12,13...)

Kaip manote, dėl kokių priežasčių klientai išsirenka Jūsų įmonę iš kitų konkuruojančių toje pačioje srityje? Kokybė, kaina, lankstumas poreikiui

Ar skirate dėmesio reklamai (finansiniai, laiko resursai)? Ne daug. Kartas nuo karto dalyvavimas parodose, internetinis puslapis, daugiau iš lupų i lupas.

Kaip vyksta baldų projektavimo-gamybos proceso eiga Jūsų įmonėje? Gaunam vizualizaciją-pirminį eskizą, projekto vadovas padaro pasiūlymą, konstruktorius nubraižo pirmini variantą, toliau vyksta derinimas su klientu, užsakomos žaliavos ir gaminama

Kam iš žemiau išvardintų dalykų skirate didžiausią dėmesį?

1. Informacijos pateikimui klientui ir reklamai
2. Bendravimo su užsakovu kultūrai
3. Baldo dizainui
4. Baldo funkcionalumui +
5. Gaminio kokybei+
6. Kokybę atitinkančios kainos nustatymui+
7. Pristatymo ir sumontavimo paslaugoms
8. Konkurencingos kainos palaikymui +
9. Žaliavų kokybei +
10. Produkcijos įvairovei
11. Kita (įrašyti).... Savalaikis gaminio pateikimas

Kokia vieta Jūsų įmonėje gaminant baldus tenka kūrybiškumui? Kur jis panaudojamas? Kūrybos ne daug. Pagrindė ji naudojama projektuojant ir konstruojant baldą. Ieškant optimalaus varianto.

Užsiimate serijinių baldų gamyba, ar baldų kūrimo procese klientai patys dalyvauja noriai ar juos reikia skatinti išsakyti pageidavimu? Turime keletą minkštų baldų kuriuos esame patys sukūrę – tikslinė grupė – laivai, gaminant kitus dažniausiai pradžioje užsakovas pateikia pradinę vizualizaciją, pirminius brėžinius, mes tik atliekam korekcijas ir konstruktyvą.

Iš kur semiatės idėjų ir žinių apie baldų naujoves, tendencijas madas? Parodos

Ar siekiate inovacijų savo versle? Jei taip, kur jas naudojate? Tobuliname technologinius procesus, naudojame naujoviškas žaliavas furnitūrą.

Kokia Jūsų nuomonė, populiariau masinė ar individuali baldų gamybą? kokie vartotojai ir dėl kokių priežasčių renkasi šiuos baldus? Populiariesnė - individuali gamyba, nes didžiosios baldų įmonės gamina baldus eksportui, dauguma IKEA koncernui. Todėl Lietuvos rinkoje lieka vidutinės ir smulkios įmonės, kurios yra labiau pritaikytos individualių baldų gamybai.

Kurioms industrijoms reikėtų priskirti baldų sektorių ar jo dalis? kūrybinei industrijai ar pramonei? (Kūrybinės industrijos– tai tokios veiklos, kurių pagrindas yra individo

kūrybiškumas, gebėjimai bei talentas ir kurios gali kurti materialią gerovę bei darbo vietas, kurdamos intelektinę nuosavybę) Manau baldų gamyba reiktų priskirti pramonei, o kūrybinę veiklą – kūrybinėms industrijoms, tačiau šios veiklos mūsų įmonėje yra ypatingai mažai.

PRIEDAS NR. 6

Apklauso raštu UAB „Diforma“, direktoriui prekybai Algimantui Aleksynui, Direktoriui gamybai Aurelijui Visagurskiui klausimai ir atsakymai

UAB „Diforma“, gen. direktorius Džeraldas Dromantas

Atsakinėja į klausimus Algimantas Aleksynas, direktorius prekybai

Kiek įmonei metų? 20 metų

Kokia konkrečiai veikla užsiimate ir kokias paslaugas teikiate? Prekyba baldine furnitūra, baldų gamyba, paslaugų teikimas smulkiems ir vidutiniams baldų gamintojams - LMDP pradavimas, pjovimas, kantavimas, gręžimas, aliuminio durelių slankiųjų durų sistemų gamyba.

Kokius baldus gaminate? Kietuosius korpusinius baldus pagal individualius užsakymus

Kiek įmonėje darbuotojų? 43

Kokia įmonės metinė finansinė apyvarta? 12 mln. Lt

Su kokių sričių įmonėmis, ar asmenimis bendradarbiaujate? (transportas, medžiagų tiekimas, projektavimas, buhalterijos tvarkymas ir kt.) jei galite pateikite po keletą pavadinimų. Bendradarbiaujame su įvairių šalių furnitūros gamintojais, nuolatos ieškome naujų tiekėjų, plečiame asortimentą. Savais kanalais tiriamo ir analizuojame rinką, bei poreikius. Kadangi siūlome prekių pristatymo paslaugas, tai naudojames siuntų gabenimo įmonių paslaugomis. Baldų gamyboje naudojame ir kitų gamintojų medžiagas, žaliavas. Pavyzdžiui patys neapdirbame stiklų ar MDF plokščių, todėl juos užsakome pas šių sričių gamintojus.

Kas Jūsų klientai? Prekyboje ir paslaugų skyriuose - individualūs baldininkai, smulkios ir vidutinės baldų įmonės, privatūs asmenys.

Kaip manote, dėl kokių priežasčių klientai išsirenka Jūsų įmonę iš kitų konkuruojančių toje pačioje srityje? prekių asortimentas, pristatymas ir kaina

*Ar skirate dėmesio reklamai (finansiniai, laiko resursai)?*Ne

Atsakinėja į klausimus Aurelijus Visagurskis, direktorius gamybai

Per kokius kanalus paprastai klientai sužino apie Jūsų įmonę? Skelbimai internete ir per rekomendacijas.

Kas Jūsų klientai? Privatūs užsakovai, įmonės

Kaip manote, dėl kokių priežasčių klientai išsirenka Jūsų įmonę iš kitų konkuruojančių toje pačioje srityje? Dėl jiems tinkamos kainos ir kokybės santykio. Teigiamų draugų, pažįstamų, užsakiusių baldus, atsiliepimų.

Ar skiriate dėmesio reklamai (finansiniai, laiko resursai)? Finansinių resursų ne, laiko taip. Reklama platiname nemokamais kanalais internete.

Kaip vyksta baldų projektavimo-gamybos proceso eiga Jūsų įmonėje?

Kam iš žemiau išvardintų dalykų skiriate didžiausią dėmesį?

- Informacijos pateikimui klientui ir reklamai
- Bendravimo su užsakovu kultūrai
- +Baldo dizainui
- +Baldo funkcionalumui
- +Gaminio kokybei
- +Kokybę atitinkančios kainos nustatymui
- Pristatymo ir sumontavimo paslaugoms
- Konkurencingos kainos palaikymui
- Žaliavų kokybei
- +Produkcijos įvairovei
- Kita (įrašyti)....

Kokia vieta Jūsų įmonėje gaminant baldus tenka kūrybiškumui? Kur jis panaudojamas?

Užsiimate individualių baldų gamyba, ar baldų kūrimo procese klientai patys dalyvauja noriai ar juos reikia skatinti išsakyti pageidavimu?

Didžioji dalis klientų užsako baldus individualiai, norėdami įgyvendinti savo sumanymus. Įmonės dizainerės-projektuotojos padeda tiems sumatymams tapti gaminiais. Šiame procese klientai dažniausiai dalyvauja noriai, nors pasitaiko ir tokių kuriuos reikia skatinti, nukreipti teisinga linkme.

Ar siekiate inovacijų savo versle? Jei taip, kur jas naudojate? Tobulesnius technologinius sprendimus įgyvendiname naudodami tiekėjų pasiekimus furnitūros ir medžiagų gamybos srityje, darbo supaprastinimui.

Iš kur semiatės idėjų ir žinių apie baldų naujoves, tendencijas, madas? Iš parodų.

Kaip Jums atrodo kokios baldų tendencijos šiuo metu vyrauja Lietuvoje? Butuose gyvenantys klientai labiau ieško praktiškų, vietą taupančių sprendimų. Nuosavų namų gyventojai siekia skandinaviško minimalizmo nepamiršdami praktiškumo. (tikriausiai klasikinių baldų reprodukcijų gamintojai nesutiktų)

Kurioms industrijoms reikėtų priskirti baldų sektorių ar jo dalis? kūrybinei industrijai ar pramonei? Baldų gamyba - pramonė, kurioje kūrybiškumas sudaro nedidelę, bet svarbią dalį.

PRIEDAS NR. 7

Kiekybinės apklausos raštu klausimai ir atsakymai

1. Kas, Jūsų nuomone, interjere užima svarbiausia vaidmenį? (pažymėkite vieną variantą)

Atsakymo variantai	Kiekis Santykis	
suderintos sienų, baldų ir kitų aksesuarų ir spalvos	53	50.0%
gražūs ir funkcionalūs baldai	30	28.3%
užuolaidos, kilimai ir kiti jaukumą suteikiantys elementai	5	4.7%
teisingas apšvietimas	8	7.5%
indai, suvenyrai ir kitos smulkmenos	0	0.0%
meno kūriniai	1	0.9%
kitas variantas (įrašyti)	8	7.5%
neatsakė į klausimą	1	0.9%

1. visų anksčiau išvardintų elementų tinkamas derinys
2. funkcionalumas,
3. Visų aukščiau paminėtų elementų tinkamas suderinimas su vietos išplanavimu
4. Visi išvardinti variantai yra vienodai svarbūs, norint sukurti vientisą interjerą.
5. Viskas kartu su smulkmenom sudaro bendrą interjero vaizdą.
6. stilistika ir jos laikymasis. Žinoma tada baldų, sienų spalvų suderinimas
7. išskirčiau tris variantus, suderintos spalvos, gražūs ir funk. baldai, teisingas apšvietimas
8. Visu išvardintų dalykų balansas

2. Kam teikiate prioritetą renkantis baldus? (galite pažymėti kelis variantus)

Atsakymo variantai	Kiekis Santykis	
dizainui	66	22.6%
spalvai	34	11.6%
dydžiui	14	4.8%
kainai	50	17.1%
kokybei	64	21.9%
funkcionalumui	62	21.2%
gamintojo vardo žinomumui	2	0.7%

3. Kokius baldus dažniausiai renkatės ar rinktumėtės esant poreikiui? (pažymėkite vieną variantą)

Atsakymo variantai	Kiekis Santykis	
pigesnius masinės-serijinės gamybos	26	24.5%
brangesnius pagamintus pagal Jūsų individualius poreikius ir pageidavimui	55	51.9%
brangius sukurtus žinomų dizainerių	6	5.7%
pasigaminu pats	11	10.4%
kitas variantas (įrašyti)	6	5.7%
neatsakė į klausimą	2	1.9%

1. įvairiai, kartais masinės gamybos, kartais užsisakau privačiai, bet tai nereiškia, kad kaina labai skiriasi
2. antikvarinius
3. rinkčiausi pagal kainos, kokybės ir poreikio adekvatumą
4. perku komisuose. ten jie dėvėti, bet kone vienetiniai
5. perku komisuose. ten jie dėvėti, bet kone vienetiniai
6. pasirinkčiau pirmą ir antrą variantą šiai dienai

4. Kas kiek laiko vidutiniškai įsigyjate baldus ar atnaujiname turimus?

Atsakymo variantai	Kiekis Santykis	
dažniau nei 1 kartą į metus	3	2.8%
kartą į 1-3 metus	14	13.2%
kartą į 5-10 metų	53	50.0%
rečiau nei kas 10 metų	30	28.3%
nesu niekada pirkęs (-usi) baldų	2	1.9%
kitas variantas (įrašyti)	2	1.9%
neatsakė į klausimą	2	1.9%

1. pagal poreikį pasigaminu
2. Nereguliariai

5. Kokios kilmės baldus renkatės?

Atsakymo variantai	Kiekis Santykis	
lietuviškus	46	43.4%
importuotus iš kaimyninių valstybių	12	11.3%
importuotus iš Rusijos	0	0.0%
importuotus iš Azijos valstybių	0	0.0%
importuotus iš Amerikos	0	0.0%
importuotus iš kitų Europos valstybių	24	22.6%
kitas variantas (įrašyti)	23	21.7%
neatsakė į klausimą	1	0.9%

1. kilmė nesvarbu
2. įvairiai: jei pirkti, dažniausiai iš Europos, jei gaminti - Lietuvos
3. kilmė nesvarbu
4. lietuviškus iš sendaikčių arba - IKEA
5. lietuviškus, importuotus, savos gamybos
6. savo gamybos
7. svarbu, kad būtų funkcionalus
8. nesvarbu
9. nesvarbu
10. įvairius
11. lietuviškus ir itališkus
12. nesvarbu
13. kilmės šalis nesvarbi
14. Nesvarbu, kas gamina. Svarbu: kokybė, funkcionalumas, suderinamumas ir originalumas
15. Neturi įtakos

16. neturi reikšmės kilme
17. kokybiškus
18. Nesvarbu iš kur svarbu kokybe
19. Niekada baldų kilme neturėjo didelės reikšmės, svarbiausia kad butai tai ko man ir reikia....
20. kilmės šalis nėra svarbi
21. kilmės šalin nesvarbi
22. šalis nėra svarbi
23. jokio skirtumo

6. Kieno nuomonės prašote renkant baldus?

Atsakymo variantai	Kiekis Santykis	
kaimynų	1	0.9%
šeimos narių	63	59.4%
samdote interjero dizainerį, kuris padeda išrinkti ir baldus	8	7.5%
pastikite baldų salono darbuotojais (konsultantais, dizaineriais, projektuotojais)	13	12.3%
kitas variantas (įrašyti)	18	17.0%
neatsakė į klausimą	3	2.8%

1. gal būt draugu/projektuotoju/dizaineriu, bet sprendžiu pati
2. niekieno nuomonės neprašau
3. vyro arba pasikliauju savo nuomone
4. savo
5. savo nuomonės man pakanka
6. sprendžiu pats.
7. neprašau
8. tariusi su šeimos draugais
9. tariusi su šeimos nariais, draugais, konsultantais
10. savo
11. svarbiausia, kad baldai patiktų man pačiai, o ne kitiems.
12. pasikliauju savo ir vyro nuomone
13. pasikliauju savo nuomone
14. vadovaujuosi savo nuomone
15. pasikliauju savimi
16. savo
17. pasitikiu savo nuomone
18. savo

7. Kaip manote, kurioms sritims baldų gamintojai turėtų skirti daugiau dėmesio ateityje?

Atsakymo variantai	Kiekis Santykis	
informacijos pateikimui klientui ir reklamai	7	2.4%
bendravimo su užsakovu kultūrai	11	3.8%
baldų dizainui	38	13.1%
baldų funkcionalumui	45	15.6%
gaminio kokybei	55	19.0%
kokybę atitinkančios kainos nustatymui	43	14.9%
pristatymo ir sumontavimo paslaugoms	14	4.8%
konkurencingos kainos palaikymui	17	5.9%

Atsakymo variantai	Kiekis Santykis	
žaliavų kokybei	29	10.0%
produkcijos įvairovei	27	9.3%
Kitas variantas (įrašyti)	3	1.0%

1. funkcionalumui ir ekologiškoms medžiagoms
2. žaliavų ekologiškumui, taip pat reikėtų pasirūpinti atliekomis
3. niekad apie tai negalvojau

8. Kaip Jums atrodo, ar Lietuviškų baldų gamintojai, pakankamai dėmesio skiria baldų dizainui?

Atsakymo variantai Kiekis Santykis

taip, pakankamai	28	26.4%
nepakankamai	47	44.3%
neturiu nuomonės	26	24.5%
neatsakė į klausimą	5	4.7%

9. Išsakykite savo nuomone apie baldų pasiūlą Lietuvoje (įvertinkite nuo 1 (labai blogai) iki 5 (labai gerai):

Rating	Baldų įvairovė	Baldų pasiūla	Spalvų ir medžiagų įvairovė	Profesionalus aptarnavimas Gamybos ir pristatymo terminai	Gamybos ir pristatymo terminai	Galutinė kaina	Gaminio kokybė
1(labai blogai)	5	3	2	2	3	2	
2 (prastai)	10	15	18	13	16	16	8
3 (vidutiniškai)	49	36	42	54	46	47	39
4 (gerai)	29	35	32	29	29	31	48
5 (Labai gerai)	6	10	6	2	6	2	5

10. Koku būdu perkate baldus?

Atsakymo variantai	Kiekis Santykis	
baldų salone	45	42.5%
turguje	2	1.9%
internetu	5	4.7%
užsisakau, individualius baldus	41	38.7%
Kitas variantas (įrašyti)	8	7.5%
Neatsakė į klausimą	5	4.7%

1. ikea :)
2. ir iš salono, ir pagal individualų užsakymą
3. antikvariate
4. priklausomai nuo paskirties
5. gaminu

6. minkštus baldus - salone, kietus baldus - pagal užsakymą
7. užsisakau individualiai arba perku baldų salone
8. Apklausos klaida tame, kad negalima pažymėti kelių variantų. Arba reikia klausti "Kokiu būdu DAŽNIAUSIAI perkate baldus?" Mano variantai čia būtų 1, 2 ir 4.

11. Kur gyvenate?

Atsakymo variantai Kiekis Santykis

didmiestyje	62	58.5%
mieste	34	32.1%
miestelyje	1	0.9%
kaime	2	1.9%
kitas variantas (įrašyti)	2	1.9%
neatsakė į klausimą	5	4.7%

1. Londone
2. Lietuvoje didmiesčių nėra. Gyvenu mieste.

12. Kokia Jūsų lytis?

Atsakymo variantai Kiekis Santykis

moteris	62	58.5%
vyras	39	36.8%
neatsakė į klausimą	5	4.7%

13. Kiek Jums metų?

Atsakymo variantai Kiekis Santykis

18 – 25 m.	17	16.0%
26 – 35 m.	52	49.1%
36 – 45 m.	24	22.6%
46 – 65 m.	8	7.5%
66 ir daugiau	0	0.0%
neatsakė į klausimą	5	4.7%

14. Kiek asmenų Jūsų šeimoje?

Atsakymo variantai Kiekis Santykis

1	10	9.4%
2	21	19.8%
3	33	31.1%
4	26	24.5%
5	9	8.5%
daugiau nei 5	2	1.9%
neatsakė į klausimą	5	4.7%

15. Koks Jūsų išsilavinimas?

Atsakymo variantai Kiekis Santykis

pradinis/nepilnas vidurinis	1	0.9%
-----------------------------	---	------

Atsakymo variantai	Kiekis Santykis	
vidurinis	5	4.7%
profesinė mokykla	1	0.9%
aukštesnioji mokykla	6	5.7%
nebaigtas aukštasis	6	5.7%
aukštasis neuniversitetinis	16	15.1%
aukštasis universitetinis	65	61.3%
kitas išsilavinimas	1	0.9%
neatsakė į klausimą	5	4.7%

16. Kokia Jūsų pagrindinė dabartinė veikla?

Atsakymo variantai	Kiekis Santykis	
valstybinės įmonės darbuotojas (-a)	24	22.6%
privачios įmonės savininkas (-ė)	6	5.7%
privачios įmonės darbuotojas (-a)	45	42.5%
užsiimate individualia veikla	11	10.4%
ūkininkas (-ė)	1	0.9%
namų šeimininkas (-ė)	1	0.9%
studentas (-ė)	7	6.6%
moksleivis (-ė)	0	0.0%
bedarbis (-ė)	2	1.9%
pensininkas (-ė)	0	0.0%
auginate vaikus.	3	2.8%
kitas variantas (įrašyti)	1	0.9%
neatsakė į klausimą	5	4.7%

1. valstybės tarnautojas

17. Kiek pajamų vidutiniškai tenka vienam Jūsų šeimos nariui per mėnesį?

Atsakymo variantai	Kiekis Santykis	
Iki 100 EUR	1	0.9%
Nuo 101 iki 150 EUR	8	7.5%
Nuo 151 iki 300 EUR	11	10.4%
Nuo 301 iki 450 EUR	24	22.6%
Nuo 450 iki 600 EUR	18	17.0%
601 ir daugiau EUR	36	34.0%
Neatsalė į klausimą	8	7.5%