

# Kultūros ir meno projektų bei procesų stebėsenos ir analizės modeliavimo sistema



## Dizaino sritis

Ekspertinio vertinimo santrauka

Ši santrauka yra tyrimo *Stebėsenos, analizės ir modeliavimo sistemos kokybinių rodiklių nustatymas. Dizaino sritis*, vykdomo siekiant sukurti Kultūros ir meno projektų ir procesų stebėsenos ir analizės modeliavimo sistemą (SAMS), dalis.

Parengė Sandra Bernytė, dr. Jūratė Tutlytė

Santrauka parengta vykdant projektą „Kultūrinės plėtros projektų ir procesų valdymo, stebėsenos ir analizės sistemos sukūrimas ir išbandymas“.

Projektas bendrai finansuojamas iš Europos socialinio fondo lėšų (Projekto Nr. 10.1.1-ESFA-V-912-01-0033).



2014–2020 metų  
Europos Sąjungos  
fondų investicijų  
veiksmų programa

Lietuvos kultūros tarybai priklauso autorių turtinės teisės atgaminti bet kokia forma ar būdu, išleisti ir viešai skelbti (visą ar dalimis), įskaitant padarymą viešai prieinamu kompiuterių tinklais, tyrimą ir visas pateiktas rekomendacijas. Šios informacijos naudojimas galimas mokslo ir nekomerciniais tikslais, nurodant cituojamą šaltinį.

Autorių išreikštas požiūris nebūtinai sutampa su Lietuvos kultūros tarybos.

# I. Dizaino srities apibrėžimas

**Dizainas** yra kūrybinė veikla, kurios tikslas – tenkinti žmogaus ir visuomenės individualias bei socialines reikmes, utilitarinius ir dvasinius poreikius: formuoti harmoningą aplinką, struktūriniais ryšiais į visumą sujungiančią gamtos – žmogaus – daiktinės aplinkos – visuomenės aspektus.

Dizainas yra kūrybinis procesas ir strateginis instrumentas, sprendžiantis socialines, kultūrinės, ekonominės ir aplinkos problemas bei padedantis kurti rinkai naujus, patrauklius ir į vartotoją orientuotus produktus, sistemas, patirtis ar paslaugas. Dizainas gali būti mokslinių tyrimų ir eksperimentinės plėtros, integrali inovacijų kūrimo ir diegimo dalis.

Dizainas apibrėžiamas kaip procesas ir kaip rezultatas.

Geras dizainas yra tvarus, estetiškas, funkcionalus, gerbiantis vartotojų įvairovę, įtraukus, saugantis sveikatą, kuriantis pridėtinę ekonominę vertę ir žmonių gerovę.

Kaip formalizuota studijų ir praktikos disciplina, dizainas orientuotas į žmogaus („vartotojo“) ir žmogaus sukurtos aplinkos sąveiką, atsižvelgiant į estetinius, funkcinius, kontekstinius, kultūrinius ir visuomeninius aspektus.

# II. Dizaino srities veiklų sąrašas

Klasikinės dizaino veiklos susijusios su fizinių objektų, erdvių ir skaitmeninių aplinkų kūrimu. Šiandien, plečiantis disciplinos laukui, dizaino veiklos gali apimti ir verslo strategijų, virtualių aplinkų, skaitmeninių sąsajų, paslaugų sistemų ir pan. kūrimą.

Gali būti skiriamos šios pagrindinės dizaino veiklų sritys:

- Produkto, gaminio dizainas (objektai, daiktai)
- Komunikacijų dizainas (vaizdai, žinutės)
- Paslaugų, sąsajų dizainas (patirtys)
- Aplinkos, erdvinis dizainas (vietokūra)
- Procesų dizainas (mąstymo ir veikimo būdas, metodai)
- Sistemų dizainas (sistemos)

Skirtinos šios pagrindinės dizainerių veiklų pobūdžio kategorijos:

- Produktų, paslaugų, sistemų, patirčių projektavimas, strategavimas, prototipavimas ir gamyba
- Dizaino renginiai: dizaino mugės, festivaliai, parodos ir pan.
- Dizaino konkursai
- Kūrybinės dirbtuvės, praktiniai seminarai
- Paskaitos, diskusijos, konferencijos, pristatymai
- Tyrimai, testavimas
- Atstovavimas, organizacijų steigimas
- Leidyba
- Komunikacinė veikla: pranešimai, pokalbiai, tinklalaidės
- Bendruomeniniai veiksmai: susitikimai, dalyvaujamosios veiklos kartu su bendruomene

# III. Dizaino srities produktų ir paslaugų sąrašas

## Produkto, gaminio dizainas (*objektai*)

- Pramoninis, industrinis dizainas
- Mados dizainas
- Drabužių, kostiumo, tekstilės dizainas
- Baldų dizainas
- Transporto dizainas
- Maisto dizainas

## Komunikacijų dizainas (*vaizdai, žinutės*)

- Grafinių komunikacijų dizainas
- Vizualiųjų komunikacijų dizainas
- Grafinis dizainas
- Pakuočių dizainas
- Knygų dizainas
- Šriftų dizainas
- Ženklo daro dizainas
- Reklamos dizainas
- Leidybos dizainas

## Paslaugų, sąsajų dizainas (*patirtys*)

- Paslaugų dizainas
- Daugialypės terpės dizainas
- Vartotojo patirties (UX) dizainas (angl. *User Experience*)
- Vartotojo sąsajų (UI) dizainas (angl. *User Interface*)

## Aplinkos, erdvinis dizainas (*vietokūra*)

- Architektūra
- Interjero dizainas
- Miestų dizainas, urbanistinis planavimas
- Teritorijų planavimas, kraštovaizdžio dizainas
- Parodų dizainas

## Procesų dizainas (*mąstymo ir veikimo būdas, metodai*)

- Dizainu grįstas mąstymas (angl. *Design Thinking*)
- Strateginis dizainas
- Konceptinis dizainas
- Performatyvus dizainas
- Dizaino tyrimai
- Socialinis dizainas

## Sistemų dizainas (*sistemas*)

- Sistemų dizainas
- Duomenų dizainas
- Inžinerinis dizainas

Remdamiesi dominuojančiomis dizaino sritimis ir veiklų pobūdžiu, galime skirti šiuos pagrindinius (tačiau nebaigtinius) dizaino srities rezultatus:

- objektai, gaminiai, produktai, prietaisai: pakuotės, drabužiai, baldai, aksesuarai, transporto priemonės ir kt.;
- daiktų forma, fizinė ir estetinė jų išvaizda (linijos, spalvos, tekstūra, medžiaga);
- planai, projektai, piešiniai, eskizai, modeliai;
- vaizdai, žinutės, informacinės priemonės (logotipai, piktogramos, afišos, reklaminiai plakatai, vizualinis identitetas ir įvaizdis, bukletai, prekių ženklai ir kt.);
- simbolių, ženklų, šriftų rinkiniai;
- pastatai, statiniai ir jų kompleksai, erdviniai objektai;
- interjero ir eksterjero projektai, teritorijų planai ir schemas;
- interjero įranga;
- mobiliųjų programėlių ir svetainių naudojimo žemėlapiai ir elementų formos (klaviatūra, mygtukai, interaktyvūs elementai ir kt.);
- vartotojo sąsajos modeliai, specifikacijos, prototipai programinės įrangos sistemoms;
- informacinių priemonių grafinis apipavidalinimas ir leidyba;
- planavimo, organizavimo, procesų schemas;
- mąstymo ir veikimo metodai, sprendimo priėmimo būdai, strategijos;
- dizaino proceso metodikos, metodų rinkiniai;
- vartotojo patirčių sistemos, schemas ir formos;
- vartotojų sąsajos programinei įrangai ir programinės įrangos sistemoms (pvz., mobiliųjų programėlių išvaizda, vartotojo sąsajų grafika ir kt.);
- daiktinės aplinkos projektavimas;
- įvairių gaminių, produktų, prietaisų konstravimas (struktūros, veikimo ir išvaizdos planavimas);
- urbanistinių ir architektūrinių aplinkos elementų projektavimas;
- parodų, ekspozicijų projektavimas, meninis apipavidalinimas;
- komunikacijos koncepcijų vizualizavimas;
- kompiuterinių produktų, procesų, paslaugų, renginių, kanalų kelionių ir aplinkų, remiantis vartotojų patirtimi, projektavimas ir sprendimai;
- (grafinės) vartotojo sąsajos programinės įrangos sistemoms projektavimas.

## IV. Dizaino srities raidos apibrėžimas

Dizainas apibrėžiamas ir kaip procesas, ir kaip rezultatas:

- dizainas kaip *procesas* – veikla, skirta integruoti funkcinėms, emocinėms ir socialinėms priemonėms;
- dizainas kaip *rezultatas* – prekės, paslaugos, rinkodaros ar organizaciniai metodai su integruotomis funkcinėmis, emocinėmis ir socialinėmis priemonėmis.

### Kultūros ir meno kontekste

Dizainas kaip rezultatas gali būti planas, projektas, piešinys, eskizas, modelis, daiktų forma arba estetinė jų išvaizda. Dizainas kaip procesas – daiktinės aplinkos projektavimas, įvairių gaminių meninis konstravimas, plastinio meno šaka. Dizainas yra priežastinė veikla (turinti tikslą, užduotį ir sprendžianti tam tikrą problemą), o jo rezultatas vertinamas tiek pagal estetinį krūvį, tiek pagal sukuriamą pridėtinę vertę. Dizainas suvokiamas kaip veikla, sprendžianti gamybos, vartojimo ir žmonių gyvenimo daiktinėje aplinkoje problemas, siekiant žmogaus ir daiktinės aplinkos (darbinės, kultūrinės, buitinės) santykių harmonijos, formuojant vizualines ir funkcines daiktinės aplinkos savybes, atitinkančias šiuolaikinės visuomenės poreikius.

### Socialiniuose, politiniuose, ekonominiuose ir kt. kontekstuose

Dizainas yra procesas, veikla ir ne tik tos veiklos rezultatai. Dizainas yra veikla, vykdoma laikantis tam tikros metodikos ir keleto žingsnių, tokių kaip tyrimas, konceptualizavimas, modeliavimas, testavimas ir perprojektavimas, o ne tik tos veiklos rezultatai. Iš esmės ji laikoma tiltu tarp, pvz., kūrybiškumo ir inovacijų, technologijos ir vartotojo, mokslo ir komercinių disciplinų.

Dizainas yra ir procesas, ir rezultatas – mąstymo būdas bei veikimo rezultatas. Dizainas kaip veiksmas nurodo dizaino kūrimo procesą. Bendrąja prasme dizaino procesas yra kelias, kurį dizaineris nueina spręsdamas iškeltą problemą. Naudojant skirtingos dizaino srities principus, ieškoma tinkamiausių problemų sprendimo būdų ir kelių. Yra įvairių dizaino kūrimo proceso metodų, tačiau įprastai, remdamiesi produkto dizaino vystymo logika, galime skirti šiuos pagrindinius etapus:

1. *Problemos ir galimybių identifikavimas*. Tiriama poreikiai, nustatomi pageidavimai.
2. *Techninės užduoties arba specifikacijos rengimas*. Rengiama specifikacija arba dizaino techninė užduotis, atsižvelgiant į kliento arba užsakovo poreikius.
3. *Dizaino koncepcijos kūrimas*. Generuojamos idėjos, išgryninamos perspektyviausios, kuriama dizaino koncepcija.
4. *Idėjų plėtojimas*. Laikantis dizaino techninės užduoties reikalavimų, tobulinama pasirinkta koncepcija.
5. *Detalizavimas*. Išgryninta idėja arba koncepcija detalizuojama parengiant tikslus matavimus, medžiagų aprašymus ir pan.
6. *Gamyba*. Paskutinė dizaino gaminimo arba gamybos stadija.

Kiekviename etape vykdomi dizaino tyrimai, kurie apima keletą svarbių žingsnių: paiešką, mokymąsi, apklausas (empirinius tyrimus), kūrimą (prototipavimą), testavimą, vertinimą, atranką ir komunikavimą.

Šiandien itin didžiulį pagreitį visose srityse, ne tik susijusiose su dizainu, įgavo „Design thinking“ procesas (liet. vadinama *dizainu grįstas mąstymas, kūrybinis mąstymas*, kitaip dar vadinamas „dizaino mąstysena“, „dizaino mąstymo metodu“). Tai kūrybinis procesas, mąstysena ir būdas spręsti kompleksines problemas, kaip būdas patenkinti žmonių poreikius ir norus technologiškai įmanomu ir strategiškai perspektyviu būdu. Oslo vadove (Oslo Manual 2018: *Guidelines for Collecting, Reporting and Using Data on Innovation*, OECD, 2018. Prieinga per internetą: <https://www.oecd.org/science/oslo-manual-2018-9789264304604-en.htm>) apibrėžiama, kad:

„5.94. *Kūrybinis mąstymas – sisteminga dizaino proceso metodika, kurioje dizaino metodai yra taikomi poreikiams nustatyti, problemoms apibrėžti, idėjoms generuoti, prototipams kurti ir sprendimo variantams išbandyti. Kūrybinis mąstymas gali būti taikomas sistemoms, prekėms ir paslaugoms kurti* (Brown, T., *Design thinking*, Harvard Business Review, 2008, June, pp. 84-92, <https://hbr.org/2008/06/design-thinking>).“

Kartu tai yra struktūrinis požiūris į naujų idėjų generavimą ir įgyvendinimą. Tai metodas, kuriuo remdamiesi dizaineriai ieško galimybių ir generuoja naujas idėjas. Tai kūrybinis procesas ir kūrybinis įgūdis, kai dizaineriai ieško atsakymo bendradarbiaudami su visomis suinteresuotomis šalimis ir iš įvairių perspektyvų; kai idėjos yra generuojamos, išbandomos ir testuojamos pakartotinai, taip bandant nuspėti būsimus iššūkius ir randant geresnių problemos sprendimų, pasiekiant geresnių rezultatų. Ši metodika leidžia atitrūkti nuo ilgainiui susiformavusių mąstymo stereotipų, įprastų problemų sprendimo būdų ir įgalina vaizduotei, kūrybingumo pasireikšti, tačiau neprarandant racionalaus pagrindo bei visuomet atsižvelgiant į vartotojo poreikius. Toks procesas padeda spręsti sudėtingas problemas, kai reikia išspręsti daugybę kompleksinių klausimų ir problemų.

Pabrėžiama, kad šis procesas gali skatinti inovacinę veiklą tiek paslaugas teikiančiose, tiek gamybos įmonėse, taigi gerinti įmonės konkurencingumą ir ekonominius rezultatus. Jis taip pat naudingas ir strateginėje, taip pat strateginės politikos bei viešųjų paslaugų srityse. Yra skirtingų dizainu grįsto, kūrybiško mąstymo modelių – dizaino procesų, kurie gali būti sėkmingai taikomi skirtinguose kontekstuose, skirtingose pramonės šakose ir skirtingo dydžio įmonėms.

Dizainą suvokiant kaip inovacijų varomąją jėgą, skirtinas *dizaino ekosistemos žemėlapis*, skirtas dizaino ekosistemos dalyvių, subjektų ir iniciatyvų tarpusavio ryšiams išaiškinti bei dizaino politikos veiksmams formuoti. Dizaino ekosistemą sudaro devyni pagrindiniai komponentai.

1. *Dizaino vartotojai ir užsakovai* – nurodo, kaip dizainas naudojamas vartotojų ir užsakovų šalyje ar regione.
2. *Parama* – tai vyriausybės ar nevyriausybinė parama, pvz., mentorystė ir mokymas, įgalinantys įmones naudoti dizainą.

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



Dizaino ekosistemos žemėlapis schema

Šaltinis: A Guide to Mapping Design Ecosystems: Whicher A., Walters A., *Mapping Design for Innovation Policy in Wales and Scotland*, The Design Journal, 2017, 20:1, 109-129, DOI: 10.1080/14606925.2016.1233006



## V. Dizaino srities projekto apibrėžimas

*Dizaino srities projektas – tai laike apibrėžta kryptingos veiklos priemonių visuma, kurios tikslas – taikant dizaino metodus suteikti dizaino paslaugą arba sukurti dizaino produktą, sistemą, patirtį, paslaugą ar naują verslo modelį, skirtą visuomenės kultūrinių, socialinių, ekonominių ar aplinkos problemų sprendimui bei jų poreikiams, vykdyti jų sklaidą, taip pat dizainerio kūrybinėms iniciatyvoms įgyvendinti laikantis numatyto biudžeto ribų.*

Dizaino projektas gali būti susijęs su pagrindiniais dizaino ekosistemos dalyviais (žr. ankstesnę schemą).

## VI. Dizaino srities raidos kokybės vertinimo kriterijai

### Dr. Jūratės Tutlytės pasiūlymas

**Problematika.** Dizaino sritis pastaraisiais dešimtmečiais ne tik patyrė svarbių pokyčių, bet šis dinaminis pokytis vyksta lig šiol, ypač – naujų technologijų ir komunikacijos kontekste. Besiplečiantis dizaino srities laukas nuo vien produkto dizaino link paslaugų, patirčių ir dizaino kūrybinio mąstymo taikymo susiduria su šių naujų sferų poveikio vertinimo ir matavimo problematika. Tai rodo atitinkamų mokslinių studijų ir tyrimų trūkumas šioje srityje. Didžioji dauguma jų koncentruojasi į bendrą dizaino vertinimą, tačiau vis dar stokojama dizaino mąstymo taikymo vertinimo metodologijų, o ypač paslaugų dizaino srities veiklų poveikio vertinimo principų.

Atlikus išsamią mokslinių tyrimų ir taikomųjų studijų analizę, dizaino srities vertinimo kriterijams sudaryti pasirinktos šios pažangiausios metodologijos: Danijos dizaino centro „Dizaino kopėčių“ („Design Ladder“, 2001), „Dizaino vertės balų kortelės“ („Design Value Scorecard“, Westcott ir kt. 2013), „Dizaino brandos matricos“ („Design Maturity Matrix“, Artefact, 2015) bei naujausia „ServDes“ (Milano politechnikos universiteto POLIMI, Paslaugų dizaino departamentas, 2018) dizaino, paslaugų dizaino ir dizaino mąstymo poveikio matavimo studija.

„Dizaino vertės balų kortelė“ matuoja dizaino brandą organizacijose, remdamasi trimis pagrindiniais kriterijais:

1. Vystymas ir pateikimas (estetika ir funkcionalumas)
2. Struktūra (integralumas ir sujungimas)
3. Strategija ir verslo modeliai

„Dizaino brandos matricos“ savo ruožtu vertina penkis dizaino brandos lygius (pradinį, adaptuotą, valdomą, integruotą ir skatinamą), kurie vertinami pagal penkias organizacijos sritis:

1. Empatija (organizacijos supratimas apie savo klientus)
2. Meistriškumas (organizacijos vykdomo projekto mąstymo ir kūrimo kokybė)
3. Charakteris (organizacijos branda palaikant dizainą, dizainu grįstą mąstymą ir profesionalų dizainerių)
4. Našumas (rinkos reakcija į organizacijos projektinį rezultatą)
5. Poveikis (organizacijos veiksmų, susijusių su jos kultūrine, socialine ir aplinkosaugine aplinka, įgyvendinimas per dizainą ir naudojant dizainą)

„Dizaino kopėčių“ modelis yra, ko gero, dažniausiai naudojamas ir visuotinai priimtas dizaino brandos vertinimo modelis, skirtas nustatyti ekonominei dizaino vertei bei investicijų į dizainą gražą. Juo sėkmingai rėmėsi Europos Komisija, 2009 m. vertindama dizaino sektoriaus brandos lygius. Šis modelis paremtas hipoteze, kad kuo daugiau dėmesio skiriama dizainui ankstyvosiose stadijose (lygiuose) ir kuo didesnė strateginė dizaino reikšmė – tuo organizacijoje sukuriama daugiau vertės ir pajamų. Dizaino kopėčios yra keturių lygių:

1. Nėra dizaino (angl. *Non-design*)
2. Dizainas kaip forma (angl. *Design as form-giving*)
3. Dizainas kaip procesas (angl. *Design as process*)
4. Dizainas kaip strategija (angl. *Design as strategy*)

„ServDes“ (Milano politechnikos universiteto POLIMI, Paslaugų dizaino departamentas, 2018), remdamasis šių „Dizaino kopėčių“ metodika, ją papildė išorinių ir vidinių vertinimo metrika.

Eil. Nr.	Kriterijaus pavadinimas	Kriterijaus aprašymas	Matavimo vienetas
1.	<b>Finansiniai rezultatai</b>	Įmonės, organizacijos akcijų kainos, apyvartos, pelningumo, investicinės gražos, dizaino agentūrų įsigijimo, inovacijų skaičiaus įmonėje, organizacijoje augimas.	Eur, vnt., proc.
2.	<b>Vartotojai</b>	Vartotojų pasitenkinimo, visuminės kliento vertės, klientų lojalumo, prekių ženklo suvokimo ir vertės, pasitenkinimo naudos vartotojui, pardavimų konversijos augimas.	Eur, proc.
3.	<b>Rinkos</b>	Naujų rinkų, įėjimo į naujas rinkas skaičiaus augimas.	Vnt.
4.	<b>Įvertinimai</b>	Produktų ir (arba) paslaugų pripažinimai, išaugęs gautų apdovanojimų skaičius.	Vnt.
5.	<b>Dizaino apimtys</b>	Išaugęs dizaino darbuotojų įmonėje skaičius, santykis su kitais, dizaino pareigybinis rangas; padidėjęs dizaino projektų, baigtų koncepcijų skaičius, dizaino projektų biudžetas.	Eur, vnt., proc.
6.	<b>Rezultatai</b>	Dėl dizaino produktų, paslaugų sutaupytos išlaidos, sutrumpėjęs projekto įgyvendinimo laikas, išaugusi investicinė atskiro projekto graža, vertė ir naujumas, pagerėjęs tinkamumas naudoti.	Vnt., proc., balai
7.	<b>Dizaino procesas</b>	Pagerėjęs darbuotojų ryšys su vartotojais, grįžtamasis ryšys įmonės viduje, komandos bendradarbiavimas, išaugęs patvirtintų prototipų skaičius.	Vnt., proc., balai
8.	<b>Darbuotojų rezultatai</b>	Pagerėjęs darbuotojų pasitenkinimas, motyvacija ir įsitraukimas, veikimo pobūdžio transformacija kliento naudai.	Proc., balai

## Sandros Bernytės pasiūlymas

Eil. Nr.	Kriterijaus pavadinimas	Kriterijaus aprašymas	Matavimo vienetas
1.	<b>Meninė vertė</b>	Dizainas priklauso menų sričiai. Dizainas yra jungtis tarp technologijų ir meno (angl. <i>art</i> ), idėjų ir galutinio įgyvendinimo, tarp kultūros ir komercijos.	Balai (20 – visiškai atitinka vertinimo kriterijaus aprašą, 10 – atitinka vidutiniškai, 5 – atitinka mažiau nei vidutiniškai, 0 – neatitinka)
2.	<b>Socialinė atsakomybė</b>	Dizaino metodų taikymas, siekiant akcentuoti ar spręsti socialines problemas. Prioritetu laikomos socialinės grupės, kurios yra pažeidžiamos.	Balai (20 – visiškai atitinka vertinimo kriterijaus aprašą, 10 – atitinka vidutiniškai, 5 – atitinka mažiau nei vidutiniškai, 0 – neatitinka)
3.	<b>Ekonominė vertė</b>	Dizaino paskirtis ir jo indėlis nebėra tai, kad kuriami geresni produktai ar procesai, o yra tai, kad kuriami absoliučiai nauji verslo modeliai.	Balai (20 – visiškai atitinka vertinimo kriterijaus aprašą, 10 – atitinka vidutiniškai, 5 – atitinka mažiau nei vidutiniškai, 0 – neatitinka)
4.	<b>Aplinkos apsauga, tvarumo skatinimas</b>	Principas yra eliminuoti aplinkai neigiamą poveikį naudojant apgalvotus dizaino sprendimus, atsinaujinančias žaliavas ir siekiant žmogų priartinti prie natūralios gamtos.	Balai (20 – visiškai atitinka vertinimo kriterijaus aprašą, 10 – atitinka vidutiniškai, 5 – atitinka mažiau nei vidutiniškai, 0 – neatitinka)
5.	<b>Visuomenės įtraukimas į dizaino procesą</b>	Žmonių, kuriuos gali paveikti dizaino sprendimas, įtraukimas į procesą, kad kūrybiniame procese būtų išgirstos jų įžvalgos, pastabos, kritika ar poreikiai. Bendruomenių įtraukimas į dizaino procesą drastiškai keičia dizainerių, tyrėjų ir projektų rėmėjų požiūrį į dizaino procesą. Iš gražių daiktų kūrimo perspektyvos – dizainas tampa svarbia procesų, strategijų ir sistemų kūrimo įrankių dalimi.	Balai (20 – visiškai atitinka vertinimo kriterijaus aprašą, 10 – atitinka vidutiniškai, 5 – atitinka mažiau nei vidutiniškai, 0 – neatitinka)
6.	<b>Viešojo sektoriaus stiprinimas</b>	Dizaino sprendimai gali turėti didelę įtaką viešajam sektoriui (sveikatos apsaugai, švietimui, visuomenės saugumui).	Balai (20 – visiškai atitinka vertinimo kriterijaus aprašą, 10 – atitinka vidutiniškai, 5 – atitinka mažiau nei vidutiniškai, 0 – neatitinka)

# VII. Dizaino srities raidos kokybės rodikliai

## Dr. Jūratės Tutlytės pasiūlymas

Eil. Nr.	Rodiklio pavadinimas	Rodiklio aprašymas	Matavimo vienetas
<b>1.</b>	<b>Finansiniai rodikliai</b>	Lyginamoji įmonės, organizacijos finansinių rodiklių analizė: akcijų kainos, apyvartos, pelningumo, investicinės grąžos, dizaino agentūrų įsigijimo, inovacijų skaičiaus įmonėje pokyčiai.	Eur, vnt., proc.
1.1.	<b>Akcijų rodikliai</b>	P/S (akcijų kainos ir pardavimų santykis); P/Bv (akcijos kainos ir buhalterinės vertės santykis); P/E (akcijos kainos ir pelno, tenkančio vienai akcijai, santykis); P/E lyginamoji analizė.	Eur
1.2.	<b>Apyvartumo rodikliai</b>	Įmonės, organizacijos veiklos ir veiklos efektyvumas, apyvartumas.	Vnt.
1.3.	<b>Dizaino agentūrų įsigijimas</b>	Lyginamas dizaino agentūrų įsigijimo per nustatytą laikotarpį pokytis.	Vnt.
1.4.	<b>Inovacijų skaičius</b>	Įmonių inovacinio potencialo lyginimas (vadybos, organizacinės, procesų, produktų inovacijos).	Vnt.
1.5.	<b>Pelningumas</b>	Pelno ir pajamų santykis.	Proc.
1.6.	<b>Investicijų grąža</b>	Įmonių investicijų ar investicinio portfelio pelningumas (visam investicijų laikotarpiui ir (arba) metinė).	Proc.
<b>2.</b>	<b>Vartotojai</b>	Vartotojų pasitenkinimas ir atsiliepimai, visuminė kliento vertė, klientų lojalumas, prekių ženklo suvokimas, vertės ir pasitenkinimo nauda vartotojui, konversija	Eur, proc.
2.1.	<b>Visuminė kliento vertė</b>	Pajamos, kurias kompanija gauna per visą jos ir kliento bendradarbiavimo laikotarpį.	Eur
2.2.	<b>Klientų lojalumas</b>	Klientų lojalumo rodiklis – NSP (angl. <i>Net Promoter score</i> ): nepatenkintų, pasyvių ir patenkintų klientų procentas.	Proc.
2.3.	<b>Prekių ženklo vertė ir vartotojų lojalumas</b>	Prekių ženklas ir jo vartotojui kuriama vertė, lemianti vartotojo palankumą.	Proc.
2.4.	<b>Prekių ženklo suvokimas (angl. <i>Brand Perception</i>)</b>	Prekių ženklo pripažinimas, kokį prekių ženklas kuria suvokimą apie įmonės tikslą rinkoje.	Proc.
2.5.	<b>Prekių ženklo vertė</b>	Prekių ženklo vertė: finansinė nauda gamintojui (įmonei) ir pasitenkinimo nauda vartotojui.	Proc.
2.6.	<b>Konversija</b>	Pardavimo konversijos: potencialių pirkėjų transformacijos į tikrus pirkėjus skaičiavimas.	Proc.
<b>3.</b>	<b>Rinkos</b>	Įėjimų į naujas rinkas skaičius.	Vnt.
<b>4.</b>	<b>Apdovanojimai</b>	Produktų ar paslaugų apdovanojimų skaičius.	Vnt.
<b>5.</b>	<b>Dizaino apimtys</b>	Dizaino darbuotojų skaičius įmonėje, santykis su kitais, dizaino projektų biudžetas, dizaino projektų, baigtų koncepcijų skaičius, dizaino pareigybinis rangas.	Eur, vnt., proc.

Eil. Nr.	Rodiklio pavadinimas	Rodiklio aprašymas	Matavimo vienetas
5.1.	<b>Darbuotojų santykis</b>	Dizainerių, dirbančių įmonėje, skaičius ir jų santykis su vystytojais.	Vnt., proc.
5.2.	<b>Dizaino biudžetas</b>	Dizaino (projektų) skiriamo biudžeto augimas.	Eur, proc.
5.3.	<b>Dizaino projektai</b>	Dizaino projektų skaičius.	Vnt.
5.4.	<b>Dizaino koncepcijos</b>	Baigtų dizaino koncepcijų skaičius.	Vnt.
5.5.	<b>Darbuotojai su dizaino išsilavinimu</b>	Darbuotojų, turinčių dizaino išsilavinimą, apmokytų dizaino srityje, skaičius.	Vnt.
5.6.	<b>Darbuotojų kvalifikacija</b>	Dizaino pozicijų, dizaino pareigų rangas įmonėje, organizacijoje.	Proc.
<b>6.</b>	<b>Dizaino projektų rezultatai</b>	Dizaino produktų, paslaugų išlaidos, projekto vykdymo laikas, investicinėatskiro projekto grąža, vertė ir naujumas, tinkamumas vartotojams.	Eur, vnt., proc.
6.1.	<b>Išlaidos</b>	Išlaidos, sutaupytos dėl sukurtų dizaino produktų, paslaugų, taikytų dizaino metodų.	Eur, proc.
6.2.	<b>Laikas</b>	Produktų ar paslaugų išėjimo, paleidimo į rinką laiko sutrumpėjimas.	Vnt.
6.3.	<b>Investicijų grąža</b>	Kiekvieno atskiro projekto investicinė grąža.	Proc.
6.4.	<b>Vertė ir naujumas</b>	Sukurto produkto ar paslaugos vertė ir naujumas (vidiniai anoniminiai vertinimai).	Proc.
6.5.	<b>Tinkamumas naudoti (angl. Usability)</b>	Sukurto produkto ar paslaugų tinkamumo naudoti (naudotojams) kokybinė ir kiekybinė charakteristika.	Vnt., proc., balai
<b>7.</b>	<b>Dizaino vystymo procesas</b>	Vidinis grįžtamasis įmonės darbuotojų ryšys, kontaktavimas su vartotojais, prototipavimas, komandos bendradarbiavimas.	Vnt., proc., balai
7.1.	<b>Grįžtamasis ryšys</b>	Vidinis grįžtamasis ryšys įmonėje, organizacijoje.	Proc., balai
7.2.	<b>Kontaktas su vartotojais</b>	Santykio su vartotojais kiekis ir dažnumas (dienų skaičius be sąveikos su vartotojais, vartotojų, su kuriais kontaktuota, skaičius, vartotojų, su kuriais kontaktuota, kategorijų skaičius).	Vnt.
7.3.	<b>Prototipavimas</b>	Prototipų skaičius, patvirtintų prototipų skaičius (atvirą ir uždarą statusą turinčių prototipų sąrašas).	Vnt.
7.4.	<b>Komandos bendradarbiavimas</b>	Komandos bendradarbiavimo rodikliai (pvz., sąveikos dinamikos žymėjimas), komandos efektyvumo nustatymas.	Proc.
<b>8.</b>	<b>Darbuotojų rezultatai</b>	Darbuotojų veiklos pasikeitimai, pasitenkinimas, motyvacija ir įsitraukimas.	Proc., balai
8.1.	<b>Darbuotojų veikimas</b>	Darbuotojų veikimo (pokyčio) tyrimas: orientacijos į klientą, (at)reagavimo, empatijos klientų atžvilgiu.	Proc., balai
8.2.	<b>Darbuotojų pasitenkinimas</b>	Darbuotojų pasitenkinimo darbu tyrimas: Ar darbuotojai išmoko ką nors naujo? Ar dizaino metodų taikymas atnešė kokių naujovių, buvo paskata inovacijoms rasti? Ar rekomenduotumėte dizaino metodus savo kolegoms?	Proc., balai
8.3.	<b>Darbuotojų motyvacija</b>	Darbuotojų motyvacijos tyrimas.	Proc., balai
8.4.	<b>Darbuotojų įsitraukimas</b>	Darbuotojų įsitraukimo tyrimas.	Proc., balai

## Sandros Bernytės pasiūlymas

Eil. Nr.	Rodiklio pavadinimas	Rodiklio aprašymas	Matavimo vienetas
1.	<b>Meninė vertė</b>	Pagrįstumas, kad kuriamas projektas kuria meninę vertę (išsilavinimas, kitų menininkų dizainerių, kultūros darbuotojų įvertinimas). Vykdytos veiklos įvertinimas ir pripažinimas atitinkamų nacionalinių ir tarptautinių organizacijų.	Balai (20 – visiškai atitinka vertinimo kriterijaus aprašą, 10 – atitinka vidutiniškai, 5 – atitinka mažiau nei vidutiniškai, 0 – neatitinka)
2.	<b>Socialinė atsakomybė</b>	Argumentuotas išdėstymas, nurodantis, kaip dizaino metodų taikymas spęs socialines problemas ir kokios grupės pasirenkamos kaip prioritetinės.	Balai (20 – visiškai atitinka vertinimo kriterijaus aprašą, 10 – atitinka vidutiniškai, 5 – atitinka mažiau nei vidutiniškai, 0 – neatitinka)
3.	<b>Ekonominė vertė</b>	Pagrįstas argumentavimas, kaip dizaino projektas kuria ekonominę vertę ar absoliučiai naują verslo modelį.	Balai (20 – visiškai atitinka vertinimo kriterijaus aprašą, 10 – atitinka vidutiniškai, 5 – atitinka mažiau nei vidutiniškai, 0 – neatitinka)
4.	<b>Aplinkos apsauga, tvarumo skatinimas</b>	Faktinis patvirtinimas, kaip dizaino sprendimai eliminuoja aplinkai neigiamą poveikį, naudoja atsinaujinančias žaliavas ir siekia žmogų priartinti prie natūralios gamtos.	Balai (20 – visiškai atitinka vertinimo kriterijaus aprašą, 10 – atitinka vidutiniškai, 5 – atitinka mažiau nei vidutiniškai, 0 – neatitinka)
5.	<b>Visuomenės įtraukimas į dizaino procesą</b>	Kiekis ir aprašomasis patvirtinimas, kiek žmonių, kuriems turi įtakos dizaino sprendimas, buvo įtraukti į dizaino procesą, išgirstos jų įžvalgos, pastabos, kritika ar poreikiai.	Balai (20 – visiškai atitinka vertinimo kriterijaus aprašą, 10 – atitinka vidutiniškai, 5 – atitinka mažiau nei vidutiniškai, 0 – neatitinka)
6.	<b>Viešojo sektoriaus stiprinimas</b>	Pagrindimas, kaip projekto dizaino sprendimai veikia viešąjį sektorių (sveikatos apsaugą, švietimą, visuomenės saugumą).	Balai (20 – visiškai atitinka vertinimo kriterijaus aprašą, 10 – atitinka vidutiniškai, 5 – atitinka mažiau nei vidutiniškai, 0 – neatitinka)
7.	<b>Viešųjų erdvių pritaikomumas žmogui</b>	Pagrindimas, kaip viešosios erdvės (gatvės, pėsčiųjų ir dviračių takai, automobilių aikštelės) buvo projektuojamos, panaudojant dizaino galimybes ir inovacijas.	Balai (20 – visiškai atitinka vertinimo kriterijaus aprašą, 10 – atitinka vidutiniškai, 5 – atitinka mažiau nei vidutiniškai, 0 – neatitinka)

## VIII. Dizaino srities projekto kokybės vertinimo kriterijai

Dizaino srities projekto vertinimo kriterijai yra esmingai susiję ir turi būti tikslinami arba koreguojami pagal (finansavimo) priemonės tikslus ir uždavinius.

Eil. Nr.	Kriterijaus pavadinimas	Kriterijaus aprašymas	Matavimo vienetas
1.	<b>Projekto aprašymas, kontekstas</b>	Projekto atitikties finansavimo kvietimo sąlygoms (viešosios politikos ir (arba) programos prioritetams), jo aprašui (ir (arba) kitoms nurodytoms sąlygoms); projekto novatoriškumas, originalumas, aktualumas, potencialumas; projekto sociokultūrinė, ekonominė ir kt. aplinka: projektinės veiklos poreikio, pasiūlos ir paklausos analizė; sprendžiamos problemos, tikslinių grupių poreikiai ir kt.	Balai (5 – jei projektas visiškai atitinka prioriteto aprašą, 0 – neatitinka)
2.	<b>Projekto turinys, pagrįstumas</b>	Projekto loginė matrica: tikslu siekiamas kiekybinis, kokybinis pokytis, projekto ribos, sprendžiami tikslinės grupės poreikiai; uždaviniais siekiami tikslai, tikslas, projekto organizacijos specifika, patirtis, siekiami rezultatai, rezultatų rodikliai (siekiamas pokytis, pvz.: geresnė produktų, paslaugų, strateginio veikimo kokybė, prieinamumas, dalyvių, lankytojų pokytis, vartotojų pasitenkinimas ir pan.), kaip užtikrinama atitikties bendriems ir specialioms reikalavimams.	Balai (30 – visiškai atitinka vertinimo kriterijaus aprašą, 23 – atitinka daugiau nei vidutiniškai, 15 – atitinka vidutiniškai, 8 – atitinka mažiau nei vidutiniškai, 0 – neatitinka)
3.	<b>Veiklos, rezultatų ypatumas</b>	Kaip veiklos leidžia pasiekti nurodytus siekiamus rezultatus, kokiomis priemonėmis ar veiklomis bus užtikrinama atitikties priemonėje nustatytiems bendriems ar specialioms reikalavimams, kaip bus įgyvendinami horizontalieji principai (įvairaus nediskriminavimo ir darnaus vystymosi principai).	Balai (5 – visiškai atitinka vertinimo kriterijaus aprašą, 10 – atitinka vidutiniškai, 0 – neatitinka)
4.	<b>Potencialus poveikis ir vertės</b>	Projektu inicijuojamos veiklos, kuriama ar vystoma dizaino produkto ar paslaugos, dizaino metodų (dizainu grįstas mąstymas ir kt.) taikymo potencialios vertės: sociokultūrinė, ekonominė, aplinkosauginė, tvarumo, strateginė ir kt.). Projektas turi pagrįstą planuojamą teigiamą poveikį dizaino sektoriui.	Balai (30 – visiškai atitinka vertinimo kriterijaus aprašą, 23 – atitinka daugiau nei vidutiniškai, 15 – atitinka vidutiniškai, 8 – atitinka mažiau nei vidutiniškai, 0 – neatitinka)
5.	<b>Vykdyimo planas</b>	Projekto tikslai ir uždaviniai, veiklos ir veiklų įgyvendinimas, atitikties priemonės loginei matricai, projekto trukmę lemiantys veiksniai, etapai, pasirengiamieji darbai ir pan. Veiksmų planų atitikimas siektiniams veiklos rezultatams.	Balai (5 – jei projektas visiškai atitinka prioriteto aprašą, 0 – neatitinka)
6.	<b>Dalyvių kompetencija</b>	Projekto komandos, pasitelkiamų dalyvių kvalifikacija ir (arba) patirtis panašaus pobūdžio projektuose, vadovo kompetencija (ar projekto komandos darbuotojai turi reikiamą kvalifikaciją), projekto administravimo ir įgyvendinimo priežiūros užtikrinimas.	Balai (10 – jei visiškai atitinka vertinimo kriterijaus aprašą, 5 – atitinka vidutiniškai, 0 – neatitinka)
7.	<b>Visuomenės įtraukimas į dizaino procesą</b>	Žmonių, kuriuos gali paveikti dizaino sprendimas, įtraukimas į procesą, siekiant išgirsti ir atsižvelgti į jų poreikius, pastabas, įžvalgas. Bendruomenių įtraukimas į dizaino procesą esmingai keičia dizainerių, tyrėjų ir projektų rėmėjų požiūrį į dizaino procesą. Įtraukus dizainas kaip svarbi procesų, strategijų, sistemų kūrimo dalis.	Balai (10 – jei visiškai atitinka vertinimo kriterijaus aprašą, 5 – atitinka vidutiniškai, 0 – neatitinka)
8.	<b>Viešojo sektoriaus stiprinimas</b>	Dizaino sprendimai gali turėti didelę įtaką viešajam sektoriui (sveikatos apsaugai, švietimui, visuomenės saugumui).	Balai (10 – jei visiškai atitinka vertinimo kriterijaus aprašą, 5 – atitinka vidutiniškai, 0 – neatitinka)
9.	<b>Viešųjų erdvių pritaikomumas, prieinamumas</b>	Viešosios erdvės (gatvės, pėsčiųjų ir dviračių takai, automobilių aikštelės, parkai, skverai ir pan.) projektuojami atsižvelgiant į žmogų, taip pat pritaikant jas įvairių poreikių turintiems žmonėms (su negalia ir kt.).	Balai (10 – jei visiškai atitinka vertinimo kriterijaus aprašą, 5 – atitinka vidutiniškai, 0 – neatitinka)
10.	<b>Individualumas (išskirtinumas)</b>	Dizainas laikomas turinčiu individualių savybių, jei informuotam vartotojui sudarytas jo bendras įspūdis skiriasi nuo bet kokio iki šiol žinomo (visuomenei prieinamo) dizaino.	Balai (10 – jei visiškai atitinka vertinimo kriterijaus aprašą, 5 – atitinka vidutiniškai, 0 – neatitinka)

Eil. Nr.	Kriterijaus pavadinimas	Kriterijaus aprašymas	Matavimo vienetas
11.	<b>Tarpdiscipliniškumas</b>	Projekto potencialas sujungti skirtingus sektorius, veiklos sritis, siekiant novatoriškų sprendimų nuo inovacijų kūrimo ir įtvirtinimo iki kultūros (pvz., paveldo) suaktualinimo.	Balai (10 – jei visiškai atitinka vertinimo kriterijaus aprašą, 5 – atitinka vidutiniškai, 0 – neatitinka)
12.	<b>Tarptautiškumas</b>	Dizaino sektoriaus atstovavimas tarptautiniu lygmeniu.	Balai (10 – atitinka vertinimo kriterijų aprašą, 5 – atitinka vidutiniškai, 0 – neatitinka)
13.	<b>Paveldo aktualinimas ir prieinamumas</b>	Projekte numatytos veiklos, nukreiptos į paveldo išsaugojimą ir interpretavimą bei pateikimą taip, kad sudomintų šiuolaikinę auditoriją (pvz., skaitmeninės priemonės).	Balai (10 – atitinka vertinimo kriterijų aprašą, 5 – atitinka vidutiniškai, 0 – neatitinka)
14.	<b>Partnerystė</b>	Projektu skatinama partnerystė, bendradarbiavimas tarp skirtingų sektorių ir institucijų. Projektas įgyvendinamas bendradarbiaujant su vienu ar daugiau partnerių iš to paties ar skirtingų sektorių, institucijų. Projekte nurodyti partnerių vaidmenys, aiškiai apibrėžtas jų dalykinis bei finansinis indėlis, pateikti bendravimą patvirtinantys susitarimai.	Balai (10 – atitinka vertinimo kriterijų aprašą, 5 – atitinka vidutiniškai, 0 – neatitinka)
15.	<b>Viešinimas</b>	Projekto inicijuojamų veiklų, kuriamo ar vystomo dizaino produkto ar paslaugos, dizaino metodų (dizainu grįstas mąstymas ir kt.) taikymo viešinimo planas, viešinimo strategijos tikslingumas ir aktyvumas.	Balai (5 – jei projektas visiškai atitinka prioriteto aprašą, 0 – neatitinka)
16.	<b>Šmąta</b>	Projekto šmątos tikslingumas ir pagrįstumas: nurodytos išlaidos yra tiesiogiai susijusios su projektu ir yra būtinos įgyvendinant jo tikslus bei uždavinius, siekiant numatytų rezultatų, detalizuotos ir atitinkančios rinkos kainas.	Balai (10 balų – projektas visiškai atitinka vertinimo kriterijaus aprašą, 8 – jei atitinka daugiau nei vidutiniškai, 5 – atitinka vidutiniškai, 3 – atitinka mažiau nei vidutiniškai)

## IX. Dizaino srities projekto kokybės rodikliai

Eil. Nr.	Kriterijaus pavadinimas	Kriterijaus aprašymas	Matavimo vienetas
1.	<b>Dizaino projektų rezultatai: vertė ir reikšmė</b>	Sukurtų koncepcijų, prototipų, produktų, paslaugų, naudotų dizaino metodų skaičius ir galimos vertės (sociokultūrinės, ekonominės, aplinkosauginės ir kt.); rezultatų pasklidimas Lietuvos ir užsienio medijose, palankus ekspertų vertinimas; sukurto produkto ar paslaugos tinkamumo naudoti, tinkamumo naudotojams kokybinė ir kiekybinė charakteristika.	Balai Atitiktis kriterijui pagal balų aprašą
2.	<b>Projekto turinys, pagrįstumas, aktualumas</b>	Ekspertinis atitiktis programos (viešosios politikos ir (ar) programos) prioritetams vertinimas.	Balai Atitiktis kriterijui pagal balų aprašą
3.	<b>Veiklos, rezultatyvumas</b>	Projekto tikslų ir uždavinių įgyvendinimo lygmuo, veiklų kokybė; pelnų apdovanojimų, įvertinimų skaičius.	Balai Atitiktis kriterijui pagal balų aprašą
4.	<b>Potencialus poveikis ir vertės</b>	Projektu inicijuojamos veiklos, kuriamo ar vystomo dizaino produkto ar paslaugos, dizaino metodų (dizainu grįstas mąstymas ir kt.) taikymo potencialios vertės: sociokultūrinė, ekonominė, aplinkosauginė, tvarumo, strateginė ir kt.). Projektas turi pagrįstą planuojamą teigiamą poveikį dizaino sektoriui.	Balai Atitiktis kriterijui pagal balų aprašą
5.	<b>Vykdyto kokybė</b>	Projekto tikslai ir uždaviniai, veiklos ir veiklų įgyvendinimas, atitiktis priemonės loginei matricai, projekto trukmę lemiantys veiksniai, etapai, pasirengiamieji darbai ir pan. Veiksmy planų atitikimas siektiniams veiklos rezultatams.	Balai Atitiktis kriterijui pagal balų aprašą
6.	<b>Dalyvių kompetencija</b>	Projekto komandos, pasitelkiamų dalyvių kvalifikacija ir (arba) patirtis panašaus pobūdžio projektuose, vadovo kompetencija (ar projekto komandos darbuotojai turi reikiamą kvalifikaciją), projekto administravimo ir įgyvendinimo priežiūros užtikrinimas.	Balai Atitiktis kriterijui pagal balų aprašą



Eil. Nr.	Kriterijaus pavadinimas	Kriterijaus aprašymas	Matavimo vienetas
7.	Visuomenės įtraukimas į dizaino procesą	Žmonių, kuriuos gali paveikti dizaino sprendimas, įtraukimas į procesą, siekiant išgirsti ir atsižvelgti į jų poreikius, pastabas, įžvalgas. Bendruomenių įtraukimas į dizaino procesą esmingai keičia dizainerių, tyrėjų ir projektų rėmėjų požiūrį į dizaino procesą. Įtraukus dizainas kaip svarbi procesų, strategijų, sistemų kūrimo dalis.	Balai Atitiktis kriterijui pagal balų aprašą
8.	Viešojo sektoriaus stiprinimas	Dizaino sprendimai gali turėti didelę įtaką viešajam sektoriui (sveikatos apsaugai, švietimui, visuomenės saugumui).	Balai Atitiktis kriterijui pagal balų aprašą
9.	Viešųjų erdvių pritaikomumas, prieinamumas	Viešosios erdvės (gatvės, pėsčiųjų ir dviračių takai, automobilių aikštelės, parkai, skverai ir pan.) projektuojami atsižvelgiant į žmogų, taip pat pritaikant jas įvairių poreikių turintiems žmonėms (su negalia ir kt.).	Balai Atitiktis kriterijui pagal balų aprašą
9.	Individualumas (išskirtinumas)	Dizainas laikomas turinčiu individualių savybių, jei informuotam vartotojui sudarytas jo bendras įspūdis skiriasi nuo bet kokie iki šiol žinomo (visuomenei prieinamo) dizaino.	Balai Atitiktis kriterijui pagal balų aprašą
10.	Tarpdiscipliniškumas	Projekto potencialas sujungti skirtingus sektorius, veiklos sritis, siekiant novatoriškų sprendimų nuo inovacijų kūrimo ir įtvirtinimo iki kultūros (pvz., paveldo) suaktualinimo.	Balai Atitiktis kriterijui pagal balų aprašą
11.	Tarptautiškumas	Dizaino sektoriaus atstovavimas tarptautiniu lygmeniu.	Balai Atitiktis kriterijui pagal balų aprašą
12.	Paveldo aktualinimas ir prieinamumas	Projekte numatytos veiklos, nukreiptos į paveldo išsaugojimą ir interpretavimą bei pateikimą taip, kad sudomintų šiuolaikinę auditoriją (pvz., skaitmeninės priemonės).	Balai Atitiktis kriterijui pagal balų aprašą
13.	Partnerystė	Projektu skatinama partnerystė, bendradarbiavimas tarp skirtingų sektorių ir institucijų. Projektas įgyvendinamas bendradarbiaujant su vienu ar daugiau partnerių iš to paties ar skirtingų sektorių, institucijų. Projekte nurodyti partnerių vaidmenys, aiškiai apibrėžtas jų dalykinis bei finansinis indėlis, pateikti bendravimą patvirtinantys susitarimai.	Balai Atitiktis kriterijui pagal balų aprašą
14.	Viešinimas	Projekto inicijuojamų veiklų, kuriame ar vystomo dizaino produkto ar paslaugos, dizaino metodų (dizainu grįstas mąstymas ir kt.) taikymo viešinimo planas, viešinimo strategijos tikslingumas ir aktyvumas.	Balai Atitiktis kriterijui pagal balų aprašą
15.	Šąmata	Projekto šąmatos tikslingumas ir pagrįstumas: nurodytos išlaidos yra tiesiogiai susijusios su projektu ir yra būtinos įgyvendinant jo tikslus bei uždavinius, siekiant numatytų rezultatų, detalizuotos ir atitinkančios rinkos kainas.	Balai Atitiktis kriterijui pagal balų aprašą

