

Dizains un inovācija Latvijā

Līva Salaka¹, Andra Ulme²

^{1,2} *Dizaina tehnoloģiju institūts, Materiālzinātnes un lietišķās ķīmijas fakultāte, Rīgas Tehniskā universitāte*

Kopsavilkums. Pētījuma mērķis ir apskatīt Latvijas dizaina un inovāciju situācijas un uzskaitīt reālus uzdevumus situācijas uzlabošanai. Rakstā apskatīta esošā situācija Latvijā un pēfīts Apvienotās Karalistes piemērs dizaina un inovāciju situācijas uzlabošanai turpmākajos gados. Situācijas uzlabošanai Latvijā izveidots rīcības plāns ar veicamajiem uzdevumiem, lai sasniegtu būtiskas izmaiņas un augšupeju līdz 2020. gadam. Pētījumā atklājas, ka ir izstrādāti veicamie uzdevumi un uzskaitītas atbildīgās institūcijas, kā arī finansējuma avots, tomēr trūkst informācijas par konkrētajā gadā jau sasniegtajiem mērķiem.

Atslēgas vārdi: dizains, inovācija, dizaina nozare, izaugsme.

I. IEVADS

Tēma "Dizaina un inovāciju situācija Latvijā" ir aktuāla, jo tieši šīs jomas attīstība var sekmēt straujāku Latvijas ekonomisko augšupeju. Līdz šim nav veikts aktuāls situācijas izklāsts par problēmām un ieguvumiem dizaina un inovāciju situācijā Latvijā. Pētījuma pamatā tiks izmantoti "Rīcības plāna dizaina veicinātas inovācijas jomā īstenošana" (12) un "Latvijas dizaina stratēģija 2014-2020" (11) materiāli, kas sagatavoti kā situācijas izklāsts ar reāliem rīcības plāniem un uzdevumiem. Pētījuma priekšmets šajā rakstā ir dizaina un inovāciju situācija Latvijā, tās labās puses un trūkumi. Pētījuma mērķis ir apskatīt Latvijas dizaina un inovāciju ieguldījumu un reālus uzdevumus situācijas uzlabošanai. Lai sasniegtu šo mērķi, tika definēti uzdevumi: iepazīt pieejamo teoriju par tēmu; noskaidrot līdzšinējo izpētes līmeni; rast pozitīvus piemērus citur pasaulē; izpētīt inovācijas situācijas attīstību; apkopot iespējamus risinājumus un uzlabojumus. Pētījumā izmantotas datu apkopojošā, informācijas analīzes un pētījumu metodes. Darba zinātniskā novitāte atspoguļojas jaunā pētījumā humanitārajā nozarē, mākslas zinātnē par dizaina un inovāciju situāciju Latvijā, par to, kas tiek rakstiski noformulēts un kas reāli ir izdarīts situācijas uzlabošanas labā. Darba praktiskā nozīme var noderēt kā bāze lekcijas tematam vai kā materiāls sarunām ar uzņēmējiem, studentiem un augstskolu pasniedzējiem. Raksts var kļūt par pamatu zinātniskās darbības pilnveidei ar mākslu un ražošanu saistītās jomās.

II. DIZAINS UN INOVĀCIJA

Eiropā pastāv politiskā vienošanās, kas nosaka, ka katrā Eiropas Savienības dalībvalstī jāatbalsta inovācijas attīstība visos tās veidos, lai nodrošinātu labklājību un konkurētspēju. Dizaina klātesamība tiek atzīta par galveno priekšnoteikumu, lai idejas nonāktu tirgū un lai lietotājiem būtu pievilcīgi un interesanti ražojumi. Dizaina jēdziens visbiežāk tiek saistīts ar estētisko, tomēr tā ir tikai daļa no tā, ko dizaina jēdziens sevī ietver (11). Līdz ar dizaina nozares izaugsmi, pilnveidojas arī dizaina jēdziens. Šobrīd var teikt, ka dizains ir mērķtiecīgs

attīstības process un veids, kā saskatīt problēmas un meklēt to risinājumus. Stratēģiska dizaina izmantošana ietekmē gan procesu, gan rezultātu (12). Dizaina ieguldījuma analīzes liecina, ka, stratēģiski ieguldot dizainā, uzņēmumiem ir straujāka izaugsme un tie ir ienesīgāki (11). Būtiski informēt uzņēmējus par pozitīvajiem piemēriem pasaulē, Eiropā un Latvijā, kur inovāciju un dizaina ieviešana uzņēmējdarbībā sniegsi uzņēmuma attīstības augšupeju un veicinājsi eksporta pieaugumu.

Lai palielinātu inovatīvo produktu vai pakalpojumu vērtību, jāvērs uzmanība dažādām dizaina metodēm un izpausmes tehnikām. Dizaina domāšana, kas orientēta uz patērētāju, uzlabo uzņēmējdarbības, organizatorisko inovāciju, kā arī citus, ar tehnoloģijām nesaistītus, inovāciju veidus (11). Dizaina klātbūtne ir saistīta ar inovāciju un konkurences veicināšanu gan tradicionālajās industrijās, gan sociālajā sfērā, gan vides un informācijas kvalitātē, gan teritoriālajā attīstībā. Inovatīva dizaina attīstība Latvijā sekmētu straujāku Latvijas ekonomikas izaugsmi un valsts atpazīstamību pasaulē (12).

2011. gadā tika uzsākta Eiropas iniciatīva dizaina inovācijas jomā, lai pastiprinātu sasaisti starp dizainu, inovāciju un konkurētspēju un izmantotu dizaina veicinātās inovācijas iespējas. Valsts un reģionālajām inovācijas aģentūrām un akadēmiskajām aprindām tika uzdots sniegt priekšlikumus par to, kā uzlabot situāciju jomās kā inovācijas politika un atbalsts inovācijai. 2012. gada septembrī Eiropas Dizaina vadības padome (EDLB) piedāvāja savus ieteikumus priekšsēdētāja vietniekam Antonio Tajani (*Antonio Tajani*) Eiropas dizaina inovācijas samitā Helsinkos. Eiropas Dizaina vadības padome ir pārliecināta, ka liela daļa Eiropas uzņēmumu gūtu labumu, ja dizains tiktu izmantots kā inovācijas virzītājs. Uzņēmumiem jāpalielina sava informētība par dizaina pievienoto vērtību, lai sekmētu to izaugsmi un attīstību. Eiropas publiskā sektora organizācijām jāmaina izpratne par dizaina nozīmi un tā ieguldījumu, lai rādītu piemēru uzņēmējiem. Eiropas Dizaina vadības padome uzskata, ka arī Eiropas lēmumu pieņemšanā, pārvaldē un citās jomās ir vajadzīga pārmaiņa (11). Lai izprastu dizaina nozīmi uzņēmējdarbībā, arī tiem, kas par to lemj un ierosina, jāizprot dizaina jēdziens dažādās nozarēs.

Eiropas līmenī tiek strādāts pie patērētāju un ražotāju izglītošanas dizaina un inovāciju jautājumā. Izprotot, kādus ieguvumus sniedz dizaina un inovāciju mijiedarbība uzņēmumu attīstībā, var sekmēt straujāku uzņēmumu attīstību un konkurētspēju.

III. SITUĀCIJA DIZAINA NOZARĒ LATVIJĀ

Eiropas Komisija 2012. gada oktobrī izdeva atjauninātu paziņojumu par rūpniecības politiku; tajā uzmanība vērsta darbībām, kas nodrošinātu izaugsmi un ekonomikas augšupeju

Eiropā. Inovācijai tiek pievērsta galvenā nozīme, risinot trešās industriālās revolūcijas problēmas. Atbilstoši paziņojumam Eiropas Komisija īsteno pasākumu plānu, lai sekmētu dizaina iekļaušanu inovāciju politikā (11).

Kā jau katrā nozarē tajā ir labās un stiprās puses. Latvijas dizaina nozarē stiprās puses, piemēram, Latvijā ir pietiekama institūciju izplatība Rīgā un Latvijas reģionos – izglītības iestādes, amatniecības centri, muzeji. Lai gan tas tā tiek minēts Latvijas Dizaina padomes izstrādātajā materiālā “Latvijas dizaina stratēģija 2014-2020”, tomēr jau vairākus gadus tiek diskutēts par Laikmetīgās mākslas muzeja neesamību valstī. Vēl kā stiprā puse tiek minēta uzņēmumu, dizaineru, dizaina skolu un augstskolu dalība starptautiskās mesēs un izstādēs. Uzņēmumi un dizaineri ir pārstāvējuši Latviju un guvuši sasniegumus starptautiskos dizaina konkursos – “Red Dot”, Rīgas starptautiskais kino festivāls u. c. Vēsturiski Latvijā dažādos reģionos attīstījušās augstvērtīgas un profesionālas amatniecības tradīcijas, kuras tiek novērtētas un iesaistītas arī mūsdienu dizainā. Nozīmīgu ieguldījumu Latvijas dizaina nozarē sniedz dažādas nevalstiskas organizācijas un citas ar dizainu saistītas institūcijas, kas aktīvi strādā pie Latvijas dizaina popularizēšanas un tā iepazīstināšanas plašākā sabiedrībā, veidojot dažādus pasākumus, platformas, izstādes un citus sarīkojumus (12). Tomēr joprojām jāveicina sabiedrības informētība par dizaina jomā notiekošajiem bezmaksas pasākumiem, lai pastiprinātu to apmeklētību.

Jebkurā nozarē vienmēr nepieciešama nepārtraukta attīstība un virzība uz lielāku mērķi. Šobrīd Latvijas dizaina nozarei ir daudzas vājās puses, kas kavē aktīvu attīstību, piemēram, uzņēmumi nepielieto dizainu kā mērķtiecīgu organizācijas stratēģijas attīstības instrumentu. Sabiedrībai trūkst izpratnes par dizainu kā dzīves kvalitātes uzlabojošu instrumentu, dizaina jēdzienu joprojām saprot kā dekoratīvo funkciju vai luksusa precī. Nav skaidrības, kāpēc dizains kā kritērijs joprojām nav ieviests publisko iepirkumu procedūrā. Haosu un nesakārtotību nozarē rada nepieciešamība pēc vienotas spēcīgas valsts dotētas organizācijas, kas darbotos kā koordinējoša institūcija ar visām dizainā iesaistītajām pusēm un nodarbotos ar nozares pārvaldību valsts interesēs. Lai izpēfītu līdzšinējo attīstību un izprastu, kam jāvērsas uzmanība turpmākā attīstībā, trūkst kvalitatīvu pētījumu par nozarē notiekošo, kā arī netiek apkopoti salīdzinošie dati, kas ļautu analizēt notiekošo citu valstu pieredzes kontekstā (12).

Arvien vairāk pasaulē izskan Latvijas vārds saistībā ar sasniegumiem dizainā, tomēr bieži tas ir uzņēmēju un dizaineru neatlaidīgā darba augļi, nevis sasniegumi, ko veicinājušas un atbalstījušas nozares institūcijas vai valsts organizācijas. Piemēram, Japānas žurnāls “a+u” 2016. gada decembra numuru veltījis Latvijas arhitektūrai. Lai gan ir jūtama izaugsme, tomēr ir pārāk daudz nesakārtotības dizaina nozarē, kas kavē straujāku attīstību un atpazīstamību pasaules tirgū.

IV. DIZAINA UN INOVĀCIJU SITUĀCIJA APVIENOTĀJĀ KARALISTĒ

2011. gada decembrī Dizaina padome (*Design Council*) sagatavoja inovāciju plānu, kas atbilstu iniciatīvai “Stratēģijas inovāciju un pētniecības izaugsmei” (*Innovation and Research*

Strategy for Growth), kura mērķis ir sagatavots plāns kā valdība uzlabos uzņēmumu ieguldījumus inovācijā, kas tiem ļautu gūt lielākus panākumus globālajā ekonomikā. Šī dizaina plāna mērķis ir sniegt noderīgu stratēģisko regulējumu organizācijām, institūcijām un uzņēmumiem, kas ir ieinteresētai veidot jaunas, dizaina pavadītas inovācijas (4).

80% no Apvienotās Karalistes uzņēmumiem uzskata, ka dizains palīdzēs saglabāt konkurētspēju pašreizējā ekonomiskajā situācijā, šis skaitlis sasniedz 97% visstraujāk augošu uzņēmumu vērtējumā. Padziļinātā aptauja par dizaina vērtību no Dizaina padomē (*Design Council*) esošajiem 503 uzņēmumiem pierāda, ka par katrām dizainam iztērētiem 100 GBP (~117 EUR) biznesa apgrozījums palielinās par 225 (~263 EUR). Aptauja arī ziņo, ka uzņēmumi, kas redz dizainu kā neatņemamu elementu, salīdzinājumā ar citiem divreiz straujāk piedzīvo būtisku izaugsmi.

Lai nodrošinātu valsts pārvaldes reformas un risinātu daudzas steidzamas sabiedriskās politikas problēmas, valdībai ir jāspēj pārvaldīt inovatīvi. Sākot ar centralizētu pakalpojumu racionalizēšanu, piemēram, uzlabojot ceļu nodokļu sistēmu, piešķirot lokālu nozīmi mājokļu pabalstiem vai izstrādājot jaunus risinājumus pieaugošajam skaitam hronisko slimību un aptaukošanās problēmu, ierēdņiem ir uzdots sasniegt Valsts revīzijas iestādes (*National Audit Office*) aprakstu “Jaunas idejas, kas nodrošina sabiedrības vērtību radīšanu” par valsts sektora inovācijām.

Jau šobrīd pastāv daudz labu piemēru par transformācijas un inovācijas centrālo un vietējo iestāžu nodrošināšanu. Pārveide jeb jauna dizaina izstrāde, piemēram, Pasu aģentūra (*Passport Agency*), kas 1999. gadā atradās uz Apvienotās Karalistes krīzes sliekšņa, pārveidojot pakalpojumus, kopš 2006. gada, trīs gadus pēc kārtas, uzstādījis augstāko reitingu privāto vai publisko pakalpojumu sfērā. Tomēr valdības pierādījumi norāda uz ilgtermiņa sistēmiskām problēmām saistībā ar inovācijām valsts sektorā, tostarp nepieciešamību pēc riskantām pārmaiņām un eksperimentēšanu kultūrā, plašāku personāla un klientu iesaistīšanos inovācijās un uzlabotas prasmes, piesaistot privāto sektoru.

NESTA pētījumi liecina, ka valsts sektora inovācijas notiek par spīti nevis organizatoriskās kultūras ap to dēļ. Tendences rāda, ka aģentūras ar jaunām idejām izvēlās strādāt paslepus, izvairoties no departamentu ierobežojumiem. Saskaņā ar valdības veiktajiem pētījumiem, dizaina ietekme uz sabiedrisko sektoru organizācijām lielākoties nav ņemta vērā un tiek ignorēta.

Bieži sadarbībā ar partneriem, piemēram, Tehnoloģijas Stratēģijas padomes (*Technology Strategy Board*) programmās, tiek izmantoti dizaina tehnoloģiju paņēmieni, lai iesaistītu pilsoņus, ierindas darbiniekus un speciālistus, lai radītu tirgum jaunas idejas. Uzsvars tika likts uz maksimāli agru līdzdalību un ieguldījumu no privātā sektora, kas apvienotu dizainu, tehnoloģiju un ražotājus. Rezultāti norāda uz tirdzniecības ideju būtisku izrāvienu un strauju izaugsmes paātrinājumu. Nesens divu veselības projektu salīdzinājums noteica vairāk nekā 25 miljonus GBP (~29 miljonu EUR) no pārdošanas apjomiem divu gadu laikā maziem un vidējiem uzņēmumiem, kas piedalījās programmā un prognozēja, ka iegūs 23 GBP (~27 EUR) par katru valsts sektoram iztērēto 1 GBP

(~1,20 EUR). Šo pierādījumu rezultāti norāda uz būtisku labumu inovāciju sasniegšanā valsts sektora mērogā, kā arī efektivitāti, palielinot iespējas izmantot dizainu kā stratēģisku pieeju, un mērķtiecīgāk nostiprināt projektēšanas procesu vadību un veidu kā noteikt un apstiprināt dizaina profesionāļus.

Iniciatīva “Stratēģijas inovāciju un pētniecības izaugsmei” (*Innovation and Research Strategy for Growth*) paredz arī stratēģisku ieguldījumu ekonomikas izaugsmei. Lai veicinātu atklājumu un attīstības nozares, ir svarīgi ar dizaina palīdzību stiprināt zinātnisko un tehnoloģisko tirdzniecību sasniegumu. Jaunas investīcijas infrastruktūrā, piemēram, Catapult tehnoloģiju un inovāciju centros (*Catapult technology and innovation centres*), nodrošinātu iespēju saskaņot projektēšanas zināšanas un talantu tur, kur tas ir visvairāk vajadzīgs. Esošais pētniecības finansējums un zināšanu sadarbības var tikt izmantotas, lai novērstu nepilnības vai lai sniegtu jaunus pierādījumus par prioritātēm, kas ietekmēs spēju ieviest jauninājumus, piemēram, globāli konkurētspējīgu vidi vai dizaina izglītības lomu sistēmā. Lai veicinātu inovatīvu uzņēmējdarbību, jāstiprina dizaina iespējas un pieejamība tam. Ja valdība iegulda līdzekļus vai veic investīcijas jaunāko tehnoloģiju attīstībā, valdība nodrošina sev sakarus ar zināmiem un pārbaudītiem dizaina padomdevējiem un kontaktiem. Mērķtiecīga palīdzība dizaina nozares pārstāvjiem no “Dizains pēc pieprasījuma” (*Designing Demand*) un citām biznesa saistītām nozarēm nodrošinās iespēju paātrināt inovācijas attīstību, izmantojot dizaina paņēmienus un ekspluatējot Apvienotās Karalistes dizaina iespējas. Lai nodrošinātu zināšanu plūsmu inovāciju ekosistēmā, jāizmanto dizains, lai stiprinātu saikni starp universitātēm un plašāko inovāciju infrastruktūru. Palielinot universitātēs izpratni par to kā izmantot dizainu stratēģiski, paātrināsies komercializācijas process, kas palīdzēs identificēt tirgus vajadzības, veidojot jaunās koncepcijas dzīvotspējīgas un pievilcīgas, piesaistot jaunas investīcijas un samazinot risku. Daudzdisciplīnu pieejas paplašināšana pēc diploma iegūšanas, dizaina, biznesa, zinātnes un tehnoloģiju nozarēs, nostiprinātu izglītības lomu inovāciju ekosistēmā. Lai nodrošinātu globālu sadarbību, jāizmanto dizains, lai piesaistītu investīcijas un veicinātu eksporta iespējas. Tādas iniciatīvas kā “Apvienotās Karalistes Tech pilsēta” (*Tech City UK*) sniedz iespēju piesaistīt investīcijas, kas balstās uz piekļuvi dizainam un radošajām prasmēm Apvienotajā Karalistē. Olimpiskās spēles un plašākas valdības programmas un valdības tirdzniecības un investīciju iestāde (*UKTI*) piedāvā iespēju izveidot sadarbības starp dizaina un ar to saistītiem uzņēmumiem. Šāda dizaina nozares infrastruktūra, kas iekļauj pasākumus, kultūras iestādes un organizācijas, var palīdzēt palielināt tirdzniecības un investīciju apjomus. Lai risinātu jauno inovāciju uzdevumus, svarīgi norādīt projekta pasūtītāja, vadības pakalpojumu un sabiedrisko kārtību. Jāturpina centieni reformēt valsts pakalpojumus, nodrošinot nepārtrauktu iespēju iesaistīties dizainā, lai īstenotu efektīvas pārmaiņas visā sistēmā. Atvērti inovāciju dizaina projekti jaunos politiskos izaicinājumos varētu veicināt agrīnu saistību starp valdību, tehnoloģijām un uzņēmējdarbību (4).

Apvienotā Karaliste daudz padziļinātāk un konkrētāk domā par dizaina un inovāciju jautājumu un attīstību. Kamēr Latvijā

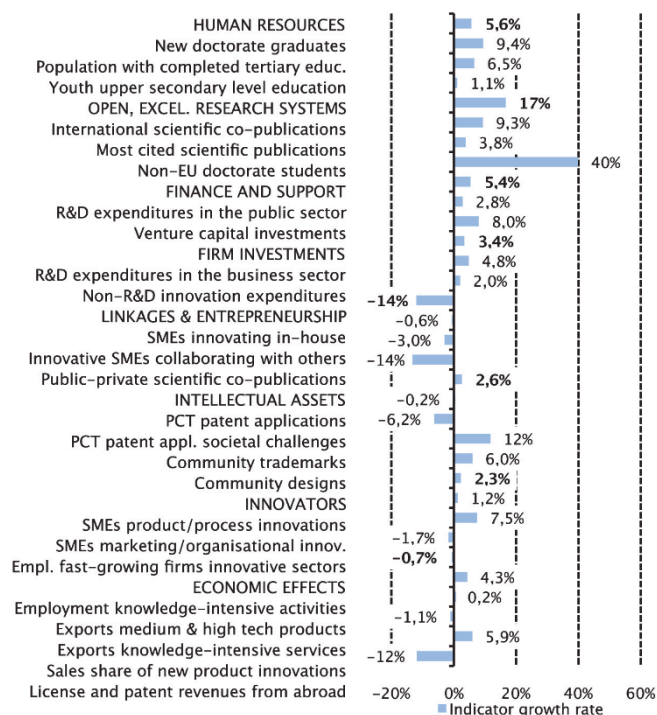
vēl tiek meklēti skaidrojumi dizaina jēdzienam un spriests, cik ir katras institūcijas spēkos un kādi darbi katrai veicami, Apvienotā Karaliste jau izstrādā reālus darba plānus ar izvirzītiem reāliem mērķiem, kas tai jāsasniedz. Kamēr Latvijā netiek veiktas aptaujas un neapkopo statistikas datus par dizaina nozarē notiekošo, Apvienotajā Karalistē tas notiek jau gadu desmitus, un uz analīzu un statistikas datiem tiek izvirzīti nākotnes mērķi un ieguvumu aprēķini. Apvienotajā Karalistē pastāv vairākas institūcijas un nevalstiskas organizācijas, kas risina dizaina jautājumus un aktīvi iesaista dizainerus. Valstij pastāv reāls plāns, ko tā vēlas izmainīt un ko attīstīt nozarē turpmāk.

V. INOVĀCIJU ATTĪSTĪBAS SITUĀCIJA LATVIJĀ

2015. gada Eiropas Savienības Inovāciju indeksa (*Innovation Union Scoreboard*) rādītāji liecina, ka nemainīgi jau vairākus gadus inovatīvākās valstis Eiropā ir Zviedrija, Dānija, Somija un Vācija. Latvija starp 28 Eiropas Savienības dalībvalstīm ierindojās 26. vietā, apsteidzot tikai Maltu un Bulgāriju. Tomēr Latvija periodā no 2007. līdz 2014. gadam, katru gadu uzrādījusi 3,4% pieaugumu, kas ir krietni augstāks par Eiropas Savienības dalībvalstu vidējo rādītāju – 1%. Eiropas Savienības Inovāciju indekss (*Innovation Union Scoreboard*) sniedz pētniecības un salīdzinošu novērtējumu par inovatīvo darbību Eiropas Savienības dalībvalstīs, kā arī salīdzinājumu ar starptautisko konkurentu sniegumu. Latvija kopā ar Maltu un Bulgāriju ierindota valstu grupā “pieticīgs inovāciju ieviesējs”, tomēr tieši šīs trīs valstis uzrādījušas augstākos inovāciju ieviešanas rezultātus. Pēc inovatīvās darbības rādītāju kāpuma līdz 2011. gadam un krituma 2012. un 2013. gadā, 2014. gadā Latvijas inovācijas indekss strauji pieauga. Tomēr Latvijas rādītāji kopumā ir zemāki nekā Eiropas Savienības vidējie dati vairumā sadaļu, piemēram, sektoros Pētniecības sistēmas, Saikne ar uzņēmējdarbību un Inovācijas. Tomēr 2015. gada periodā novērots rādītāju pieaugums par 1/3 starp visiem indikatoriem. Būtisks kāpums novērots sektoros – studentu skaits (32%), kopienas preču zīmes (17%) un speciālisti ar jauniegūtu doktora grādu (14%), tomēr vislielākais kritums vērojams finansējumam pētniecībai un attīstībai biznesa sektorā (-9%) (2).

Tomēr, kā vēsta jaunākais 2016. gada Eiropas Savienības Inovāciju indekss (*Innovation Union Scoreboard*), Latvija ir pārkāpusi pieticīgo inovāciju ieviesēju sliekšni un ierindojusies 25. vietā starp 28 Eiropas Savienības dalībvalstīm, un līdz ar to atrodas mērenajā jeb vidējā inovāciju ieviesēju joslā, kas ir vērtā ņemams sasniegums, salīdzinot ar iepriekšējo gadu rādītājiem. Augsts pieaugums ir vērojams trešo valstu doktorantūras studentu indikatorā (40%), kopienas preču zīmes (12%), jauni doktorantūras absolventi (9,4%), kā arī starptautiskas zinātniskas līdzautoru publikācijas (9,3%) indikatori (skat. 1. att.). Vislielākā darbību samazināšanās novērojama sabiedrības privāto kopt publikāciju jomā (-14%) un ienākumos no ārvalstu licencēm un patentiem (-12%) (sk. 1. att.) (5).

Iepazīstoties ar inovāciju jomas veicinātājiem vairāku gadu griezumā, var secināt, ka Latvijas izaugsme inovāciju jomā ir lēna, bet augšupejoša. Kā vēstīts Ivara Kļaviņa 2010. gada rakstā “Inovācija Latvijā – ilūzija vai realitāte?” (7)



1. att. Latvijas izaugsmes un kritumi Eiropas Savienības Inovācijas indeksā 2016. gadā (5).

2009./2010. mācību gadā doktora grādu ieguva 132 topošo zinātnieku, toties 2014./2015. gadā doktora grādu ieguva jau 263 cilvēku (9). Zemo doktora grādu ieguvēju skaitu 2009./2010. mācību gadā var skaidrot ar pēckrīzes posmu, kad ekonomiskā situācija visā pasaulē bija satricināta un nestabila. Tomēr nevar viennozīmīgi spriest, ka doktorantūras studentu skaits ir pieaugošs, drīzāk svārstīgs un neviennozīmīgs, jo, piemēram, 2012./2013. gadā doktora grāda ieguvēju skaits bija 315. Lai gan I. Kļaviņš raksta (7), ka inovāciju attīstību būtiski kavē neesošās eksperimentālās bāzes un studentiem nepieejamās pilotražotnes, tad līdz 2016. gadam ir attīstījušies dažādi biznesa inkubatori gan studentiem, gan tādi, kas savus pakalpojumus piedāvā arī novados, kā arī banku atbalsti jaunajiem uzņēmējiem un nevalstiskās organizācijas, kas palīdz satikties cilvēkiem, kas vēlas uzsākt biznesu tehnoloģiju nozarē.

Kopš 2005. gada Latvijā dažādās kategorijās tiek pasniegta "Eksporta un inovācijas balva", lai gan vairāk kategoriju ir saistībā ar eksportu, toties pastāv arī inovāciju kategorija, kā arī kategorija "Rūpnieciskais dizains", kur pirmo vietu šogad (2016. gadā) ieguva uzņēmums "CATCHBOX" ar mētājamajiem mikrofoniem (skat. 2. att.) (8). Kā arī oktobrī Rīgas Tehniskajā universitātē sesto reizi norisinājās izstāde "Izgdrojumu un inovāciju izstāde MINOX 2016", kura tiek rīkota "Latvijas Izgdrotāju dienu" ietvaros (7). Šādas balvas un izstādes un pasākumi liecina, ka arvien vairāk tiek pievērsta sabiedrības uzmanība un iesaiste inovāciju jomā. Svarīgi, ka sabiedrībai tiek parādīti jaunākie izgudrojumi un tie var sekot līdzī attīstībai un tendencēm Latvijas izgudrojumu nozarē. Kā arī būtiski, ka tiek pamanīti un novērtēti tie uzņēmēji, kas ir sevi pierādījuši inovāciju un eksporta jomā.



2. att. 2016. gada "Eksporta un inovācijas balvas" ieguvējs – mētājamie mikrofonu – kategorijā "Rūpnieciskais dizains" (3).

Lai gan šķiet, ka Latvijas inovāciju jomas attīstība neprogresē, tā gluži nav. Joma lēni, bet augšupejoši attīstās. Tomēr līdz vidējiem Eiropas rādītājiem vēl ir diezgan tālu. Veiksmīgs 2016. gada pavērsiens ir Latvijas iekļūšana Eiropas Savienības Inovāciju indeksa (*Innovation Union Scoreboard*) mērenajā inovāciju ieviešēju valstu vidū, kur atrodas vairākums Eiropas Savienības dalībvalstu. Šis pētījums norāda arī uz jomām, kurās Latvija piedzīvousi kritumus un kuros vērojama straujākā izaugsme (skat. 1. att.). Salīdzinot ar iepriekšējiem desmit gadiem, pastāv arvien vairāk institūciju, kas atbalsta un veicina inovāciju attīstību Latvijā. Tiek organizēti arvien vairāk informatīvu pasākumu un izstāžu, kas izglīto ar jomu nesaistīto sabiedrību par nozarē notiekošo. Kā arī vairākus gadus tiek pasniegti apbalvojumi inovatīvākajiem uzņēmumiem, kam ir augsti rādītāji eksportā; tas ir kā priekšzīme citiem uzņēmumiem.

VI. IESPĒJAMIE DIZAINA UN INOVĀCIJU SITUĀCIJAS UZLABOJUMI

Inovācijas arvien biežāk tiek uzskatītas par ekonomiskās un attīstības izaugsmes galveno virzītāju. Tomēr Latvija ievērojami atpaliek no citām Eiropas valstīm, nespējot sasniegt būtiskus rādītājus, un ilgstoši nespēj rast risinājumu kā vairāk ieguldīt inovāciju piesaistē un attīstībā. 2012. gada 20. decembrī tika izstrādāts "Latvijas Nacionālās attīstības plāns 2014.–2020. gadam", kuram jākalpo par vidēja termiņa valsts attīstības ceļa karti. Tomēr līdz šim pietrūkst plāna starpposmu izvērtējuma, jo viens no inovāciju situācijas uzlabošanas rādītājiem ir atvēlētā daļa no IKP, kas 2016. gadā joprojām ir nedaudz virs 2010. gada līmeņa (~0,6–0,62%), lai gan saskaņā ar Nacionālo attīstības plānu, jau 2017. gadā tam būtu jāsasniedz 1,2%, kas ir tieši divas reizes vairāk kā šobrīd (10). Kā vēl viens klupšanas akmens inovāciju attīstībā tiek minēta vājā saikne starp uzņēmējiem, universitāšu studentiem un zinātnes institūtiem; nepieciešams attīstīt sadarbību starp izglītības iestādēm, pētniecības sektoriem un darba devējiem, lai izglītotu un sagatavotu speciālistus darba tirgum nepieciešamajās nozarēs (7). Tas veicinātu studentu prasmju pielietošanu reālajā darba vidē un darba devēju informētību par sniegtu zināšanu līmeni Latvijas augstskolās.

“Latvijas dizaina stratēģija 2014–2020” kā galvenā ilgtermiņa vīzija tiek minēts, ka Latvijā ir pilnībā izmantotas dizaina nozares daudzveidīgās iespējas un inovatīvais potenciāls, lietojot dizainu kā stratēģisku instrumentu tautsaimniecības izaugsmei, indivīdu un sabiedrības labbūtībai, kā arī kultūras identitātes un valsts tēla veidošanā. Lai šo vīziju sasniegtu, tiek izvirzīts mērķis – Latvijas dizains sekmē ekonomikas izrāvienu. Lai mērķi sasniegtu un vīziju piepildītu, tika izstrādāts uzdevumu kopums, kurus, veicot līdz 2020. gadam, pieaugtu Latvijas dizaina produktu un pakalpojumu ražošanas, eksportēšanas un pirkspējas procentuālais palielinājums, procentus nosakot pēc aptauju un pētījumu datiem. Līdz šī rīcības plāna izstrādei 2013. gadā veikti salīdzinoši maz un neregulāri pētījumi. Tiek minēti 3 rīcības virzieni – Latvijas dizaina kvalitātes un atpazīstamības celšana, Latvijas dizaina integrēšana uzņēmējdarbībā un dizaina nozares pārvaldības pilnveidošana. Virziens “Latvijas dizaina kvalitātes un atpazīstamības celšana” ietver dizaina izglītības sistēmas pilnveidošanu, kas nozīmētu, ka dažādās izglītības programmās būtu jāiekļauj dizaina saturs, lai gan tiek minēta jaunu profesionālo maģistru un doktora programmu izveide, tomēr būtiskāk šķiet sakārtot esošās programmas pirms steigties izveidot neskaitāmas jaunas programmas. Vēl virziens “Latvijas dizaina kvalitātes un atpazīstamības celšana” ietver Latvijas dizaina kvalitātes paaugstinājumu un Latvijas dizaina zīmola attīstību. Lai to attīstītu, nepieciešams atbalsts kvalitatīvām Latvijas dizaina ekspozīcijām, kā arī tiek minēta nepieciešamība pēc Latvijas dizaina kvalitātes atbilstības sistēmas, tomēr nerodas skaidrība kādā formātā to ir nepieciešams nodrošināt. Svarīgi būtu izglītēt iestagnējušos uzņēmējus, kas ražo kvalitatīvus izstrādājumus, tomēr izglītību vai arodu ir ieguvuši tad, kad dizaina jēdziens tikai veidojās un Latvijā par to pat nerunāja. Lai attīstītu Latvijas dizaina zīmolu, minēta Latvijas dizaina pārstāvniecība starptautiskos dizaina pasākumos; mūsdienās, kad informācijas ir vairāk kā vajadzības pēc tās, ir viegli apmaldīties un atrast svarīgāko, tomēr mulsina jautājums kāpēc izvērtās tik negatīvs rezultāts 2015. gadā plānotajā pasaules izstādē “Expo Milano 2015”, kurā izstrādātais Latvijas paviljona makets (skat. 3. att.) bija daudzsolis un labs dizaina paraugs. Šādas pasaules valstu reprezentatīvās izstādes piesaista milzīgus dažādu interešu pārstāvjus, iespējams vairāk kā izstādes kas ir vēlītas tikai konkrētai nozarei un interesentiem. Otrais virziens “Latvijas dizaina integrēšana uzņēmējdarbībā” ietver nepieciešamību pēc finanšu stimuliem, kas vērš uzmanību jaunu produktu izstrādes atbalstam, dažādas atbalsta programmas un apmācības, lai sekmētu izaugsmi un informētību par dizaina situāciju valstī. Vēl otrais virziens ietver dizaineru un uzņēmēju sadarbības platformas izveidi, kas palīdzētu studentiem nodrošināt prakses vietas uzņēmumos. Šobrīd dizaina programmu studentiem šis ir apgrūtināošs jautājums, jo pieredzējuši uzņēmēji nelabprāt izvēlās piedāvāt prakses vietas studentiem, jo nereti uzskata, ka to zināšanu līmenis ir vājš un dinamiskajā darba ritmā ar studentiem ir pārāk liela nodarbošanās. Vēl otrais virziens ietver Latvijas dizaina produktu pieprasījuma palielinājumu. Svarīga ir Latvijas dizaina produktu publisko iepirkumu veicināšana, tādējādi atbalstot Latvijā ražotus produktus un

dažādās situācijās to pieejamību apskatei un lietošanai plašākam cilvēku klāstam. Kā arī būtu jāveicina komersantu atbalsts darbinieku tālākizglītībā, lai uzņēmumos strādātu darbinieki, kas būtu ieinteresēti jaunākajās tehnoloģijās, attīstošajā pieprasījumā un nozarē notiekošajā, tādējādi attīstot inovatīvu uzņēmējdarbību jau izpratnes līmenī. Trešais virziens “Dizaina nozares pārvaldības pilnveidošana” ietver Latvijas dizaina institucionālās sistēmas izveidi, kas nozīmētu Latvijas Dizaina padomes pārraudzītu dizaina nozares stratēģiskās attīstības veicināšanu, kā arī nepieciešamību izveidot Latvijas dizaina politikas īstenošanas institūciju. Vēl trešais virziens ietver Latvijas dizaina tiesiskā ietvara pilnveidi un nozares pētniecības bāzes izveidi. Tas nozīmē, ka tiktu strādāts pie Latvijas dizaina politikas un atbilstošu likumu, saistībā ar dizainu, izveidošanas (12). Lai attīstītos un saprastu, kāds virziens ir izvēlēts un kādi ir rezultāti, svarīgi veikt ikgadējas aptaujas par dizaina nozarē notiekošo.



3. att. Latvijas paviljona vizualizācija pasaules izstādei „Expo Milano 2015”, (1).

Vīzija, mērķis un virzieni ir uz izaugsmi un rezultātu tendēti, bet rodas jautājums – vai pēc noteikta laika tiek pārbaudīts sasniegtais un līdz šim paveiktais? “Latvijas dizaina stratēģija 2014–2020” tiek uzskaitītas atbildīgās un līdzatbildīgās institūcijas, kā arī finansējuma avots katram uzdevumam, lai to izpildītu. Lai gan materiāls izstrādāts un apstiprināts 2013. gada novembrī un rezultatīvajos rādītājos minēts, kas jau sasniegts līdz 2020. gadam, ka meklējot informāciju par it kā izveidoto “Dizaina inovāciju un attīstības centrs” interneta meklēšanas pārliks neatrod neko saistībā ar šo vārdu savienojumu. Tas informācijas laikmetā liek atsaukt atmiņā teicienu – “Ja tas neeksistē internetā, tas neeksistē vispār”. Arī citi sasniegtie rādītāji šķiet nekonkrēti un nepārliecinoši, un informācija saistībā ar tiem ir vāji atrodamā. Jābilst, ka rīcības virzienu tabulā, kur darbi sadalīti par institūcijām un atrunāts finansējuma avots, ailīte “Ieviešanas termiņš” visos trīs virzienos joprojām ir tukša (12). Šis stratēģiskais plāns šķiet vērtīgs un pārdomāti izstrādāts, tādēļ gribas cerēt, ka atbildīgie darbinieki ir aizņēmti ar uzdevumu izpildi un mērķa sasniegšanu un neatlicina laiku tabulu aizpildei, nevis visi šie

grandiozie uzdevumi tiks atstāti izpildei uz pēdējo brīdi pirms 2020. gada.

Vēl viens sastādītais materiāls par nepieciešamajiem uzlabojumiem dizaina un inovāciju jomā ir “Rīcības plāna dizaina veicinātas inovācijas jomā īstenošana” (11). Šajā rīcības plānā tiek vērsta uzmanība uz trīs rīcībai stratēģiskajām jomām – izpratnes veicināšana par dizaina ietekmi uz inovāciju; dizaina veicinātas inovācijas sekmēšana rūpniecībā, stiprinot Eiropas konkurētspēju un dizaina izmantošanas veicināšana, sekmējot atjaunošanos publiskajā sektorā (11). “Izpratnes veicināšana par dizaina ietekmi uz inovāciju” joma saistīta ar pareizu apstākļu radīšanu un kompetences veicināšanu, lai sekmētu efektīvu politiku dizaina veicinātas inovācijas jomā. Otrajā un trešajā stratēģiskajā jomā uzmanība vērsta šīs dizaina politikas iekļaušanai rūpniecībā Eiropā. Visām trim jomām ir izveidoti vairāki rīcības virzieni. Arī šajā avotā tiek minēts, ka trūkst pētniecisko statistikas datu, kas parādītu dizaina ieguldījumu ekonomikā un inovāciju nozīmību. Tiek runāts par neskaidru dizaina iemaņu iekļaušanu Eiropas izglītības sistēmās; jāsaprot, ka dizains neaprobežojas tikai ar tradicionālo mākslu, tā iespējas sniedzas daudz plašāk un par dizainu būtu jāstāsta dažādu nozaru studentiem (arī arodskolās), lai jau studiju laikā palielinātu informētību un spriestspēju arī it kā nesaistītās nozarēs. Arī šajā rīcības plānā vērsta uzmanība uz pastāvīgu dialogu starp nozares speciālistiem, uzņēmējiem un studentiem, lai sekmētu darbību īstenošanu; tas sekmētu dizaina iekļaušanu inovāciju politikā. Otrā stratēģiskā joma vērš uzmanību uz atbalsta programmām, sadarbības veidiem un atbildīgajām institūcijām, kas spētu izglītēt un palīdzēt uzņēmējiem izskaidrot un radīt izpratni par dizaina inovāciju nozīmi uzņēmējdarbībā un to ieguvumiem nākotnē. Trešā stratēģija “Dizaina izmantošanas veicināšana, sekmējot atjaunošanos publiskajā sektorā” vērš uzmanību uz lietotājiem saprotamu dizainu un dizainu kā dzīvi atvieglojošu instrumentu – tam jābūt saprotamam un nemanāmam, tikai tad tas ir sasniedzis savu mērķi. Šis rīcības plāns ir solis ilgtermiņa mēģinājumam uzsvērt dizaina nozīmi inovāciju politikā (11). Šis stratēģiskais plāns, atšķirībā no “Rīcības plāna dizaina veicinātas inovācijas jomā īstenošana” (12), ir Eiropas Komisijas dienesta dokuments informatīviem mērķiem, kas nozīmē, ka nekādi konkrēti mērķi un izpildes termiņi nav norādīti.

VII. SECINĀJUMI

Situācija Latvijā nav tik slikta kā sākotnēji var šķist. Lai gan ļoti lēnām, tomēr situācijā novērojama stabila izaugsme. Arī Inovāciju attīstības indeksā Latvija, lai gan joprojām esot zemā vietā, beidzot ir ieņēmusi vietu mērenajā inovāciju ieviesēju joslā. Lai uzlabotu dizaina un inovāciju situāciju valstī, pastāv vairāki rīcības plāni par pārmaiņām un nepieciešamajiem uzlabojumiem šajā nozarē. Lai gan plāni ir lieli, šķiet, ka ar mērķa sasniegšanu tik viegli nesokas. Lai gan rīcības plāni “Rīcības plāna dizaina veicinātas inovācijas jomā īstenošana” un “Latvijas dizaina stratēģija 2014–2020” ir savstarpēji nesaistīti dokumenti par dizaina turpmāko attīstību Latvijā, tajos ir vairāki kopīgi būtiskie uzdevumi, kas jāveic, un vīzija, kādai jāizskatās dizaina un inovāciju nozarei Latvijā. Atšķirība

starp šiem diviem dokumentiem ir tāda, ka lai gan “Rīcības plāna dizaina veicinātas inovācijas jomā īstenošana” nosaukumā tiek minēta rīcības plāna īstenošana, šis ir Eiropas Komisijas dienesta dokuments informatīviem mērķiem, bet “Latvijas dizaina stratēģija 2014–2020” ir reāls rīcības plāns ar uzdevumiem, atbildīgajām iestādēm un finansējuma avotiem. Tā kā rīcības plāns ietver termiņu no 2014. līdz 2020. gadam, tad nekur nav iespējams atrast informāciju par sasniegtajiem mērķiem un paveiktajiem uzdevumiem līdz 2017. gadam. Jācer, ka šī nebūs situācija, kurā vārdi runā skaļāk par darbiem, un visi grandiozie uzdevumi un plāni netiks atkal celti gaismā vien 2019. gadā, kad tuvosies 2020. gads, un būs jāsniedz lielā atskaite un pārskats par sasniegumiem šīs stratēģijas izpildīšanā. Lai uzlabotu situāciju, jāveicina sabiedrības izpratne un visiem radošo industriju pārstāvjiem jāpārdomā, kā viņi var uzlabot un palīdzēt attīstīt valsts izaugsmi dizaina un inovāciju jomā, jo galvenais ir sākt ar sevi.

LITERATŪRAS SARAKSTS

1. *Atteikšanās no “World Expo 2015” – ieguldījuma zaudējums un soda naudas maksāšana.* (2014. gada 29. decembris). [tiešsaiste]. [skatīts 03.01.2017.] no Latvijas Avīze. Pieejams: <http://www.la.lv/miljonu-izteteja-un-pardomaja/>
2. Āķe, I. (2015. gada 15. maijs). *ES Inovāciju indeksā Latvija ierindojas starp valstīm ar straujāko izaugsmi.* [tiešsaiste]. [skatīts 19.12.2016.] no Latvijas Republikas Patentu valde. Pieejams: <http://www.lrpv.gov.lv/lv/patentu-valde/aktualitates/nozares-zinas/es-inovaciju-indeksa-latvija-ierindojas-starp-valstim-ar>
3. *Catchbox Pro.* [tiešsaiste]. [skatīts 02.01.2017.] no Get catchbox. Pieejams: <http://eu.getcatchbox.com/products/catchbox-pro?variant=13490492868>
4. *Design for Innovation.* (2011). [tiešsaiste]. [skatīts 12.12.2016.] no Design Council. Pieejams: https://www.designcouncil.org.uk/sites/default/files/asset/document/DesignForInnovation_Dec2011.pdf
5. *European Innovation Scoreboard.* (2016). [tiešsaiste]. [skatīts 27.12.2016.] no European Commission. Growth - Industrial Market, Industry, Entrepreneurship and SMEs. Pieejams: <http://ec.europa.eu/growth/industry/innovation/facts-figures/scoreboards/>
6. *Izgdrojumu un inovāciju izstāde MINOX 2016.* (2016). [tiešsaiste]. [skatīts 20.12.2016.] no CONNECT Latvija. Pieejams: <http://www.connectlatvia.lv/izstade-minox-2016/>
7. Kļaviņš, I. (2010). *Inovācija Latvijā - ilūzija vai realitāte.* Latvijas Zinātņu Akadēmijas Vēstis, 64 1./2. numurs. [tiešsaiste]. [skatīts 15.12.2016.] Pieejams: http://www.lza.lv/LZA_VestisA/ZD_Ivars%20Kalvins.pdf
8. *Konkurss Eksporta un inovācijas balva 2016.* (2016). [tiešsaiste]. [skatīts 20.12.2016.] no Latvijas investīciju un attīstības aģentūra. Pieejams: <http://www.liaa.gov.lv/lv/eksportetajiem/eksporta-un-inovācijas-balva>
9. *Pārskats par Latvijas augstāko izglītību 2015. gadā.* (2015.). [tiešsaiste]. [skatīts 22.12.2016.] no Izglītības un zinātnes ministrija. Pieejams: www.izm.gov.lv/images/izglitiba_augst/Parskats_2015.pdf
10. Rivža, B. (2016. gada 17. novembris). *EKOSOC-LV palīdz viedumam parādīties.* [tiešsaiste]. [skatīts 02.01.2017.] no Latvijas Zinātņu akadēmija. Pieejams: http://www.lza.lv/index.php?option=com_content&task=view&id=3484&Itemid=243
11. *Rīcības plāna dizaina veicinātas inovācijas jomā īstenošana.* (2013.). [tiešsaiste]. [skatīts 12.12.2016.] no Kultūras ministrija. Pieejams: http://www.km.gov.lv/lv/nozares_info/dizains/dizains_dokumenti.html
12. Vītoliņa, D., Ābele, B., Broks, A. u.c. (2013.). *Latvijas dizaina stratēģija 2014–2020.* [tiešsaiste]. [skatīts 12.12.2016.] no Kultūras ministrija. Pieejams: http://www.km.gov.lv/lv/nozares_info/dizains/dizains_dokumenti.html



Līva Salaka is a professional master student of the Institute of Materials Technology and Design, Faculty of Material Science and Applied Chemistry, Riga Technical University.

Work experience: interior designer specialized in private interiors.

Address: Institute of Design Technologies, Riga Technical University, Ķīpsalas iela 6, Riga, LV-1048, Latvia.

Phone: +371 26888821

E-mail: livasalaka@yahoo.com



Andra Ulme, Dr. arch., associated professor, Riga Technical University, Faculty of Materials Science and Applied Chemistry, Institute of Materials Technology and Design.

Work experience: interior designer, interior architect, specializing in public and private interiors, specializing in hotel interior design, more than 25 projects in suburbs over the last ten years completed, mostly in luxury style. Worked in Latvia, UK, UAE.

Scientific activities: exploration of unutilized hidden resources and research of utilization possibility of such resources to promote the development of national economy of Latvia.

Address: Institute of Design Technologies, Riga Technical University, Ķīpsalas iela 6, Riga, LV-1048, Latvia.

Phone: +371 67089256

E-mail: andra.ulme@rtu.lv

Līva Salaka, Andra Ulme. Design and innovation situation in Latvia.

This article is topical because design and innovation are precisely the areas that can contribute to more rapid development of the Latvian economic growth. Until now there has not been much research on the situation and problems of the design and innovation situation in Latvia. The article is based on the "Action plan for the implementation of the theme promoted innovation" and the "Latvia's design strategy 2014–2020" materials prepared as design and innovation of the situation with a realistic action plans and targets. The aim of the study is to examine design and innovation in the real life and its tasks to improve the situation. To write an article, data summary, information analysis and research methods were used. The research reflects humanitarian sector, art, science, design and innovation of situation in Latvia. The practical importance is that it can be useful as a base for a lecture topic or as a material for negotiations with businessmen, students and university lecturers.

The situation in Latvia is not so bad as it may seem. Although very slowly, the situation has a stable growth. Latvia in Innovation Union Scoreboard, while still low, has finally taken the place of innovation in the moderate innovator zone. In order to improve the situation there is a need to promote public understanding of design industry. Also all creative industry representatives need to rethink how they can improve and help to develop the national growth in design and innovation. In the near future, there has to be a report on the development of innovative design tasks until 2016 done. To avoid that all of targets that has been set up for 2020 suddenly have to be achieved within one year.

Лива Салака, Андра Улма. Дизайн и инновации в Латвии.

В данной статье рассмотрена ситуация развития дизайна и инновации в Латвии. Дизайн и инновации являются именно теми областями, которые могут способствовать более быстрому развитию латвийского экономического роста. До сих пор было мало исследований о положении и проблемах в области дизайна и инноваций в Латвии. В статье рассмотрены документы "Стратегия дизайна в Латвии 2014–2020" и "Реализация планов действий по инновации способствованной дизайном". В статье изучена ситуация дизайна и инновации в реальной жизни и рассмотрены задачи и планы по улучшению ситуации. В статье использовались сводные данные, анализ информации и методы исследования.

Исследование касалось гуманитарного сектора, искусство, науки, дизайна и инноваций, используемых в Латвии. Практическое значение статьи: она может быть использована в качестве основы лекций по данной теме или в качестве материала для переговоров с бизнесменами, студентами и преподавателями высших учебных заведений.

В общем итоге можно считать, что ситуация в Латвии, хотя и медленно, но улучшается. Для улучшения ситуации необходимо содействовать разъяснению предприятием о важности дизайна. Кроме того, творческим представителям отрасли необходимо переосмыслить то, как они могут улучшить и способствовать развитию национального роста в области дизайна и инноваций.