



LIETUVOS RINKOS DALYVIŲ POŽIŪRIS Į LIAUDIES MENĄ IR TAUTINIO PAVELDO MEISTRŲ SUKURTUS PRODUKTUS

Birutė Vaitėnienė, Laimutė Fedosejeva, Egidijus Grigūnas

Tyrimo rezultatų pristatymas



Problema: Nepakankama tautinio paveldo kūrėjų dirbinių sklaida Lietuvos rinkoje, verslo (reprezentacinių) dovanų kategorijoje.



Kiekybinis tyrimas 2023 gegužė – lapkritis

Tikslas: ištirti rinkoje veikiančių organizacijų požiūrį į liaudies meną ir tautinio paveldo meistrų dirbinius, įvertinant verslo dovanų pasirinkimo ir pirkimo elgseną organizacijose.

- 
- Apklausa (12 uždarų klausimų)
 - 147 respondentai
 - viešojo sektoriaus organizacijos, privataus sektoriaus įmonės bei individualia veikla užsiimančios fiziniai asmenys
- 

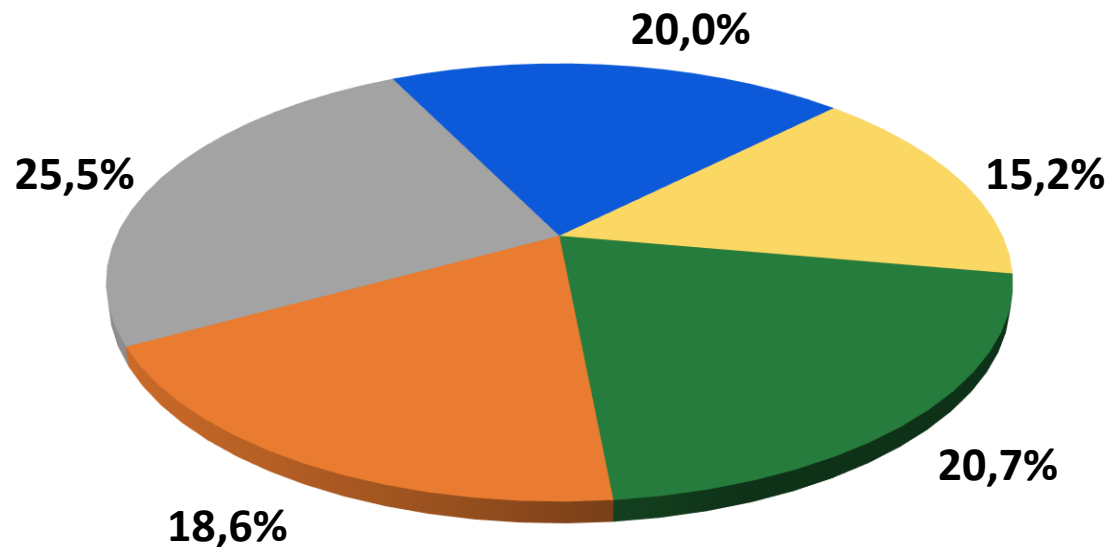
Kokybinis tyrimas 2024 sausis – balandis

Tikslas: ištirti suinteresuotų rinkos dalyvių* požiūrį į liaudies meną ir tautinio paveldo meistrų gaminius, jų naudojimo galimybę verslo dovanų rinkoje.

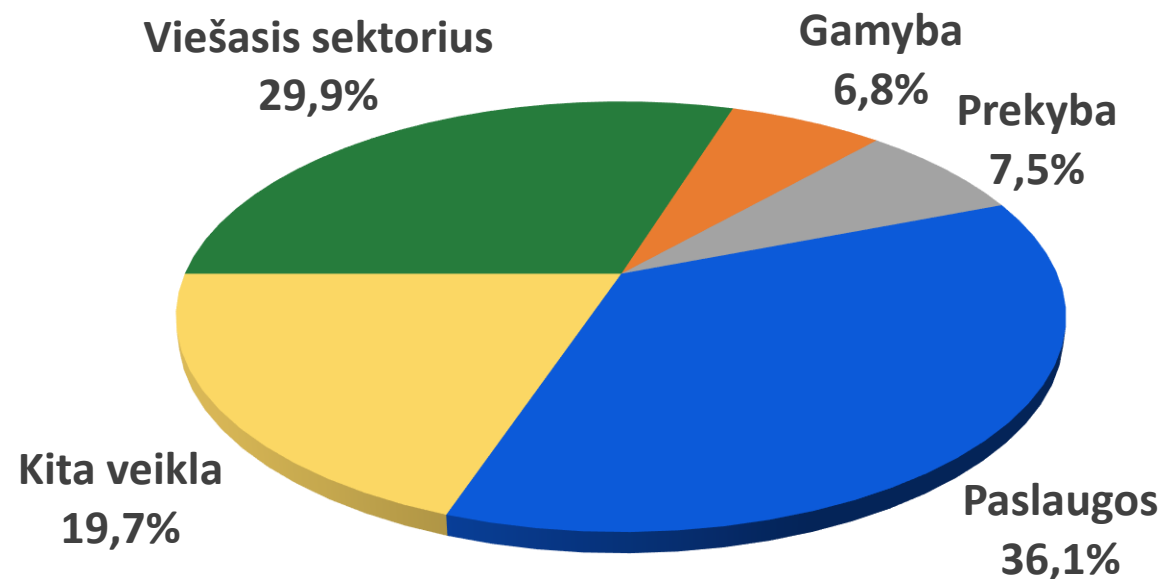
* tautinio paveldo produktų meistrų, verslo dovanų verslo atstovų, valstybės ir asocijuotų institucijų atstovų

- 2 sutelktosios grupės (Teams)
 - 12 ekspertų
 - tautinio paveldo produktų meistrai, etninės kultūros specialistai, valstybės institucijų, asociacijų, verslo atstovai
- 

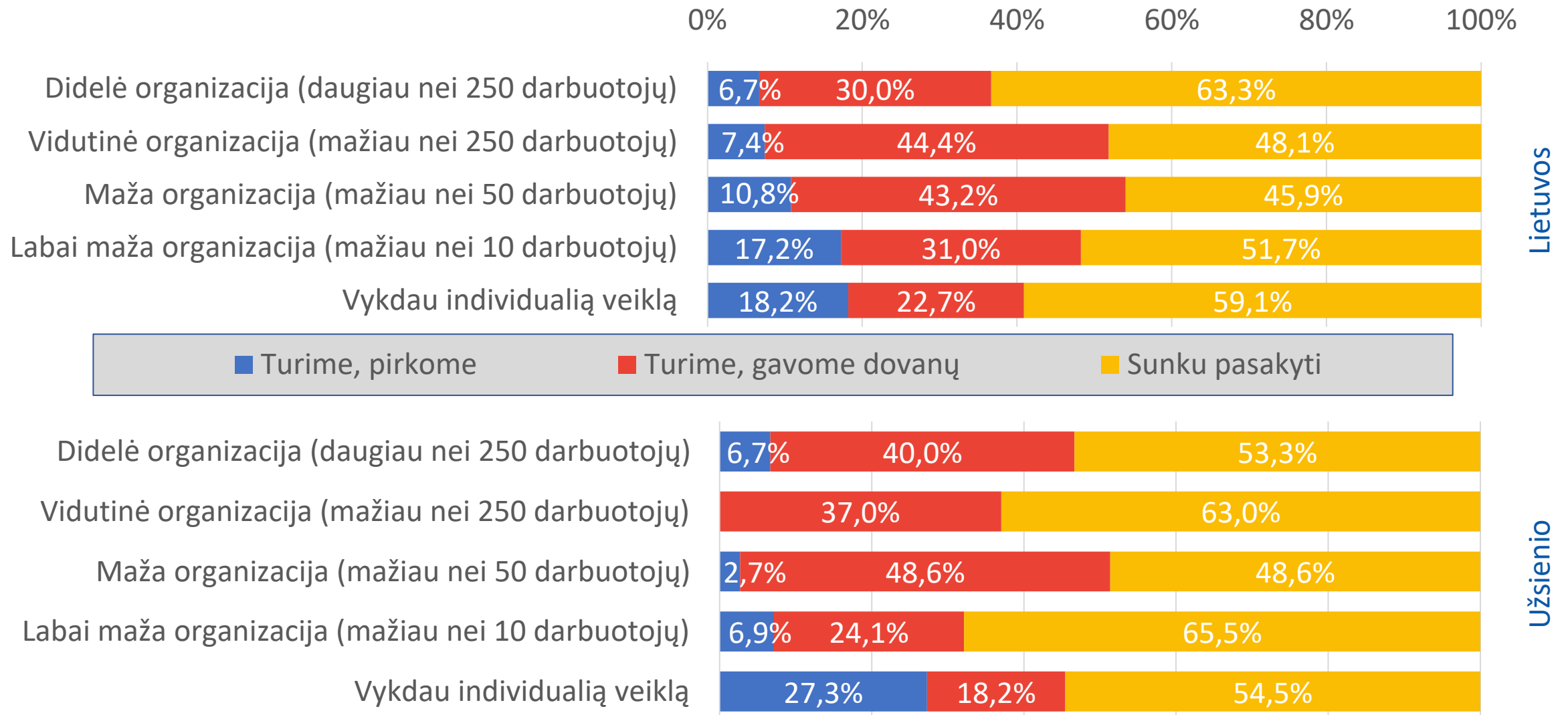
Kokybinis tyrimas. Pasiskirstymas pagal organizacijos dydį ir veiklos sritį



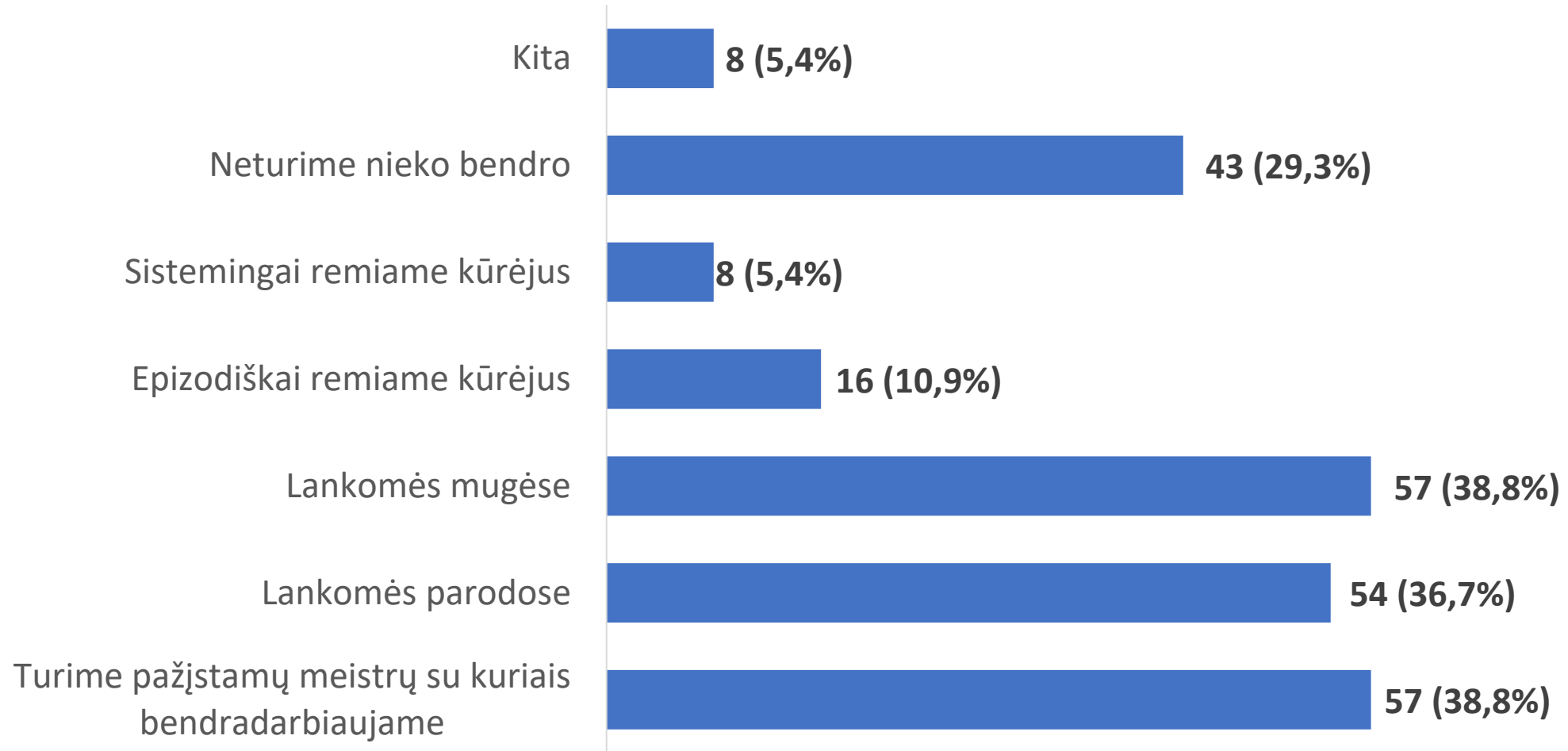
- Didelė organizacija (daugiau nei 250 darbuotojų)
- Vidutinė organizacija (mažiau nei 250 darbuotojų)
- Maža organizacija (mažiau nei 50 darbuotojų)
- Labai maža organizacija (mažiau nei 10 darbuotojų)
- Vykda individualią veiklą



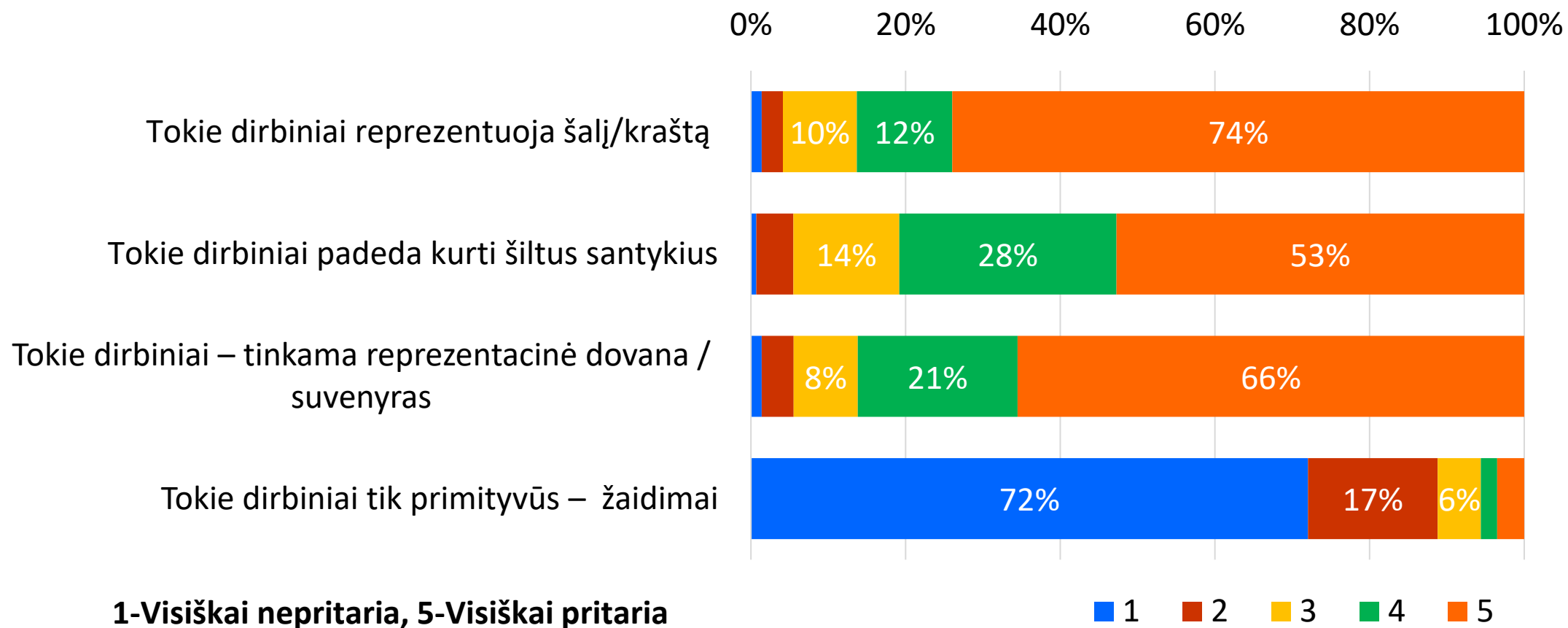
Ar turi Lietuvos liaudies meistrų ar užsienio šalių liaudies meno dirbinių organizacijos biure



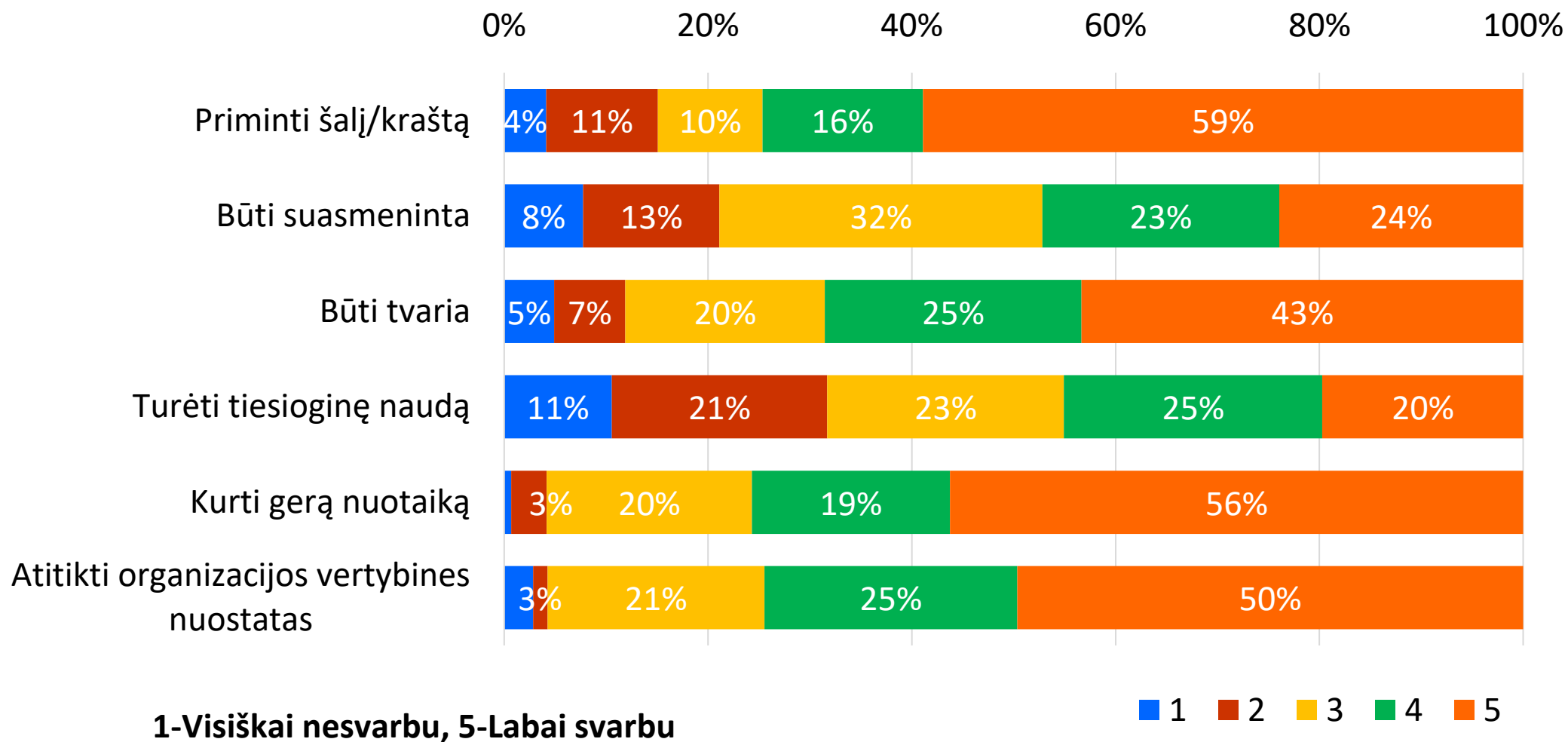
Respondentų atsakymų pasiskirstymas pagal organizacijų santykį su liaudies menu



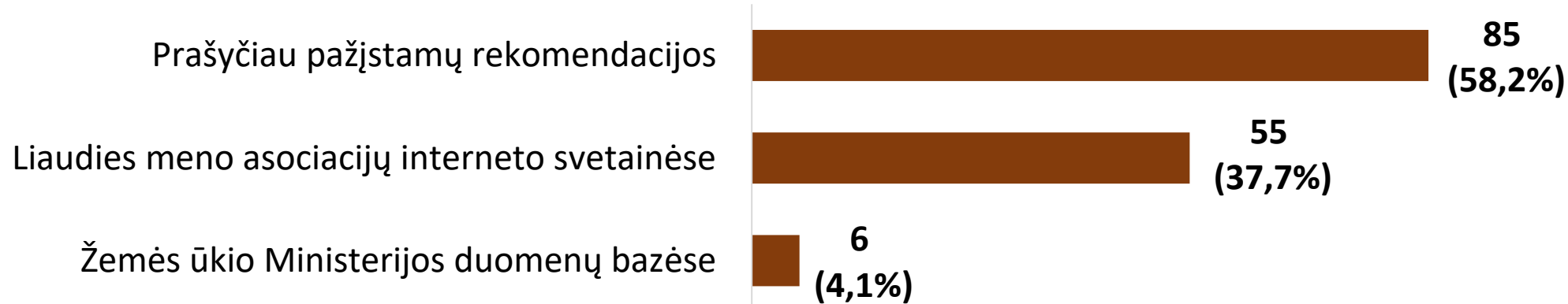
Respondentų atsakymų pasiskirstymas vertinant liaudies meno dirbinių vertę



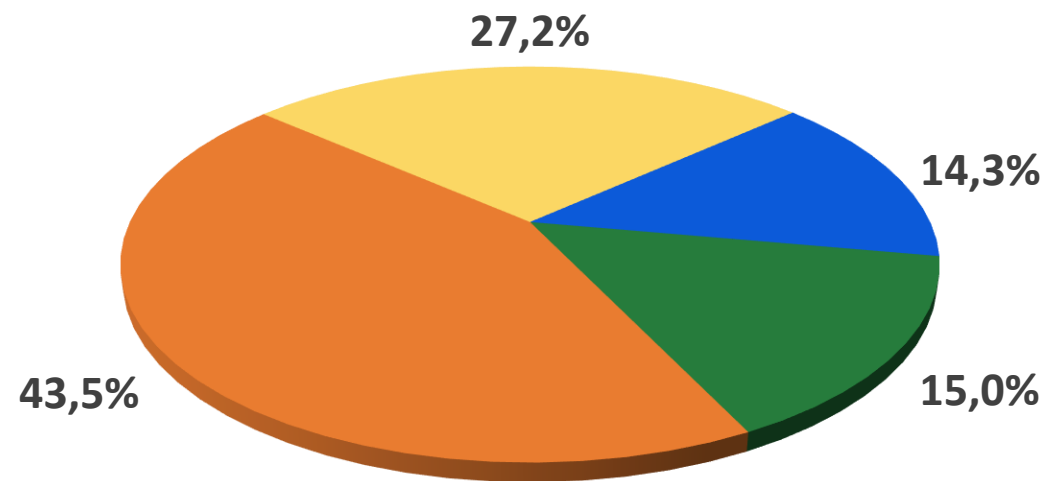
Respondentų atsakymų pasiskirstymas apie verslo dovanų savybių vertinimą



Informacijos apie liaudies meistrus paieška ir jų pasirinkimui taikomi kriterijai



Respondentų atsakymų pasiskirstymas vertinant produkto pripažinimo tautiniu paveldu svarbą



- Taip, ypatingai vertinu UNESCO nematerialaus paveldo sąrašo gaminius
- Taip, tai papildoma dovanos vertė
- Ne, tai neturi reikšmės
- Sunku pasakyti

Kiekybinio tyrimo įžvalgos

- Maždaug pusė apklaustų respondentų **negali identifikuoti** tautinio paveldo kūrėjų darbų arba nežino, ar jų yra atstovaujamos organizacijos biure.
- Kiek mažiau nei **trečdalis** teigė **neturintis jokio santykio** su liaudies menu.
- Liaudies meno ir tautinio paveldo gaminių **reprezentacinę reikšmę akcentavo** didžioji dalis respondentų įvardydami **šalies reprezentavimo** aspektą (86 proc.) ar išskirdami **reprezentacinę** dovanos paskirtį (87 proc.).
- Ir nors rinkos dalyviai **labai vertina** liaudies meno dirbinius, jų beveik **neperka**, bet mielai **priima** kaip **dovanas**.
- Pažįstamų žmonių **rekomendacijos** yra pagrindinis informacijos paieškos kanalas – 58,2 proc.
- Nors respondentai pabrėžia pažįstamų rekomendacijų svarbą, liaudies menininko, amatininko pasirinkimą lemia jo kuriamų **produktų išskirtinumas ir originalumas** demonstruojant juos parodose, mugėse.

Kokybinis tyrimas

Kokybinio tyrimo tikslas:

ištirti suinteresuotų rinkos dalyvių (tautinio paveldo produktų meistrų, verslo dovanų verslo atstovų, valstybės ir asocijuotų institucijų atstovų) požiūrį į liaudies meną ir tautinio paveldo meistrų gaminius, galimybę jų naudojimo verslo dovanų rinkoje.

Kokybinio tyrimo uždaviniai:

- patikslinti kiekybinio verslo požiūrio į liaudies meną ir tautinio paveldo meistrų dirbinius tyrimo rezultatus;
 - išanalizuoti skirtingų rinkos dalyvių požiūrius, nuomonių skirtumus;
 - atskleisti procesų įtakojančius veiksniai.

Kokybinio tyrimo metu išryškėję aspektai

- Informantai pažymėjo dinamišką verslo aplinkos pasikeitimą ir to įtaką rinkos dalyvių bendradarbiavimui.
- Informacijos, reklamos trukumas. Informacijos kokybės problema.
- Bendradarbiavimas. Tarpininkų poreikis.
- Rinkos dalyvių elgsenos tobulinimas.
- Valstybės institucijų įsitraukimas.



Atliktų tyrimų pristatymas

- International scientific conference "Crafts - the path from small business to success - synergy, challenges, opportunities". 2024-06-06, Opolės technikos universitetas
- Tarptautinė mokslinė-praktinė konferencija „Kultūros ir švietimo iššūkiai XXI amžiuje“. 2024-12-06. VIKO, Vilnius



Vieša diskusija

TAUTINIO PAVELDO PRODUKTŲ KŪRĖJŲ SPINDESYS IR SKURDAS

Kovo 6 d. (ketvirtadienis) 13 val.

Studentų g. 39A, Studijų ir mokslo išteklių centras



Diskusijos įžvalgos, įvardintos problemos

- Vertės suvokimas/nesuvokimas. Rita Bartkevičienė apie tautinio paveldo produkto, kaip verslo dovanų pasiūlą: „Inovatyvumas, dabar jau tokia mada, tai užsakovas bijo rinktis paveldo produktą, nes nemodernu...“
- Viešųjų pirkimų problemos.
- Reprezentacija – reikia kurti paklausą viduje.
- Masinės komunikacijos priemonėse trūksta laidų apie tautinį paveldą. Valstybė turi formuoti požiūrį, bet turi būti ir masinės komunikacijos kanalų atsakomybė, aktyvesnė visuomenės, sudomintų grupių, asociacijų stebėseną ir aktyvumas. Kęstučio Vilkausko žodžiais: „Nelieka turinio – nelieka vidaus, nelieka vidaus – nelieka kas gina Tėvynę, nelieka kas gina Tėvynę – nelieka Tėvynės“ .
- Tarpininkų poreikis. Geroji patirtis - Trakų krašto kultūros ir amatų asociacijos veikla.
- Valstybės institucijų įsitraukimas. Tautinio paveldo produktų, kaip reprezentacinių dovanų pirkimas turėtų būti apsvarstytas aukščiausiam lygmenyje Seime, ministerijose ir žinybose. Kitas tyrimas turėtų būti apie valstybės institucijų ir savivaldybių požiūrį į tautinio paveldo produktus, reprezentacinių dovanų vertės suvokimą ir pirkimus.

2025 metų tyrimų planai

Kiekybinis tyrimas

„Tautinio paveldo produktų vertės viešinimo ir suvokimo tyrimas jaunimo auditorijoje“

Problema - kaip ugdyti tautinio paveldo vertės suvokimą jaunimo auditorijoje?

Tyrimo būdu numatoma įvertinti tautinio paveldo suvokimo lygį ir komunikacijos galimybes prisidedant prie suvokimo gerinimo.





VILNIAUS
KOLEGIJA



VILNIAUS KRAŠTO
TAUTODAILININKŲ
-MENO KURĖJŲ
BENDRIJA

VILNIUS REGION
PROFESSIONAL
FOLK ARTISTS
ASSOCIATION