



**CREATIVE SPARK**

# ДОСЛІДЖЕННЯ РИНКУ ДИЗАЙНУ У ЛЬВОВІ

Львів, 2021



Львівська  
національна  
академія мистецтв

Дослідження проведене в рамках п'ятирічної програми Британської Ради [Creative Spark](#). Це ініціатива спрямована на підтримку міжнародних університетських (закладів вищої освіти загалом) та інституційних (організацій) партнерств для розвитку підприємницьких навичок та креативної економіки у семи країнах (за підтримки Великої Британії): Україні, Казахстані, Узбекистані, Киргизстані, Азербайджані, Вірменії, Грузії.

Метою програми є запровадження успішного британського досвіду партнерства між освітою й дизайн-спільнотою. Головна ціль програми – збільшення внеску креативних індустрій у сталий розвиток країн-учасниць програми.

**Ключові складові програми:**

1. Розвиток партнерських відносин між університетами (ЗВО) Великої Британії та країнами-учасницями для підтримки підприємницької освіти й створення центрів підтримки підприємництва.
2. Проведення заходів із розвитку підприємницьких навичок у студентів і креативних підприємців.
3. Запуск digital-програм для вивчення англійської мови, включаючи навчальні платформи та публічні відкриті онлайн-курси.

Перше дослідження ринку дизайну у Львові відбувалося в перший рік проєкту в рамках партнерства учасників Львівської національної академії мистецтв (кафедра графічного дизайну), агенції економічного розвитку PPV Knowledge Networks та Cardiff School of Art & Design (Cardiff Metropolitan University). Пропоноване дослідження повторює попереднє за методологією та змістом і має на меті порівняти стан ринку дизайну у Львові в динаміці та виявити зміни, які відбулися впродовж двох останніх років (2019 – 2021).

Авторка: Лілія Кривецька – аналітик проєктів креативної економіки агенції економічного розвитку PPV Knowledge Networks.

# ЗМІСТ

<b>РЕЗЮМЕ . . . . .</b>	<b>.4</b>
<b>МЕТОДОЛОГІЯ . . . . .</b>	<b>.6</b>
<b>Структура ринку дизайну у Львові . . . . .</b>	<b>.7</b>
Учасники ринку та їхні проєкти . . . . .	8
Фрилансери на ринку . . . . .	10
Компанії на ринку . . . . .	11
Вплив COVID-19 на ринок дизайну у Львові . . . . .	13
<b>ПРОБЛЕМИ ТА ПОТРЕБИ УЧАСНИКІВ РИНКУ ДИЗАЙНУ У ЛЬВОВІ . . . . .</b>	<b>16</b>
Фактори, які стимулюють розвиток ринку . . . . .	17
Фактори, які стримують розвиток ринку. . . . .	19
Ключові потреби учасників ринку . . . . .	21
<b>ЛЮДСЬКИЙ КАПІТАЛ ТА КОМПЕТЕНЦІЇ НА РИНКУ ДИЗАЙНУ У ЛЬВОВІ . . . . .</b>	<b>23</b>
Структура респондентів . . . . .	24
Базові компетенції дизайнерів-фрилансерів . . . . .	25
Базові компетенції дизайнерів компаній . . . . .	27
Бізнес-компетенції дизайнерів-фрилансерів . . . . .	28
Бізнес-компетенції дизайнерів компаній . . . . .	29
Потреби розвитку компетенцій дизайнерів . . . . .	30
Вимоги компаній-роботодавців до компетенцій дизайнерів . . . . .	31
<b>Освіта і потреби студентів-дизайнерів у Львові. . . . .</b>	<b>35</b>
Компетенції та досвід студентів ЛНАМ . . . . .	36
Навчальні потреби студентів ЛНАМ . . . . .	39
<b>СПОСТЕРЕЖЕННЯ ТА РЕКОМЕНДАЦІЇ . . . . .</b>	<b>41</b>
Спостереження . . . . .	42
Рекомендації . . . . .	43
Список львівських агенцій, що надають послуги дизайну . . . . .	44

# РЕЗЮМЕ

Дослідження проводилося для виявлення змін у розвитку ринку дизайну у Львові та за методологією повторює [перше дослідження](#), здійснене 2019 року.

Порівняння результатів опитування дає змогу зробити висновок про відносну стабільність розвитку ринку дизайну у Львові:

- не відбулося суттєвих змін у структурі та формі діяльності учасників;
- «ФОП-колективи» (неформальне об'єднання ФОПів, ТОВ+ФОПи) залишаються поширеною формою діяльності на ринку, відсутні економічні стимули для переходу компаній в інші форми, такі як ПП (приватне підприємство) чи виключно ТОВ.
- озвучені раніше потреби та проблеми й досі залишилися актуальними як для фрилансерів, так і для компаній;
- загалом бізнес учасників зростає завдяки збільшенню кількості проєктів, хоча конкуренція загострилася, довелося вирішувати відповідні економічні проблеми: зокрема, щоб оптимізувати постійні витрати, команди почали переходити на дистанційну роботу;
- загальна картина компетенцій дизайнерів залишилася незмінною з переважанням високого рівня базових компетенцій, середнім рівнем бізнес-компетенцій фрилансерів і трохи вищим – дизайнерів із компаній;
- компанії надалі шукають дизайнерів у свою команду переважно через оголошені вакансії на власних сайтах, а перелік потрібних компетенцій формується під проєкт;
- майбутні дизайнери-студенти Львівської національної академії мистецтв (ЛНАМ) надалі бачать велику потребу додаткового навчання за межами свого вишу й найбільше зацікавлені в можливостях стажування у компаніях.

## **Ключові зміни:**

- Дизайн стає львівським експортом: у структурі замовлень зросла кількість проєктів на замовлення з інших регіонів України.
- Дизайн-агенції та відділи дизайну відкалібрували вимоги до дизайнерів до рівня реального рівня компетенцій (повернення до реальності): зменшився розрив між рівнем базових компетенцій фрилансерів і рівнем вимог, які висувають для працевлаштування компанії по цих компетенціях.
- Усвідомлена недокомпетентність: дизайнери бачать потребу постійного, а не ситуативного, вдосконалення компетенцій.
- Підвищення компетентностей стає обов'язковими витратами самих дизайнерів: компанії скоротили обсяги фінансування на їх навчання, більшість освітніх заходів оплачуються роботодавцями частково.

- Розуміння потреби в управлінських навичках та бізнес-процесах: у тематиці навчальних потреб студенти почали приділяти більшу увагу процесам та методологіям у дизайні, а також зросла зацікавленість менторством від практикуючих дизайнерів.
- Скорочення ринку неформальної освіти для дизайнерів офлайн: респонденти вважають, що закриття школи Projector негативно вплине як на якість неформальної освіти, так і на професійне середовище.

# МЕТОДОЛОГІЯ

Дослідження проводилось упродовж лютого – травня 2021 року, за методологією та структурою анкетного опитування повторюючи «Дослідження ринку дизайну Львова» 2019 року.<sup>1</sup>

Полюве дослідження ринку дизайну в місті Львові, основу якого становлять:

- анкетне опитування дизайнерів та засновників / директорів компаній щодо профілю проєктів, форм ведення діяльності, тенденцій у бізнесі, потреб і проблем учасників ринку дизайну у Львові. Загалом ми отримали й опрацювали 72 анкети, у 12 % від їхньої загальної кількості були пропущені відповіді на окремі питання;
- анкетне опитування для визначення рівня компетенцій дизайнерів Львова та особливостей їхнього формування, яке охоплювало дизайнерів, директорів / засновників і менеджерів компаній. За результатами опитування отримано 68 анкет, респонденти відповіли на 100 % поставлених запитань;
- анкетне опитування студентів-дизайнерів ЛНАМ для визначення їхніх навчальних потреб і пріоритетів. Загалом опитано 55 студентів 1–5 курсів (отримано відповіді від студентів спеціальностей «Графічний дизайн», «Дизайн середовища», «Дизайн костюму», «Розпис тканин»), 9% від усієї кількості анкет мали пропущені окремі відповіді.

Дослідження мало на меті виявити середньо та довготривалі тенденції розвитку ринку дизайну у Львові через порівняння результатів опитування з тим, що проводилося 2019 року. Анкетування було відкритим, у ньому мали можливість брати участь усі охочі представники дизайн-спільноти. 34% з них уперше брали участь в такому анкетуванні. Оскільки повторне опитування 2021 року не проводилося методом контрольної групи, в якій були б лише респонденти, які брали участь в анкетуванні 2019 року, то порівняння отриманих результатів не можна вважати репрезентативним для висвітлення змін на всьому ринку дизайну у місті Львові.

Результати дослідження можуть використовуватися учасниками ринку, студентами, органами місцевої влади, організаціями формальної та неформальної освіти та іншими зацікавленими сторонами.

---

<sup>1</sup> Кривецька Л. Дослідження ринку дизайну Львова. Львів : PPV Knowledge Networks, 2019. 40 с. URL: [https://www.ppv.net.ua/uploads/work\\_attachments/Lviv\\_Design\\_Market\\_Study\\_PPV\\_2019\\_UA.pdf](https://www.ppv.net.ua/uploads/work_attachments/Lviv_Design_Market_Study_PPV_2019_UA.pdf).

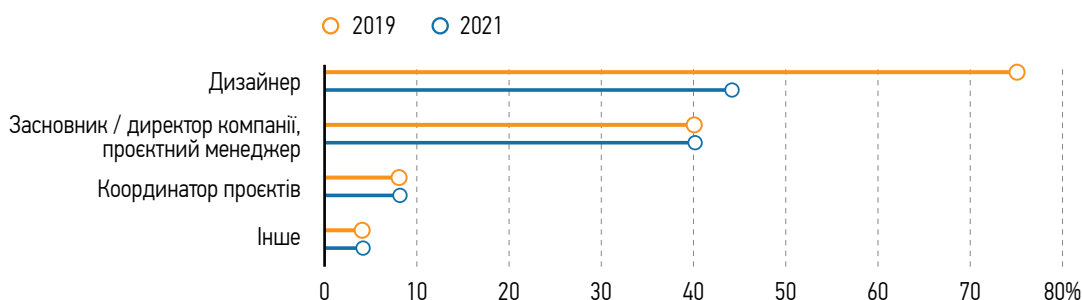


# **СТРУКТУРА РИНКУ ДИЗАЙНУ У ЛЬВОВІ**

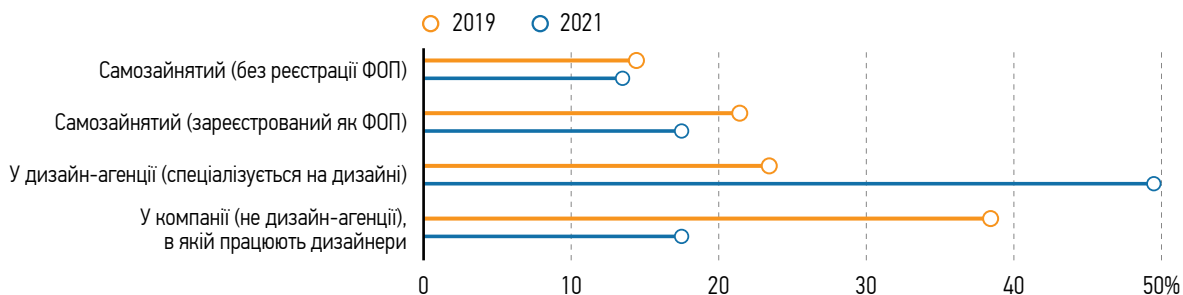
# Учасники ринку та їхні проєкти

В опитуванні 2021 року ми отримали суттєво відмінну від попереднього (2019) структуру респондентів. Збільшилася кількість проєктних менеджерів та засновників компаній, тоді як дизайнери становлять менше половини опитаних. Оскільки ми використовували ті самі методи поширення інформації, ті самі розсилки, слід звернути увагу на факт зростання уваги до опитування з боку власників агенцій. Крім того, у вибірці переважали представники дизайн-агенцій (50 % проти 22% 2019 року), значно зменшилася кількість дизайнерів без реєстрації ФОП, майже не змінилася кількість зареєстрованих ФОПів. У такому разі ми не можемо говорити про зміну структури ринку дизайну у Львові за минулі два роки, адже вибірка не є репрезентативною для такого висновку. Однак вона допоможе виявити потреби й проблеми учасників під новим кутом зору та порівняти їх між собою в динаміці.

## Ким працюють опитані учасники ринку дизайну у Львові?<sup>1</sup>



## Де працюють опитані учасники ринку дизайну у Львові?<sup>2</sup>



Доволі суттєвою залишається частка опитаних фрилансерів без реєстрації ФОП у 2021 році. Цілком можемо говорити про фактичний діапазон 30 % – третина, яким можна продемонструвати переваги переходу у ФОП і які відповідно сплачуватимуть податки.

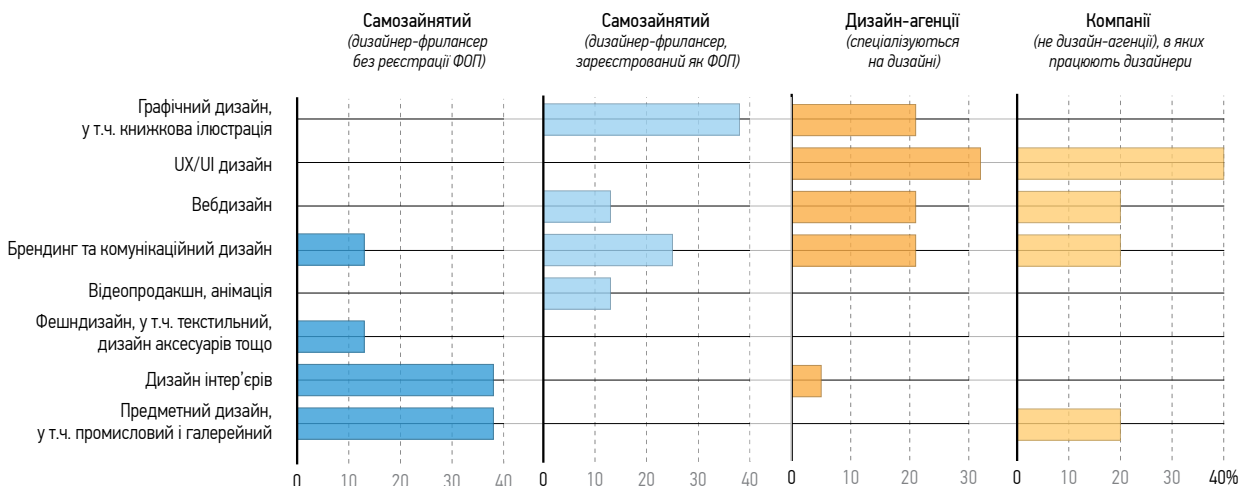
1 Відсотки розраховані як частка від загальної кількості респондентів.

2 Відсотки розраховані як частка від загальної кількості респондентів.



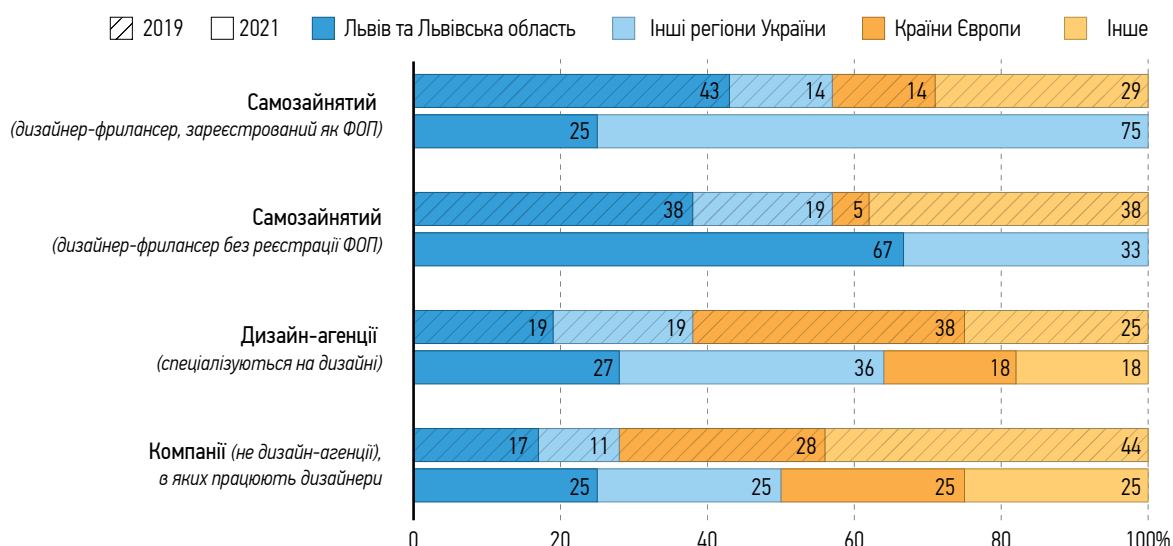
На відміну від дослідження 2019 року, де більшу частину респондентів становили графічні дизайнери, значний відсоток цьогорічних відповідей ми отримали від представників предметного дизайну.

### Головний фокус проєктів опитаних дизайнерів у Львові<sup>3</sup>



Загалом фокус проєктів, якими займаються дизайнери Львова, залишається стабільним з переважанням графічного, комунікаційного та вебдизайну в тісному зв'язку з ІТ-сферою.

### Географія проєктів опитаних дизайнерів Львова<sup>4</sup>



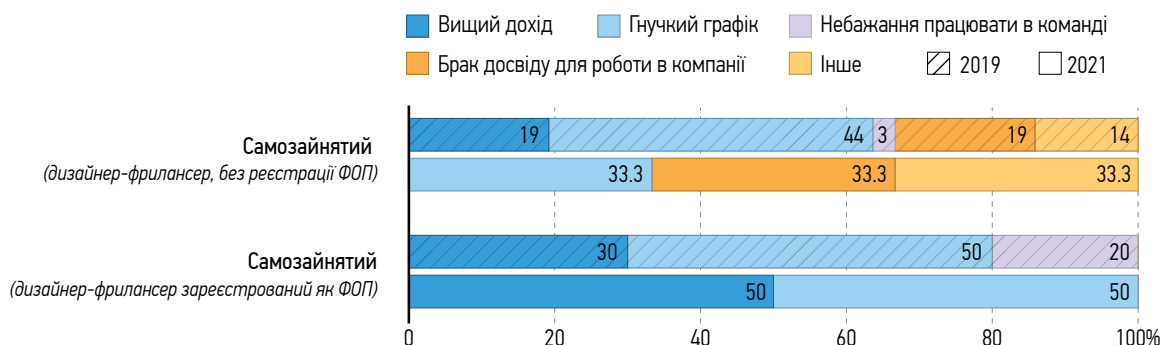
Географічне співвідношення проєктів опитаних дизайнерів Львова за останні два роки змістилося в бік зростання українських замовників. Саме для них працює більшість

<sup>3</sup> Відсотки розраховані як частка від загальної кількості відповідей на запитання, даних респондентами у кожній з 4-х груп.  
<sup>4</sup> Відсотки розраховані як частка від загальної кількості відповідей на запитання, даних респондентами у кожній з 4-х груп.

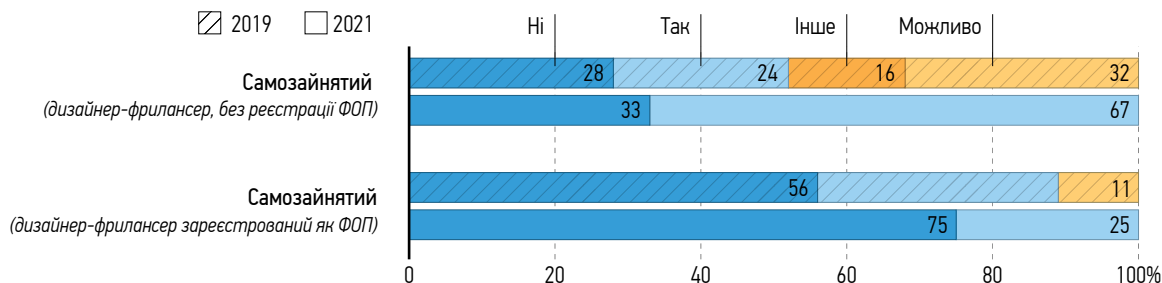
фрилансерів, тоді як компанії зберігають свою орієнтованість на експорт. Географічне розширення діяльності за межі Львова є також стимулом до легалізації діяльності. Можлива рекомендація – просувати «львівський дизайн» всередині України теж.

## Фрилансери на ринку

### Мотиви роботи дизайнером-фрилансером у Львові<sup>5</sup>



### Чи планують у майбутньому дизайнери-фрилансери Львова перейти на постійну роботу в компанію<sup>6</sup>



Зберігається тенденція обрання дизайнерами фрилансу через вищий дохід і гнучкий графік, проте ФОПи більш упевнені у такій формі зайнятості та не планують її змінювати. Основними мотивами роботи фрилансером ФОПи вважають можливість розвивати власну справу та заробляти більше (33 % від опитаних ФОПів хочуть заснувати власну компанію).

Рекомендація – скеровувати програми підтримки на таких підприємців, які вже мають досвід роботи ФОПом, але хочуть створювати агенції: це дає вагомий потенціал зростання кількості робочих місць у Львові.

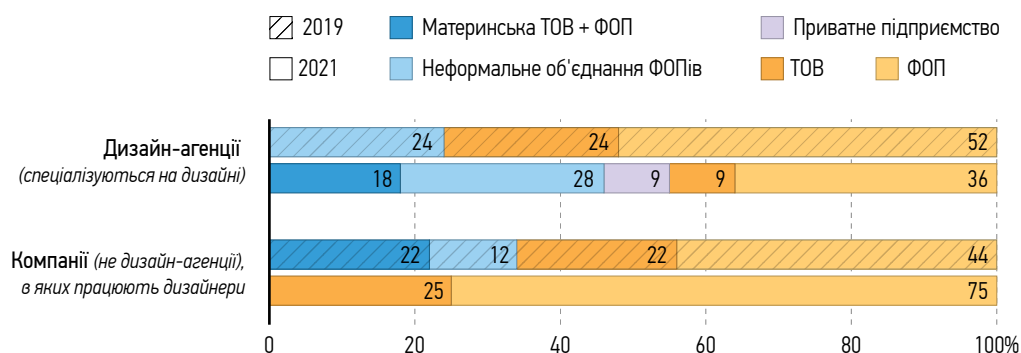
<sup>5</sup> Відсотки розраховані як частка від загальної кількості відповідей на питання, даних респондентами у кожній з 2-х груп

<sup>6</sup> Відсотки розраховані як частка від загальної кількості відповідей на питання, даних респондентами у кожній з 2-х груп

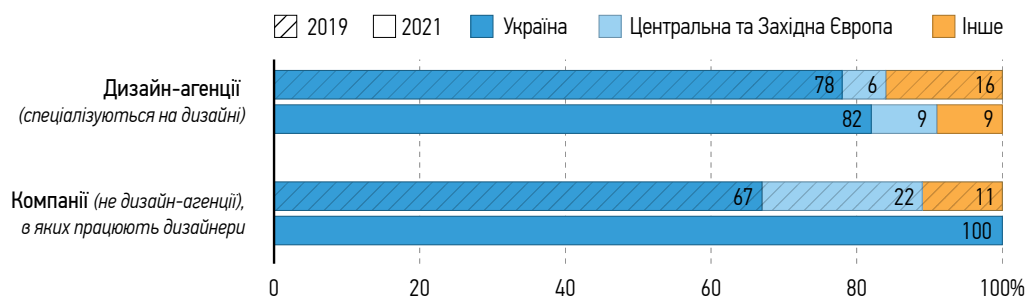
Водночас опитані фрилансери без реєстрації ФОП виявляють бажання перейти на роботу в компанію, однак відчувають брак досвіду для цього. Головний мотив бажаного переходу – стабільність роботи й кращий розвиток через взаємодію в команді.

## Компанії на ринку

### Форма ведення бізнесу опитаних компаній на ринку дизайну Львова<sup>7</sup>



### Країна реєстрації опитаних компаній на ринку дизайну Львова<sup>8</sup>

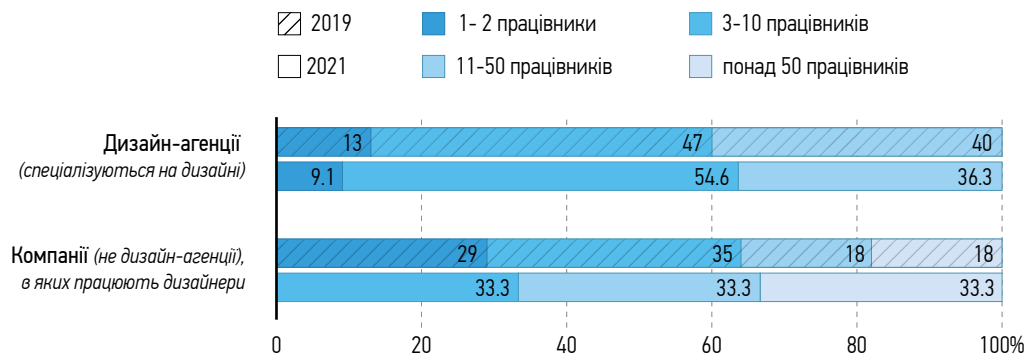


Робота дизайнерів у формі ФОП та через неформальне об'єднання ФОПів надалі залишається найбільш прийнятною. Можна зробити висновок про відсутність економічних стимулів для переходу компаній в інші форми (ПП чи ТОВ).

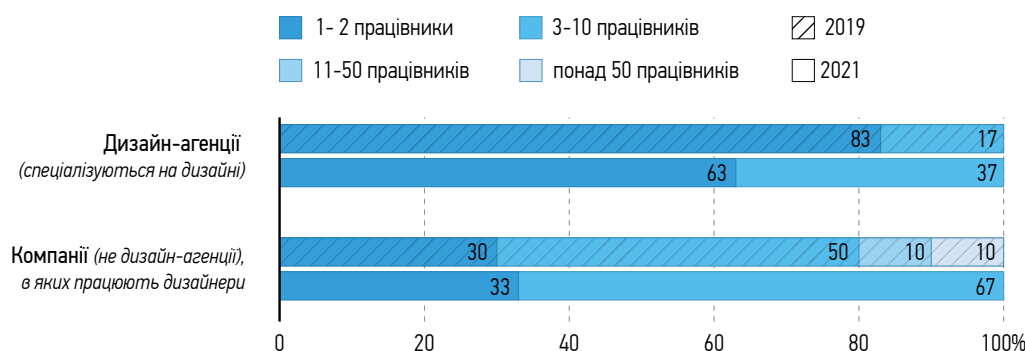
<sup>7</sup> Відсотки розраховані як частка від загальної кількості відповідей на питання, даних респондентами у кожній з 2-х груп

<sup>8</sup> Відсотки розраховані як частка від загальної кількості відповідей на питання, даних респондентами у кожній з 2-х груп

### Кількість дизайнерів постійної команди в опитаних компаніях Львова<sup>9</sup>



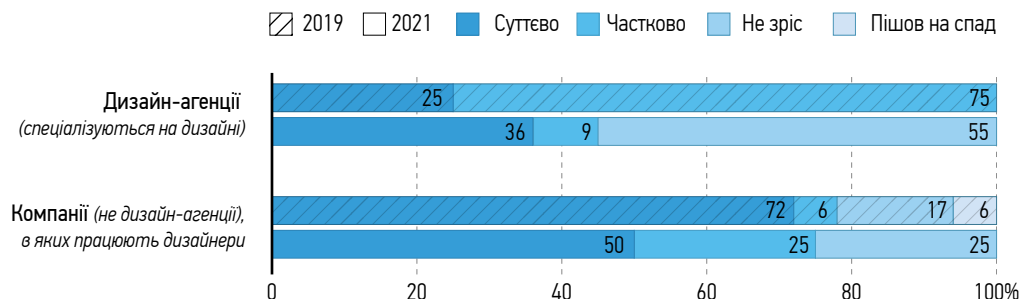
### Кількість дизайнерів, залучених на аутсорсі в опитаних компаніях Львова впродовж 2020 року<sup>10</sup>



Загальна картина щодо кількості дизайнерів у компаніях Львова за останні два роки не змінилася:

- у дизайн-агенціях, які є переважно малим бізнесом чи мікробізнесом, вони становлять більшість (переважно 3-10 осіб), а на аутсорсі працює в середньому ще 1-2 особи;
- інші компанії, у яких працюють дизайнери, мають переважно більші потреби в таких фахівцях як для постійної команди, так і на аутсорсі. Переважно це ІТ-компанії: вони за масштабами та вартістю проєктів залишаються перспективнішими для дизайнерів.

### Чи зростає бізнес опитаних компаній на ринку дизайну у Львові за останні 3 роки<sup>11</sup>

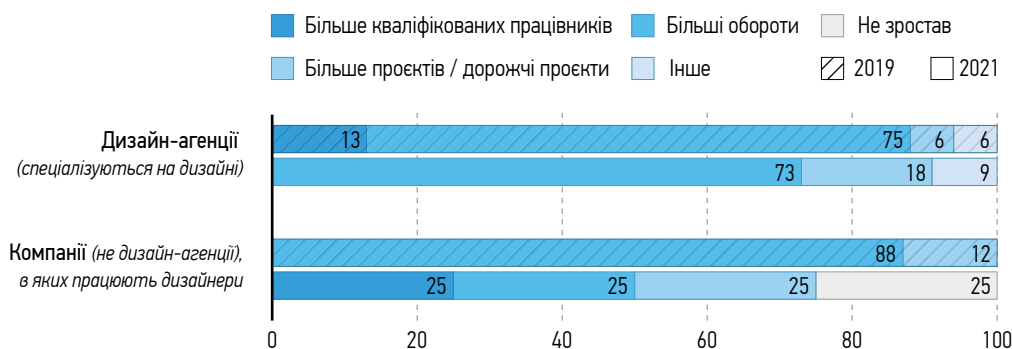


9 Відсотки розраховані як частка від загальної кількості відповідей на питання, даних респондентами у кожній з 2-х груп

10 Відсотки розраховані як частка від загальної кількості відповідей на питання, даних респондентами у кожній з 2-х груп

11 Відсотки розраховані як частка від загальної кількості відповідей на питання, даних респондентами у кожній з 2-х груп

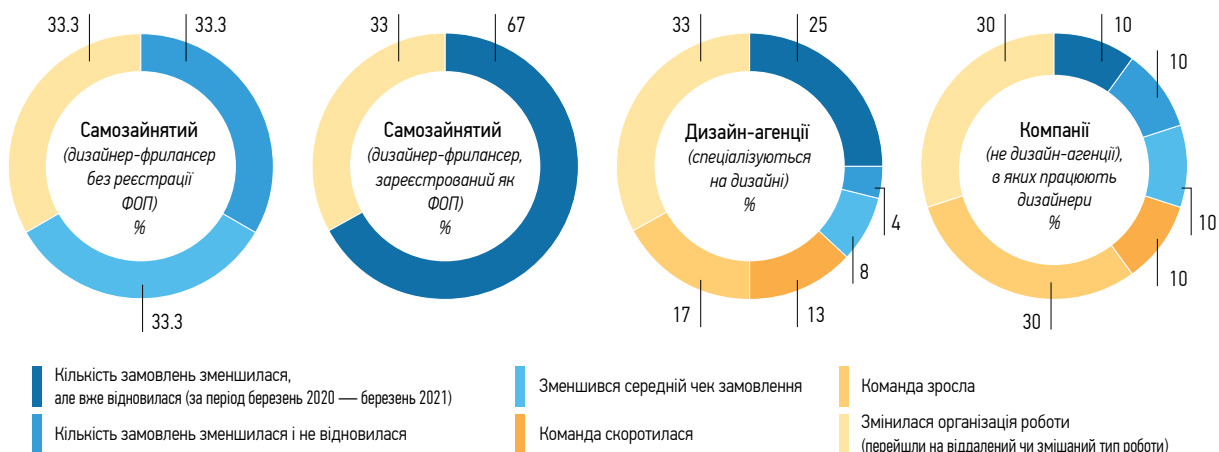
## Фактори зростання бізнесу опитаних компаній на ринку дизайну Львова за останні 3 роки<sup>12</sup>



Попри високі ризики та коливання на ринку впродовж останніх двох років, опитані компанії вказали на часткове й суттєве зростання бізнесу. Ключовий фактор зростання дизайн-агенцій: більша кількість проєктів. Для інших компаній пропорційно зростали проєкти, обороти та кількість працівників. Загалом тенденція зростання дизайнерської діяльності збереглася, що говорить про стабільну активізацію затребуваності таких послуг та подальші перспективи розвитку ринку.

## Вплив COVID-19 на ринок дизайну у Львові

### Які зміни сталися в роботі опитаних дизайнерів унаслідок пандемії?<sup>13</sup>



<sup>12</sup> Відсотки розраховані як частка від загальної кількості відповідей на питання, даних респондентами у кожній з 2-х груп  
<sup>13</sup> Відсотки розраховані як частка від загальної кількості відповідей на питання, даних респондентами у кожній з 4-х груп.

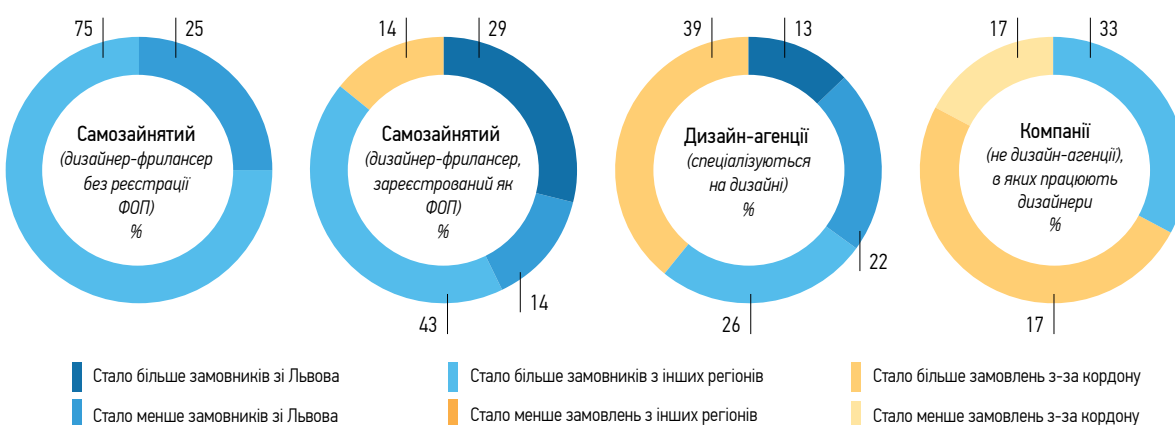
## Яких стратегій дотримувались опитані дизайнери в боротьбі з коронакризою та її економічними наслідками?<sup>14</sup>



## Які зміни на ринку дизайну у Львові сталися впродовж останніх двох років?<sup>15</sup>



## Як змінилася географія замовників за останні 2 роки?<sup>16</sup>



14 Відсотки розраховані як частка від загальної кількості відповідей на питання, даних респондентами у кожній з 4-х груп.

15 Відсотки розраховані як частка від загальної кількості відповідей на питання, даних респондентами у кожній з 4-х груп.

16 Відсотки розраховані як частка від загальної кількості відповідей на питання, даних респондентами у кожній з 4-х груп.

### **Ключові особливості впливу пандемії на ринок дизайну:**

- третина опитаних дизайнерів перейшли на віддалену роботу;
- найбільші втрати щодо кількості замовлень зазнали фрилансери без ФОП;
- для 25% дизайн-агенцій обсяг роботи вже відновився;
- у третини інших компаній, де працюють дизайнери, зросла команда;
- головним способом економічно втриматися «на плаву» для респондентів була оптимізація витрат на оренду й комунальні послуги;
- усі опитані наголосили на зростанні конкуренції на ринку й унаслідок цього для більшості знизилася вартість замовлень;
- для фрилансерів збільшилася кількість замовлень з інших регіонів України, дизайн-агенції та інші компанії почали активніше працювати з іноземними клієнтами;
- однією з важливих позитивних змін, які сталася за 2 останні роки, опитані дизайнери вважають те, що українські клієнти стали уважніше прислухатися до їхніх рекомендацій (імовірно, криза і спад бізнесу, зумовлені пандемією, спонукають підприємців шукати нові методи стимулювання продажів саме через використання дизайну).

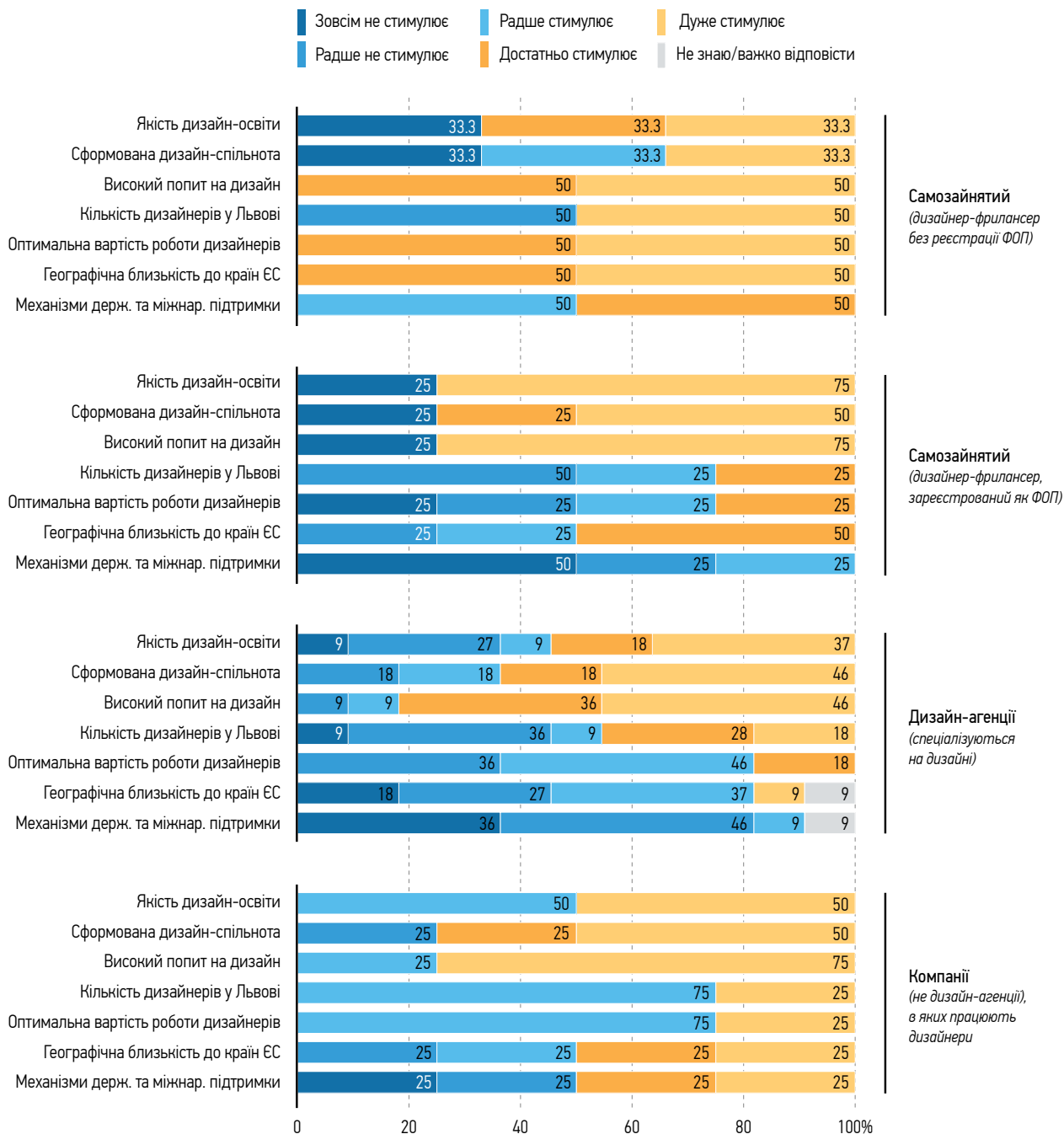


**ПРОБЛЕМИ ТА ПОТРЕБИ  
УЧАСНИКІВ РИНКУ  
ДИЗАЙНУ У ЛЬВОВІ**



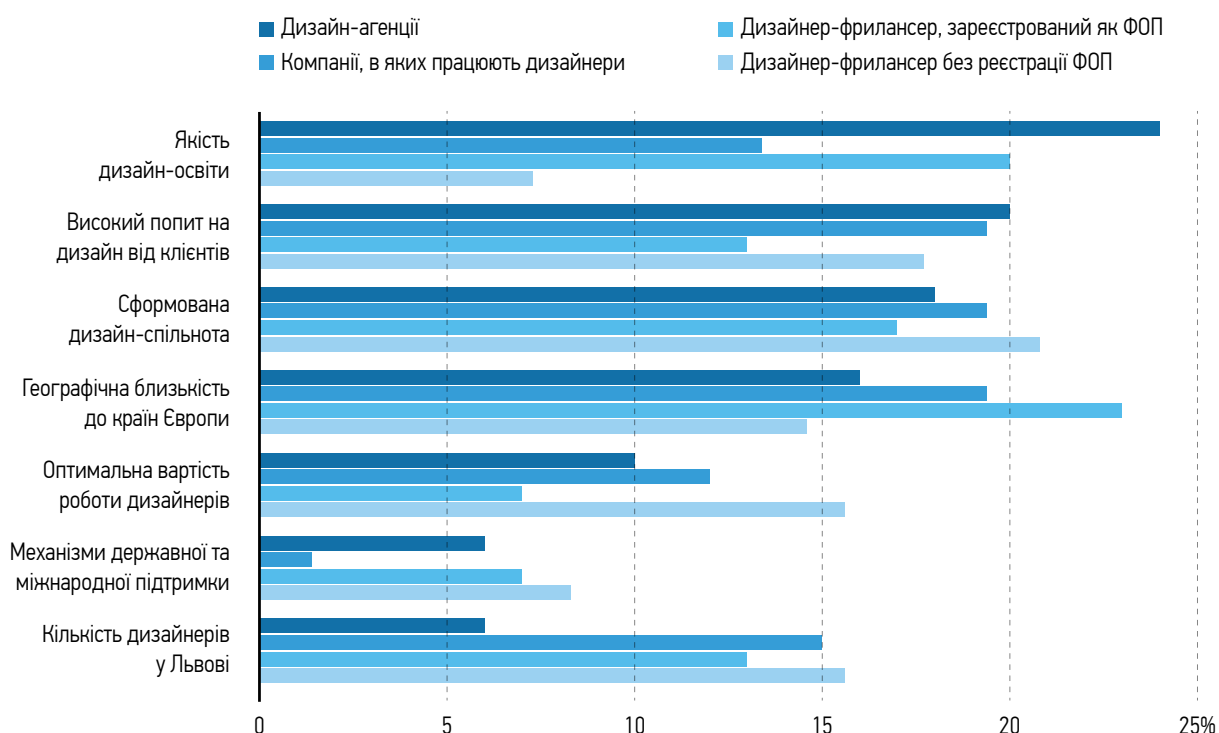
# Фактори, які стимулюють розвиток ринку

Фактори, які, на думку респондентів, найкраще стимулюють розвиток дизайну у Львові, 2021 рік <sup>1</sup>



<sup>1</sup> Відсотки розраховані як частка серед загальної кількості відповідей, даних по кожному питанню респондентами у кожній з 4-х груп; у 2021 році варіанти відповіді було деталізовано шкалою.

## Фактори, які, на думку респондентів, найкраще стимулюють розвиток дизайну у Львові, 2019 рік

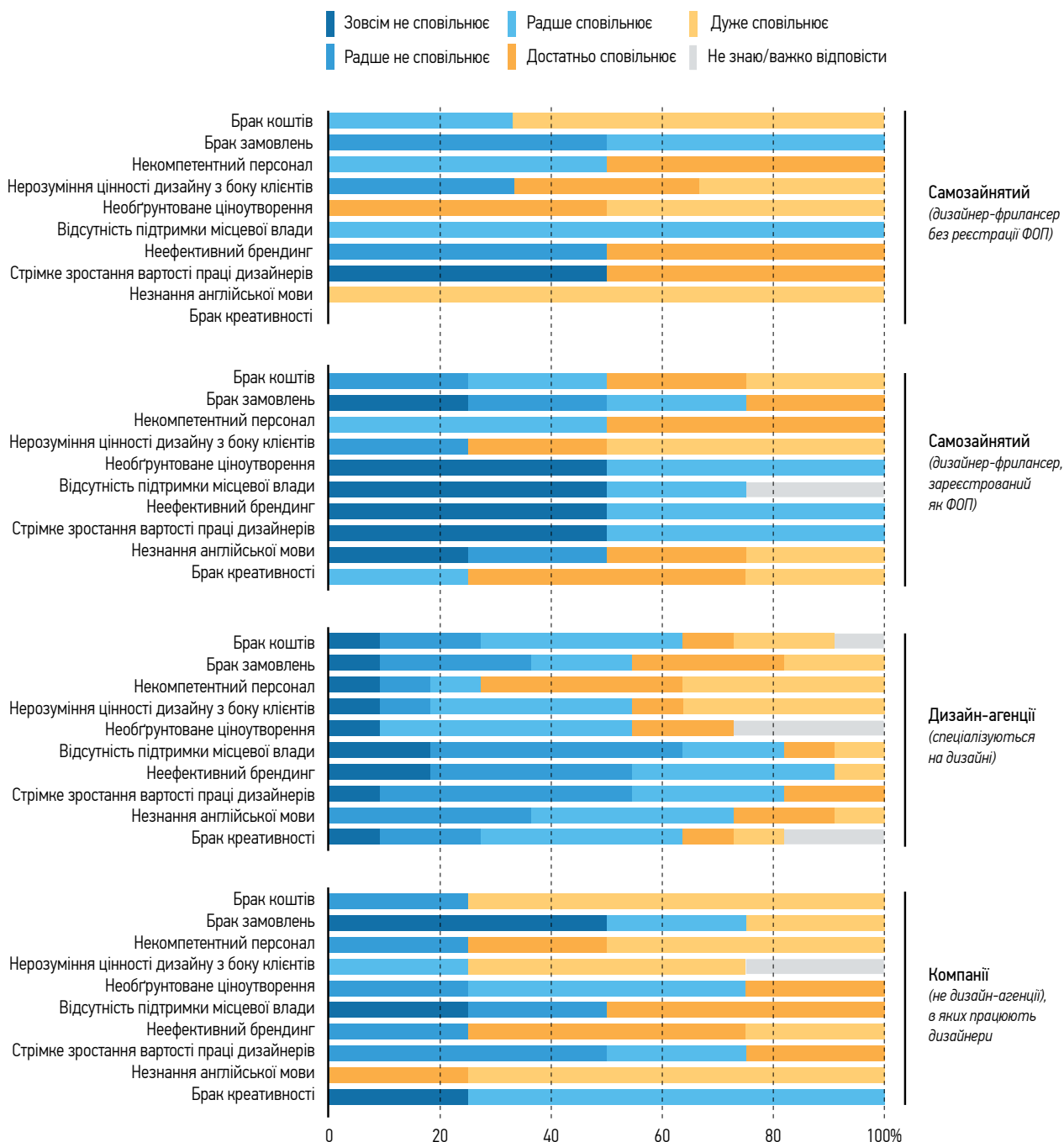


Загалом, думки респондентів стосовно стимулюючих чинників розвитку дизайну не змінилися:

- не відбулося позитивних змін у ставленні до державної та міжнародної підтримки, дизайнери не вважають їх інструментами розвитку;
- найбільшими стимулами фрилансери вважають попит на дизайн, географічну близькість до країн Європи й вартість дизайнерської роботи;
- дизайн-агенції та компанії ключові стимули бачать у дизайн-спільноті, вартості роботи дизайнера та попиті на їхні продукти;
- збереглася розбіжність думок щодо якості дизайн-освіти та кількості дизайнерів; агенції та компанії оцінюють якість освіти гірше, ніж ФОПи чи фрилансери без ФОПа – саме компаніям (та агенціям) бракує управлінських компетентностей у випускниках. Тобто формальна освіта дає достатні знання та компетентності для фрилансу, однак недостатні для роботи в компаніях;
- географічна близькість до країн Європи втратила актуальність для всіх, крім фрилансерів без ФОП.

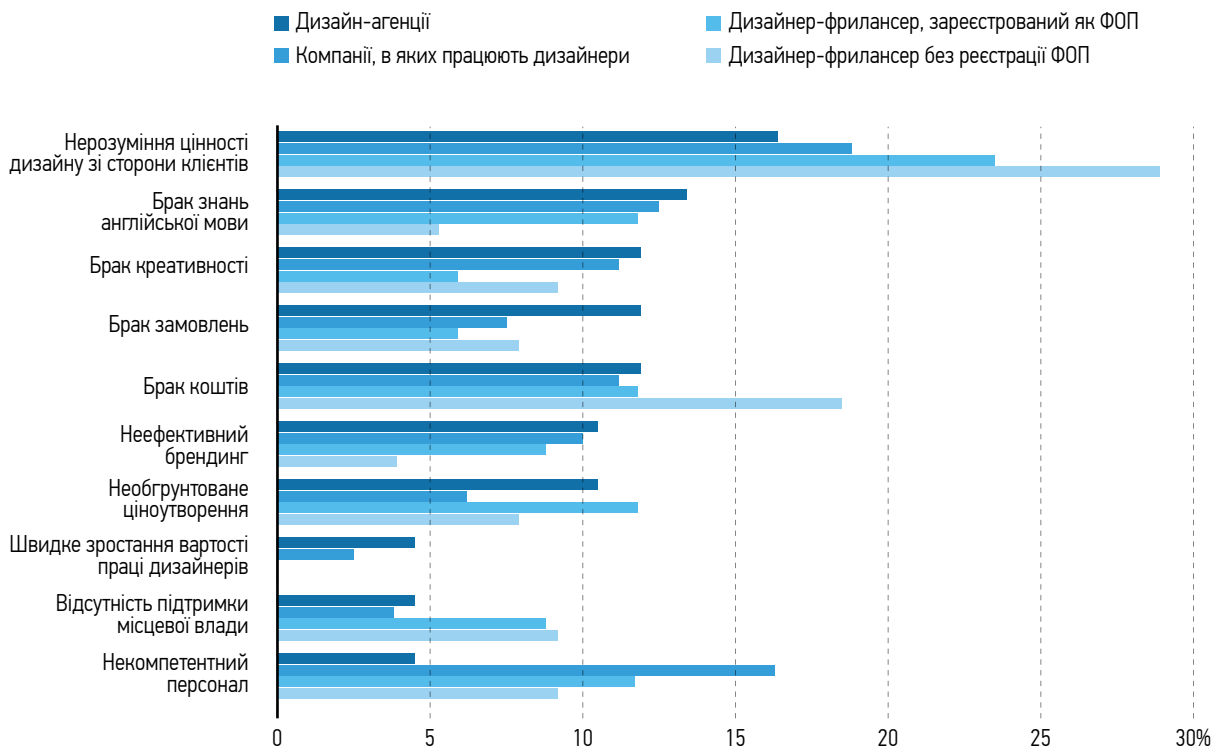
# Фактори, які стримують розвиток ринку

Фактори, які, на думку респондентів, найбільше стримують розвиток дизайну у Львові, 2021 рік<sup>2</sup>



2 Відсотки розраховані як частка серед загальної кількості відповідей, даних по кожному питанню респондентами у кожній з 4-х груп; 2021 року варіанти відповідей було деталізовано шкалою.

## Фактори, які, на думку респондентів, найбільше стримують розвиток дизайну у Львові, 2019 рік

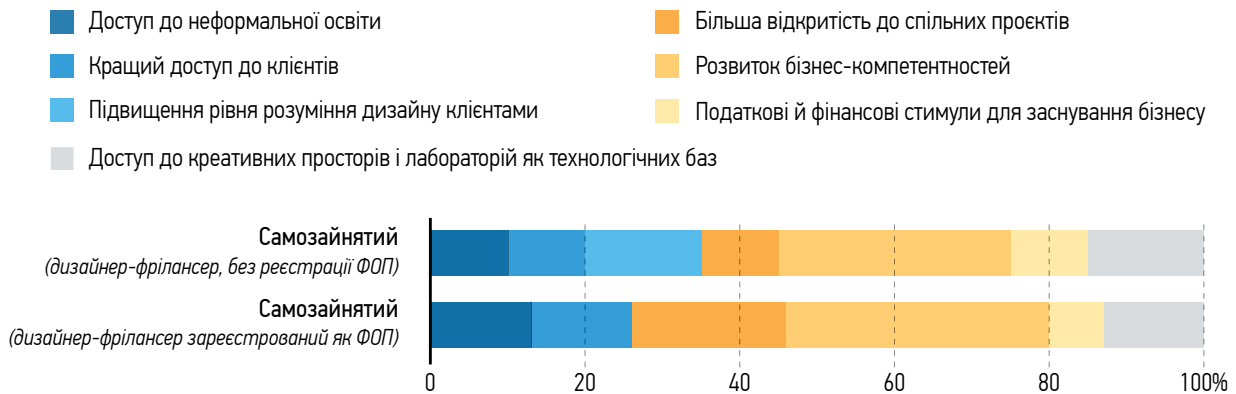


### Порівняння відповідей респондентів вказують на такі висновки:

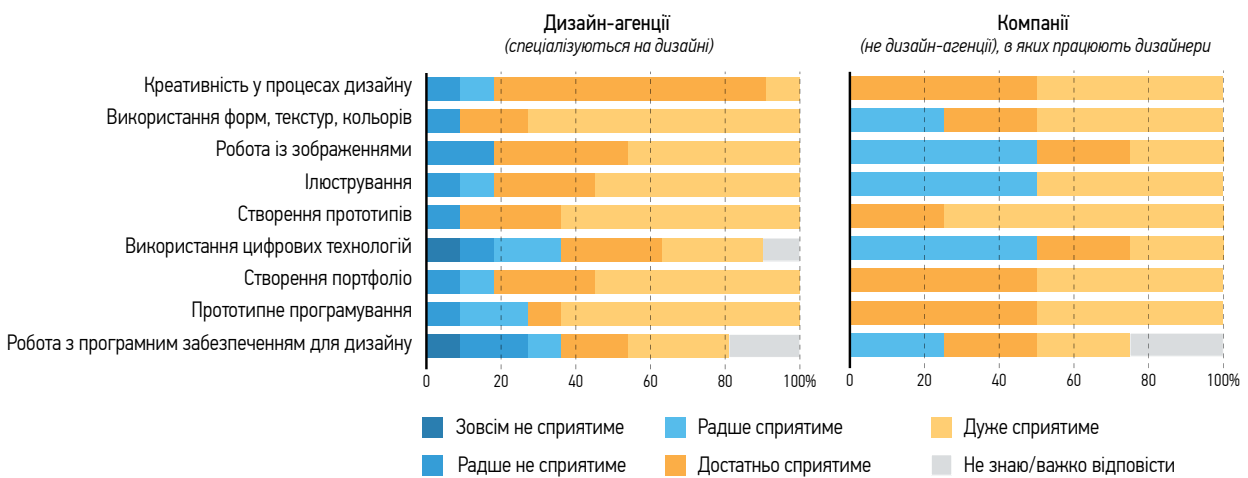
- недостатня компетентність персоналу є ключовим фактором, який стримує розвиток ринку дизайну (на думку агенцій). Тобто, окрім формальної вищої освіти, вкрай актуальною залишається потреба забезпечення додатковим навчанням дизайнерів Львова;
- загострилася проблема браку коштів для всіх груп респондентів (потрібно розвивати компетентності у продажах, формуванні ринку, виходу на нові географічні та тематичні ринки);
- серйозною залишається проблема незнання англійської мови, не вирішення її значно обмежує дизайнерів у можливостях співпраці з іноземними клієнтами та партнерами.

# Ключові потреби учасників ринку

## Ключові потреби опитаних дизайнерів-фрилансерів Львова, 2021 рік<sup>3</sup>

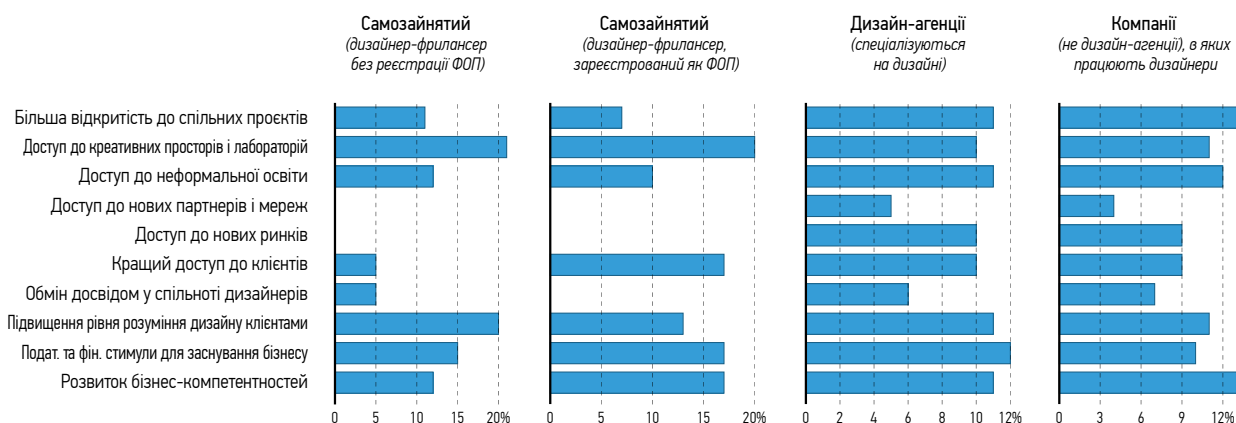


## Ключові потреби опитаних компаній Львова, 2021 рік<sup>3</sup>



<sup>3</sup> Відсотки розраховані як частка серед загальної кількості відповідей «так» у матричному запитанні, які дані респондентами в кожній з 4-х груп; 2021 року варіанти відповіді було деталізовано шкалою для компаній

## Ключові потреби опитаних дизайнерів-фрилансерів та компаній Львова, 2019 рік<sup>3</sup>



Ключові потреби дизайнерів Львова залишилися переважно незмінними. Отже, екосистема підтримки дизайну впродовж двох останніх років так і залишилася на початковому етапі формування, що не дає змоги учасникам ринку оперативно й ефективно задовольняти свої потреби розвитку:

- фрилансери надалі мають значну проблему доступу до просторів і лабораторій, відчують брак можливостей здобувати бізнес-компетенції та знаходити спільні проєкти в партнерстві;
- для дизайн-агенцій незмінно високою залишається потреба розвитку в площині «агенція – клієнт» через нерозуміння клієнтами дизайну й обмеженість доступу до нових ринків. Також актуальною проблемою є бізнес-компетенції менеджерів;
- як і два роки тому, компанії, в яких працюють дизайнери, потребують доступу до нових ринків, партнерства й обміну досвідом.

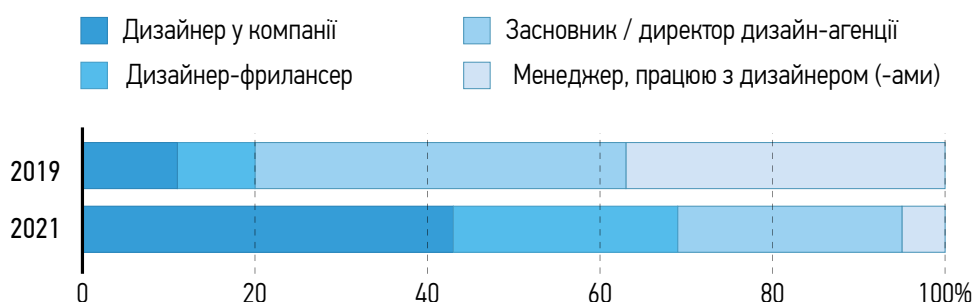


**ЛЮДСЬКИЙ КАПІТАЛ ТА  
КОМПЕТЕНЦІЇ НА РИНКУ  
ДИЗАЙНУ У ЛЬВОВІ**

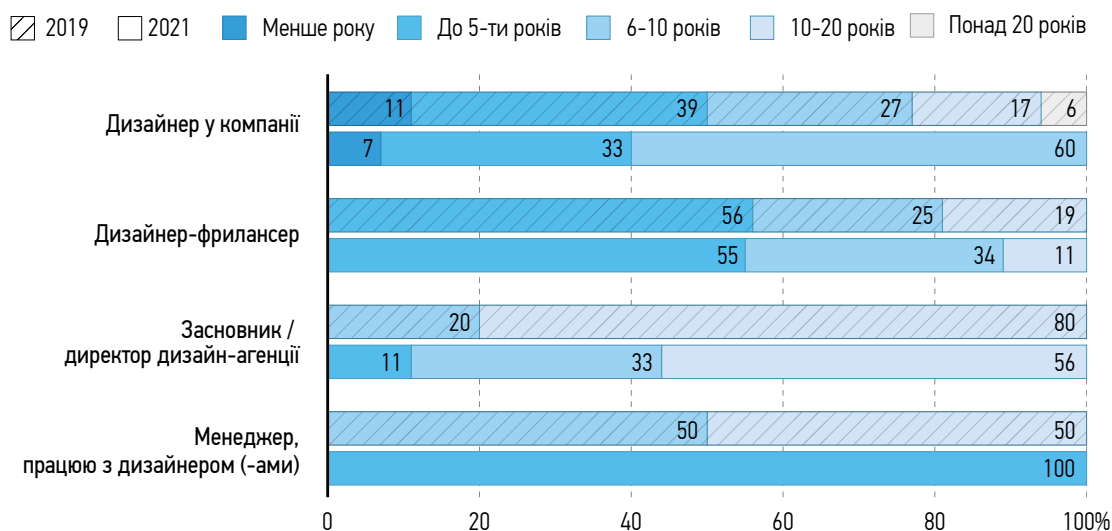
# Структура респондентів

Відштовхуючись від попереднього дослідження, ми провели опитування серед аналогічних груп респондентів: дизайнерів-фрилансерів, дизайнерів-компаній, директорів дизайн-агенцій і менеджерів, які працюють із дизайнерами. Цьогорічне загальне співвідношення в структурі опитаних суттєво не відрізняється, лише більшою є кількість опитаних директорів / засновників дизайн-агенцій. Середній професійний досвід опитаних – 6-10 років.

## Структура опитаних щодо компетенцій дизайнерів Львова<sup>1</sup>



## Досвід роботи опитаних на ринку дизайну у Львові<sup>2</sup>



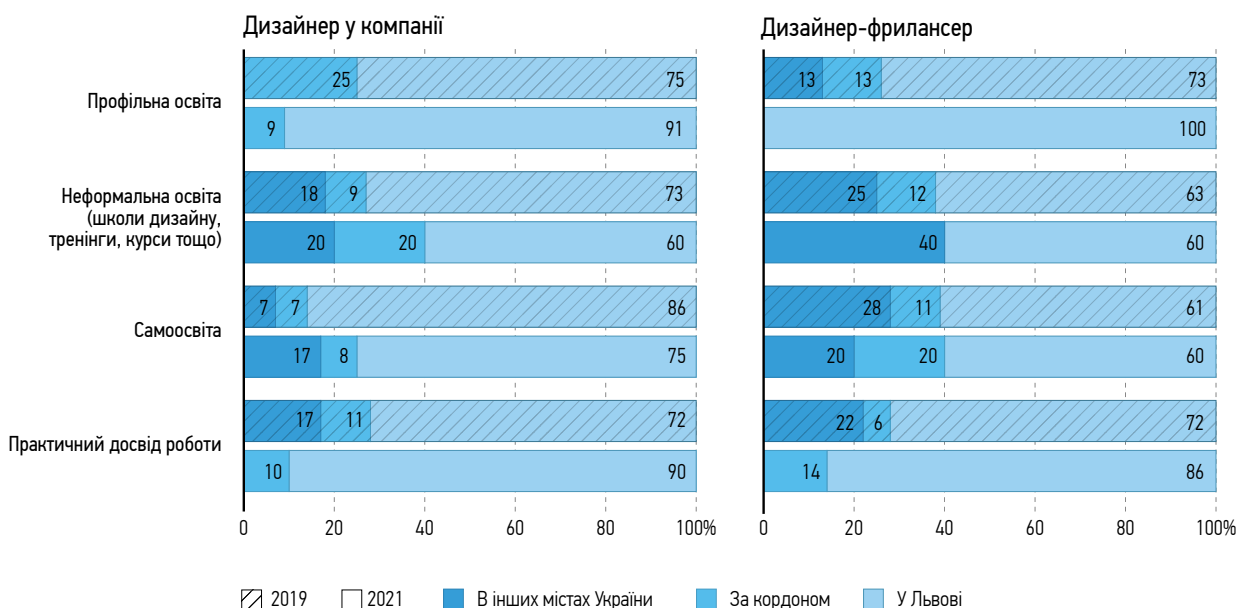
1 Відсотки розраховані як частка від загальної кількості відповідей на питання респондентів.

2 Відсотки розраховані як частка від загальної кількості відповідей на питання, даних респондентами у кожній з 4-х груп



# Професія дизайнерів

## Де здобули освіту опитані дизайнери Львова?<sup>3</sup>



Львів і надалі залишається місцем тяжіння для здобуття як профільної, так і неформальної освіти дизайнерами, а розміри ринку дають можливість отримати досвід, який робить їх конкурентоспроможними фахівцями. Подальший розвиток формальної й неформальної освіти стимулюватиме розвиток і самого ринку – кількості агенцій, фрилансерів, проєктів, які робляться у Львові.

## Базові компетенції дизайнерів-фрилансерів

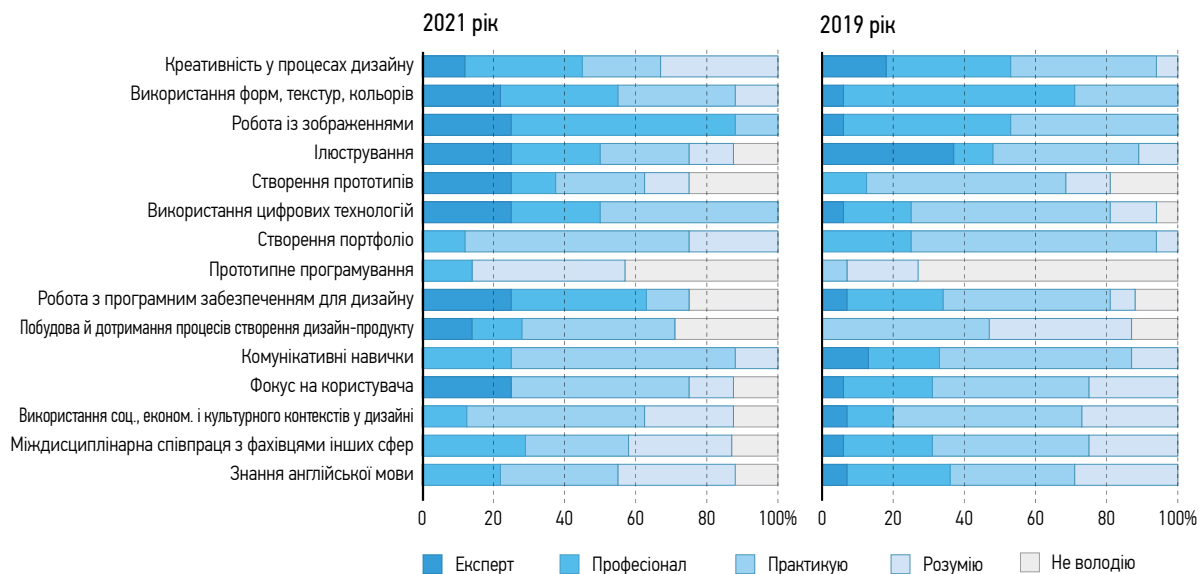
Повторюючи 2021 року питання про базові компетенції дизайнерів Львова, ми з'ясували, що суттєвих змін упродовж двох останніх років у формальній та неформальній освіті не відбулося. Проте важливо визначити, як самі представники професійної спільноти оцінюють власні знання й навички. Нагадаємо, що для опитування ми сформували перелік із 16-ти універсальних базових дизайнерських компетенцій на основі публікацій авторитетних закордонних професійних асоціацій та навчальних закладів.<sup>4</sup> Також ми виділили 5 рівнів володіння компетенціями за методологією, яку пропонує британський уряд для оцінювання компетенцій дизайнерів.<sup>5</sup>

<sup>3</sup> Відсотки розраховані як частка від загальної кількості відповідей респондентів групи, даних по кожному варіанту відповіді на питання (виду освіти).

<sup>4</sup> Icoграда Education Design Manifesto / Ed. Audrey G. Bennett, Omar Vulpinari, Shi Longtan, Shandong : University of Arts and Design Publicity Office, 2011. 82 p. URL: [https://www.ico-d.org/database/files/library/IcoградаEducationManifesto\\_2011.pdf](https://www.ico-d.org/database/files/library/IcoградаEducationManifesto_2011.pdf)

<sup>5</sup> Graphic designer: skills they need. www.gov.uk. 2020. URL

## Базові компетенції опитаних дизайнерів-фрилансерів Львова<sup>6</sup>



## Мапа базових компетенцій опитаних дизайнерів-фрилансерів<sup>7</sup>



Загалом, рівень володіння базовими компетенціями дизайнерів-фрилансерів Львова не змінився і є доволі високим:

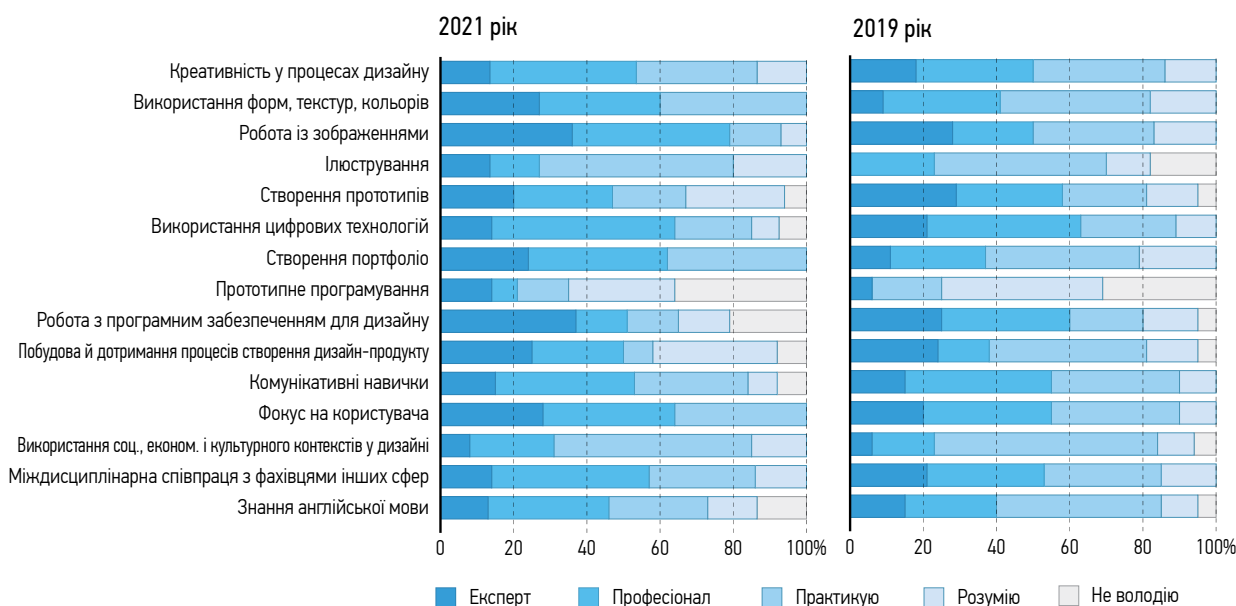
- найкраще розвинені компетенції для створення й обробки зображень;
- на низькому рівні залишається вміння застосовувати прототипне програмування.

<sup>6</sup> Відсотки розраховані як частка від загальної кількості відповідей респондентів-фрилансерів, даних по кожному варіанту відповіді на питання (виду компетенції).

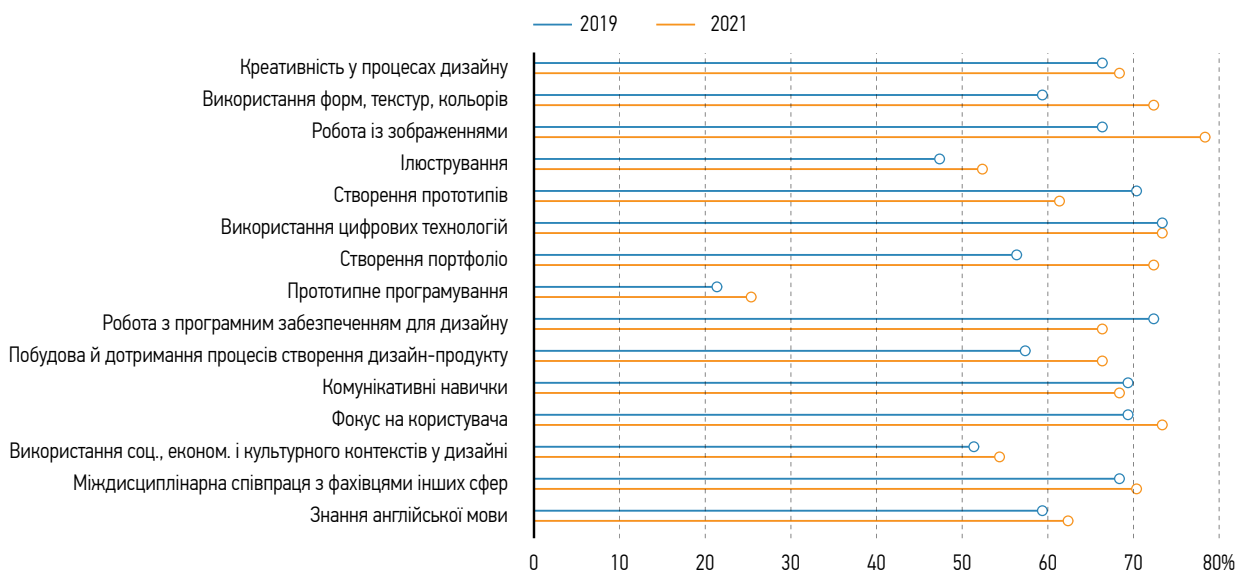
<sup>7</sup> Мапа побудована на основі відповідей анкети. 5 характеристик кожної компетенції (експерт, професіонал, практикую, розумію, не володію) трансформовані у 3 інтервальні ряди рівнів володіння компетенціями за формулою Стерджеса: 0-33% – низький рівень; 34-66% – середній рівень; 67-100% – високий рівень. Інтегральний рівень володіння кожною компетенцією розрахований за формулою визначення медіани для інтервального ряду.

# Базові компетенції дизайнерів компаній

## Базові компетенції опитаних дизайнерів компаній Львова<sup>8</sup>



## Мапа базових компетенцій опитаних дизайнерів компаній<sup>9</sup>



Загальна картина базових компетенцій опитаних дизайнерів компаній Львова незначно покращилася, більшість компетенцій оцінена на високому рівні. Порівняно з дослідження 2019 року, рівень володіння є вищим практично по всіх позиціях, так і стосовно цього річних результатів фрилансерів. Припускаємо, така тенденція виявляється через

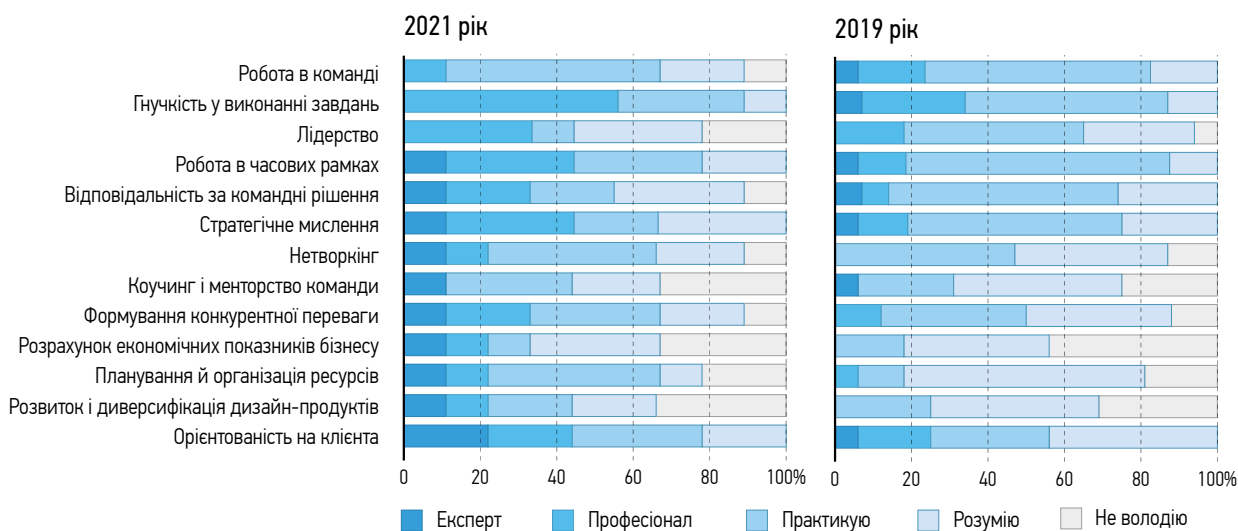
<sup>8</sup> Відсотки розраховані як частка від загальної кількості відповідей респондентів-дизайнерів компаній, даних по кожному варіанту відповіді на питання (виду компетенції)

<sup>9</sup> Мапа побудована на основі відповідей анкети. 5 характеристик кожної компетенції (експерт, професіонал, практикую, розумію, не володію) трансформовані у 3 інтервальні ряди рівнів володіння компетенціями за формулою Стерджеса: 0-33% – низький рівень; 34-66% – середній рівень; 67-100% – високий рівень. Інтегральний рівень володіння кожною компетенцією розрахований за формулою визначення медіани для інтервального ряду.

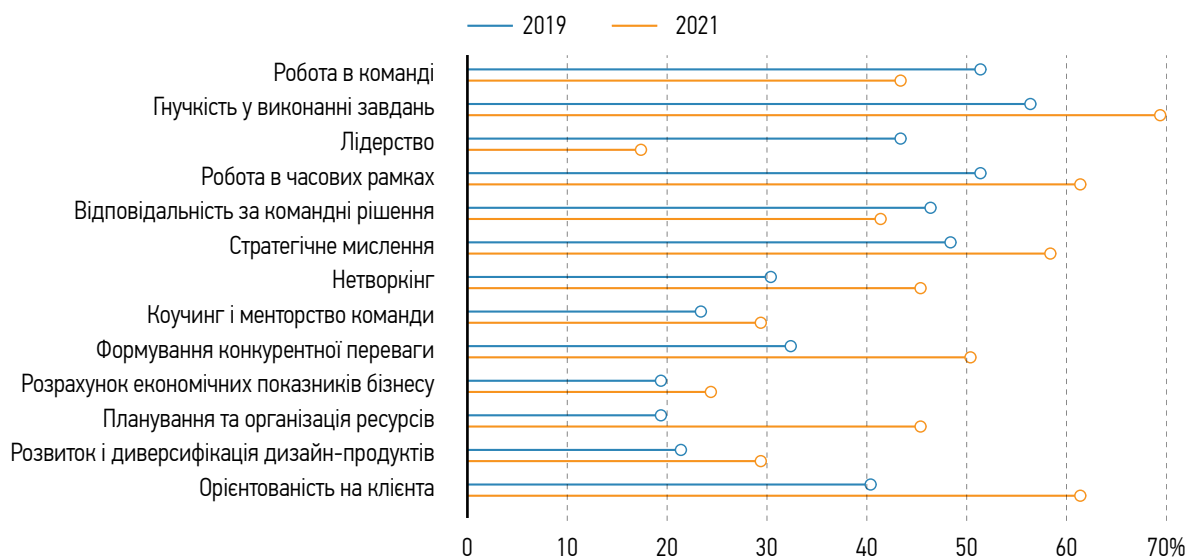
те, що в цьому опитуванні значно більша частка респондентів, які працюють у компаніях, мають профільну вищу освіту (здобуту у Львові), а саме вони закладають фундамент базових знань та навичків.

## Бізнес-компетенції дизайнерів-фрилансерів

### Бізнес-компетенції опитаних дизайнерів-фрилансерів Львова<sup>10</sup>



### Мапа бізнес-компетенцій опитаних дизайнерів-фрилансерів<sup>11</sup>



Більшість бізнес-компетенцій опитаних фрилансерів залишаються на середньому рівні. Суттєво відрізняються дані по окремих компетенціях. Зокрема, орієнтованість на клієнта,

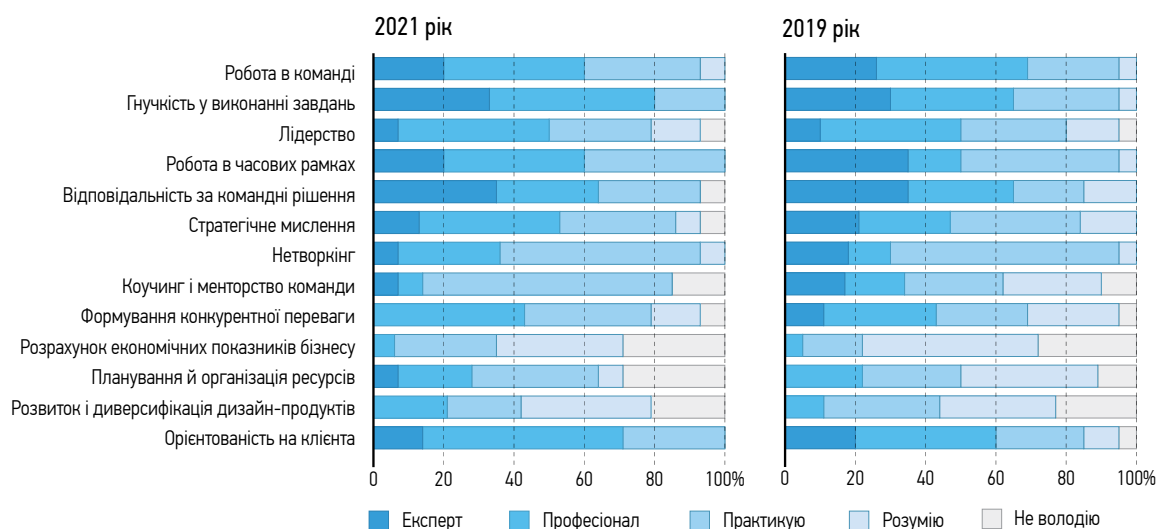
<sup>10</sup> Відсотки розраховані як частка від загальної кількості відповідей респондентів-дизайнерів компаній, даних по кожному варіанту відповіді на питання (виду компетенції).

<sup>11</sup> Мапа побудована на основі відповідей анкети. 5 характеристик кожної компетенції (експерт, професіонал, практикую, розумію, не володію) трансформовані у 3 інтервальні ряди рівнів володіння компетенціями за формулою Стерджеса: 0-33% – низький рівень; 34-66% – середній рівень; 67-100% – високий рівень. Інтегральний рівень володіння кожною компетенцією розрахований за формулою визначення медіани для інтервального ряду.

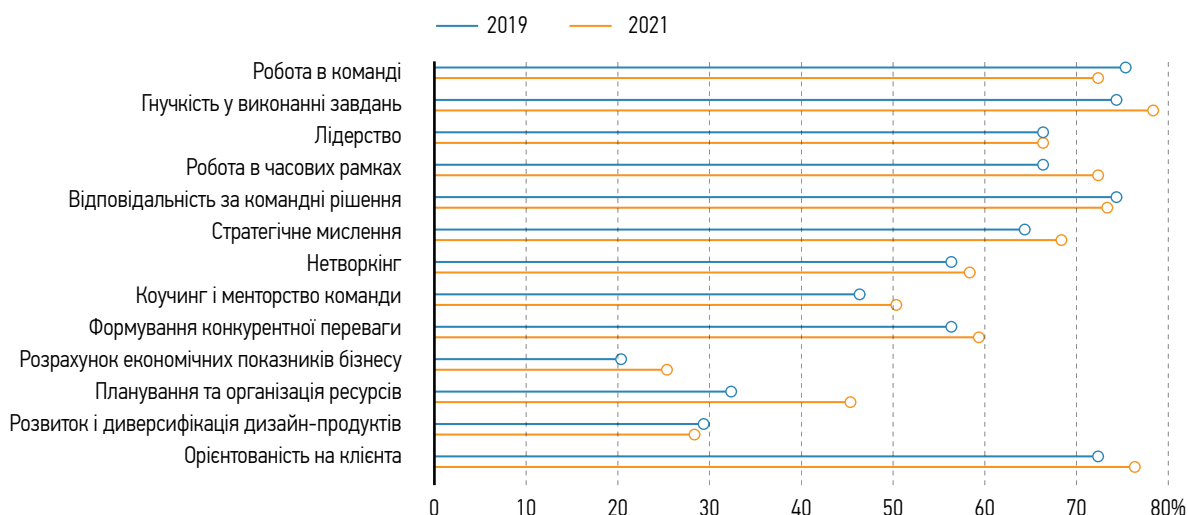
формування конкурентної переваги мають значно вищий показник, хоча й 2021 року респонденти вказували на значні проблеми взаємодії з клієнтами й відсутність розуміння ними цінностей дизайну. Значно нижчим є показник лідерства: можемо припустити що така ситуація склалася через переважання фрилансерів, які працюють самостійно (поза командою).

## Бізнес-компетенції дизайнерів компаній

### Бізнес-компетенції опитаних дизайнерів компаній Львова<sup>12</sup>



### Мапа бізнес-компетенцій дизайнерів компаній Львова<sup>13</sup>



<sup>12</sup> Відсотки розраховані як частка від загальної кількості відповідей респондентів-дизайнерів компаній, даних по кожному варіанту відповіді на питання (виду компетенції).

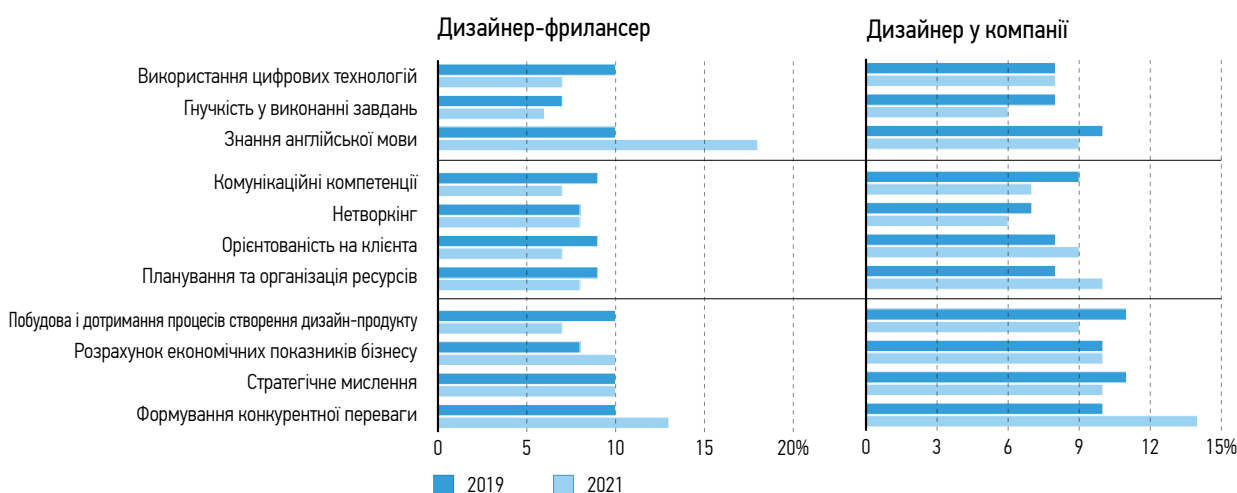
<sup>13</sup> Мапа побудована на основі відповідей анкети. 5 характеристик кожної компетенції (експерт, професіонал, практикую, розумію, не володію) трансформовані у 3 інтервальні ряди рівнів володіння компетенціями за формулою Стерджеса: 0-33% – низький рівень; 34-66% – середній рівень; 67-100% – високий рівень. Інтегральний рівень володіння кожною компетенцією розрахований за формулою визначення медіани для інтервального ряду.

Загалом рівень бізнес-компетенцій дизайнерів у компаніях суттєво не відрізняється від результатів опитування 2019 року, лише на декілька відсотків показники по більшості з них є вищими:

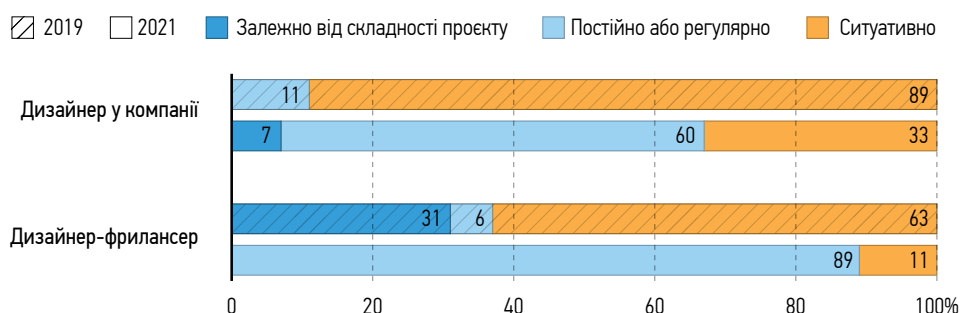
- дизайнери вважають своєю найсильнішою стороною гнучкість у роботі та орієнтованість на клієнта;
- стабільно низький рівень умінь диверсифікувати дизайн-продукти та розраховувати економічні показники бізнесу (може бути не в пріоритеті для дизайнерів у компаніях, де цими питаннями займаються інші категорії працівників).

## Потреби розвитку компетенцій дизайнерів

**Компетенції, розвивати які бачать потребу опитані дизайнери Львова<sup>14</sup>**



**Як часто виникає потреба підвищення компетенцій опитаних дизайнерів Львова?<sup>15</sup>**



<sup>14</sup> Відсотки розраховані як частка загальної кількості відповідей «хочу розвивати» у матричному питанні, які дані респондентами у кожній з 2-х груп.

<sup>15</sup> Відсотки розраховані як частка загальної кількості відповідей «хочу розвивати» у матричному питанні, які дані респондентами у кожній з 2-х груп.

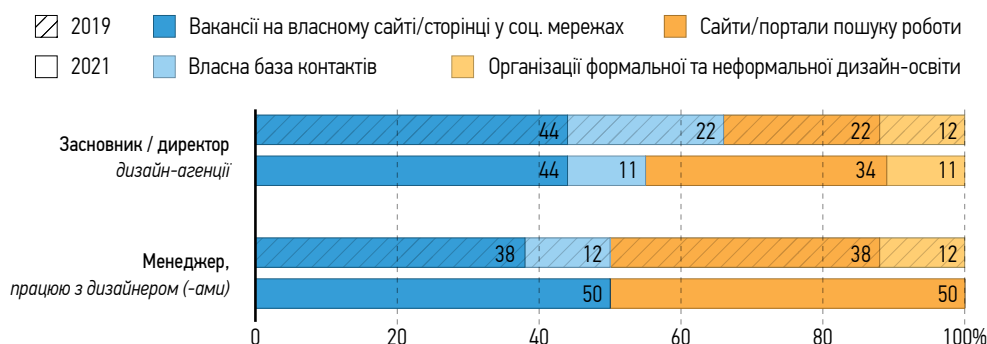
Загальна картина того, в розвитку яких компетенцій бачать потребу опитані дизайнери, не змінилася:

- фрилансери найбільше хочуть удосконалити знання англійської мови та вміння формувати конкурентну перевагу, водночас не бачать вагомої потреби покращувати ті компетенції, якими володіють на низькому чи середньому рівні;
- дизайнери компаній як і раніше бачать найбільшу необхідність у розвитку стратегічного мислення й найменше потребують навичок нетворкінгу й гнучкості.

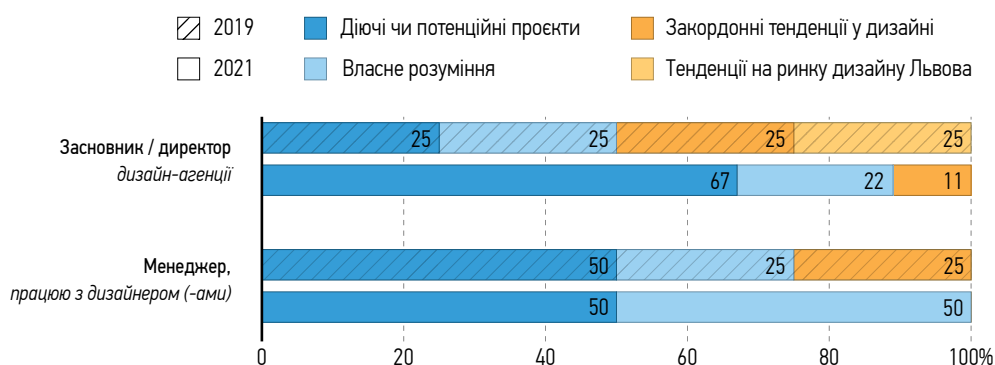
На відміну від результатів дослідження 2019 року, цьогорічні респонденти бачать потребу постійно або регулярно підвищувати свої компетенції, незалежно від поточних проєктів.

## Вимоги компаній-роботодавців до компетенцій дизайнерів

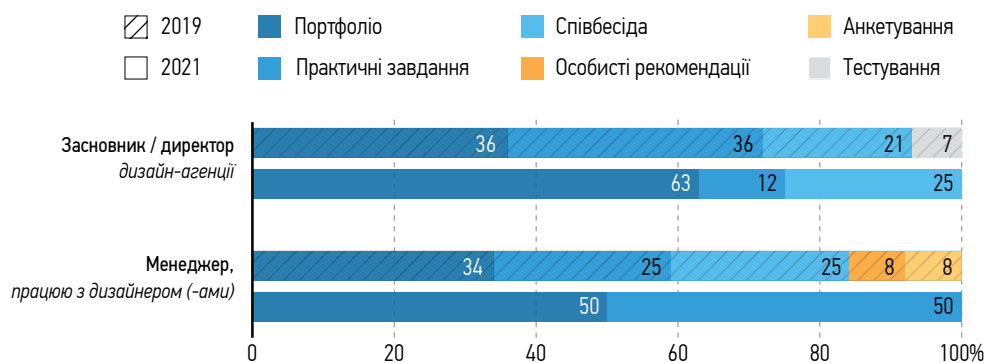
Де опитані компанії Львова шукають дизайнерів у команду?



На основі чого опитані компанії Львова формують вимоги до компетенцій дизайнерів?

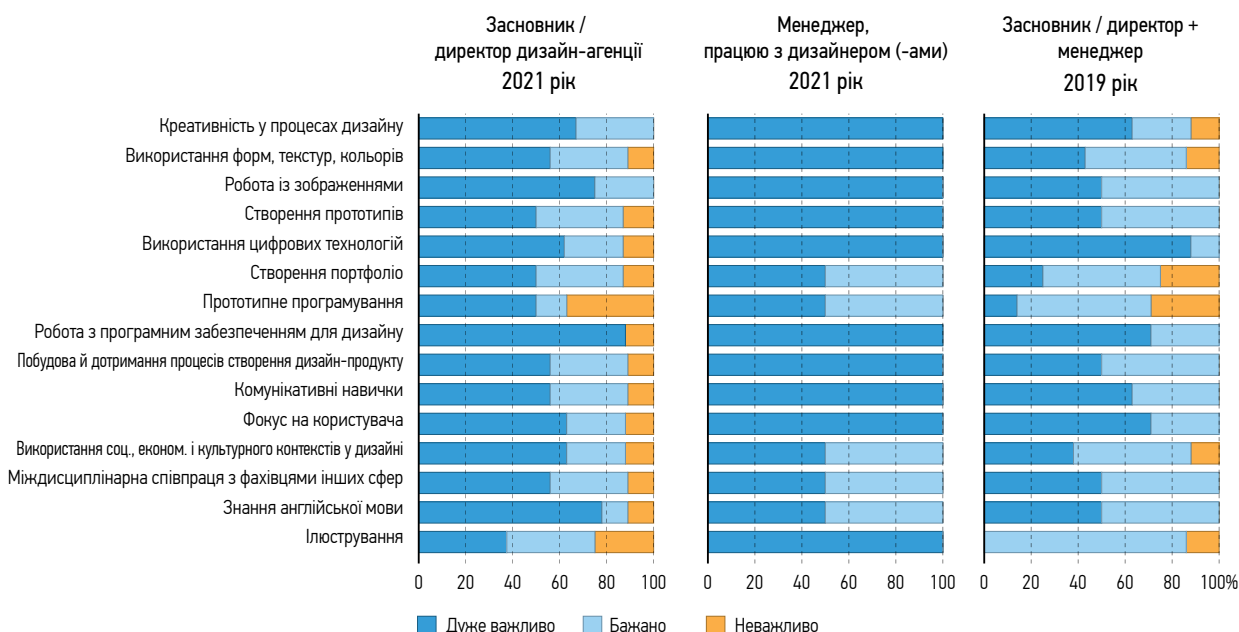


## Як компанії Львова перевіряють компетенції дизайнерів?



Компанії для пошуку дизайнерів переважно й далі розміщують вакансії на власних сайтах, трохи рідше звертаються до фахових сайтів із пошуку роботи. При цьому зросла важливість портфоліо при відборі кандидатів, а ключові вимоги до компетенцій базуються на діючих і потенційних проєктах (швидкий пошук працівників компаній під проєкти).

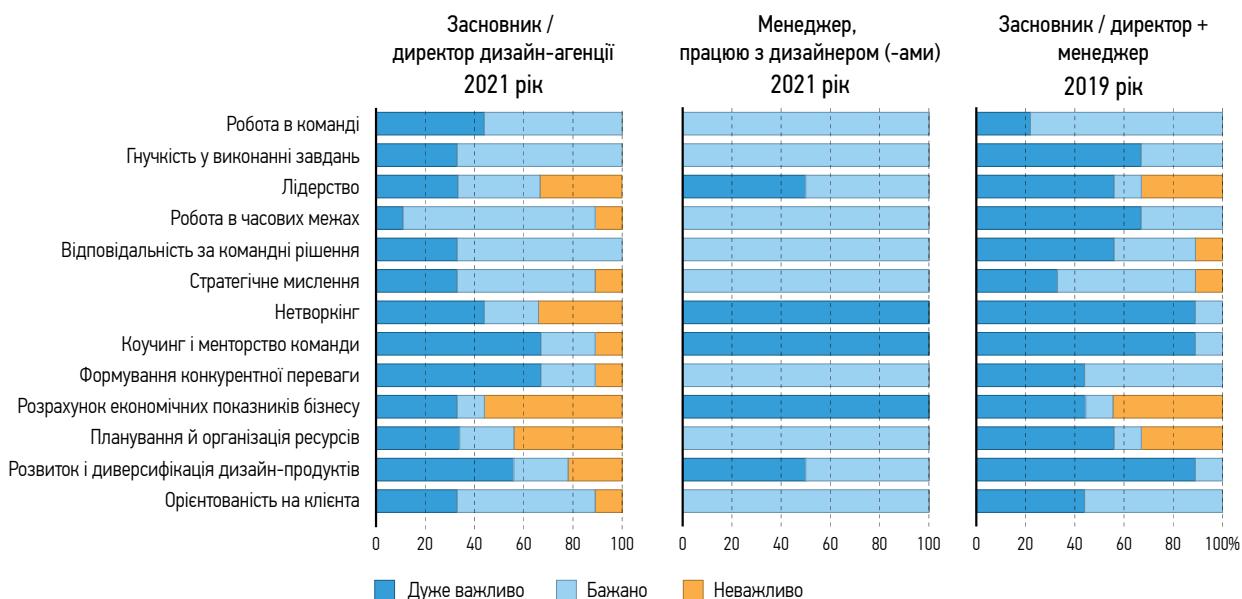
## Пріоритетність базових компетенцій дизайнерів для опитаних компаній Львова<sup>16</sup>



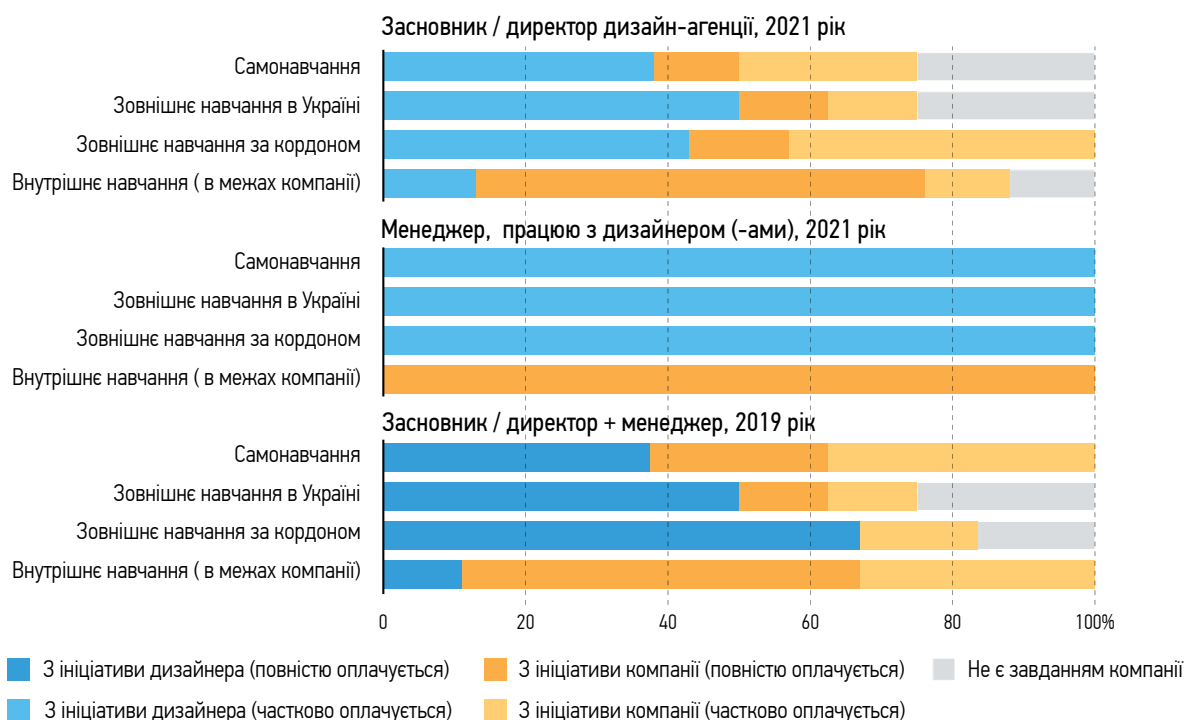
<sup>16</sup> Відсотки розраховані як частка загальної кількості відповідей у матричному питанні, які дані респондентами по кожному варіанту відповіді (види компетенцій).



## Пріоритетність бізнес-компетенцій дизайнерів для опитаних компаній Львова<sup>17</sup>



## Залученість опитаних компаній Львова до підвищення компетенцій дизайнерів<sup>18</sup>



17 Відсотки розраховані як частка загальної кількості відповідей у матричному питанні, які дані респондентами по кожному варіанту відповіді (види компетенцій).

18 Відсотки розраховані як частка від загальної кількості відповідей респондентів-дизайнерів компаній, даних по кожному варіанту відповіді на питання (виду навчання).

### **Головні зміни в розумінні базових та бізнес-компетенцій:**

- вимоги до базових компетенцій, які вказали засновники / директори дизайн-агенцій, стали більше відповідати тому рівню, на якому ними фактично володіють фрилансери;
- менеджери інших компаній не відмітили жодну з перелічених компетенцій як неважливу для дизайнерської роботи;
- припускаємо, що дизайн-агенції є перспективнішими для працевлаштування нинішніх фрилансерів;
- достатньо велика кількість бізнес-компетенцій дизайнерів є більше бажаною, ніж дуже важливою для дизайн-агенцій; менеджери інших компаній менш важливими бачать лише лідерство, нетворкінг, розрахунок економічних показників та диверсифікацію продуктів. Тобто вимоги до знань і вмінь дизайнерів зросли саме від інших компаній, де працюють дизайнери.

### **Як змінилася ситуація з оплатою працедавцями навчання своїх працівників:**

- переважає часткова оплата компанією навчання працівника незалежно від того, хто ініціював навчальний процес (чи сам працівник виявив ініціативу, чи працедавець відправив на підвищення кваліфікації) і де він відбувається;
- зовнішнє навчання ініціюється переважно самими дизайнерами;
- чверть опитаних дизайн-агенцій не вважають оплату навчання й освітніх заходів в Україні своїм завданням;
- навчання працівників фінансово стало більше сприйматися компаніями як тягар. Тобто є розрив у розумінні: з одного боку, компанії прагнуть підвищити компетентності, а з другого боку, заявляють про небажання витратити на це кошти. Таким чином, знову постає проблема покращення якості кінцевого продукту через систему «освіта – фахівець».

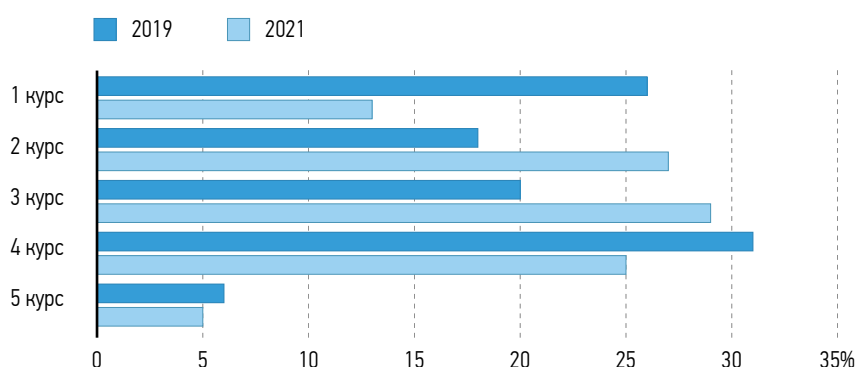


# **ОСВІТА І ПОТРЕБИ СТУДЕНТІВ-ДИЗАЙНЕРІВ У ЛЬВОВІ**

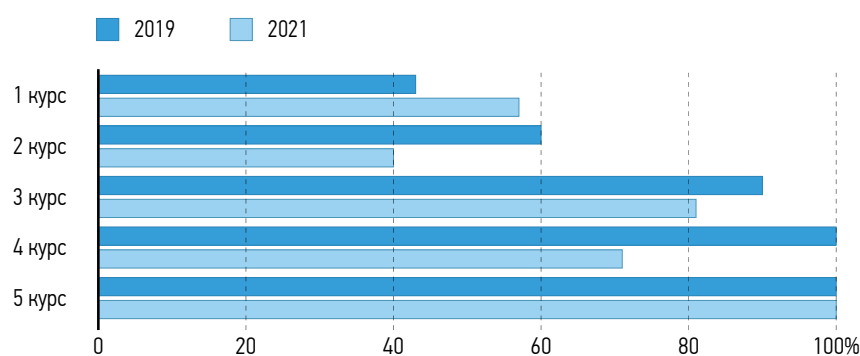
**НА ПРИКЛАДІ ЛЬВІВСЬКОЇ НАЦІОНАЛЬНОЇ АКАДЕМІЇ МИСТЕЦТВ**

# Компетенції та досвід студентів ЛНАМ

## Структура опитаних студентів-дизайнерів ЛНАМ<sup>1</sup>



## Частка студентів-дизайнерів ЛНАМ, які працюють офіційно чи виконували разові / періодичні замовлення як фрилансери<sup>2</sup>



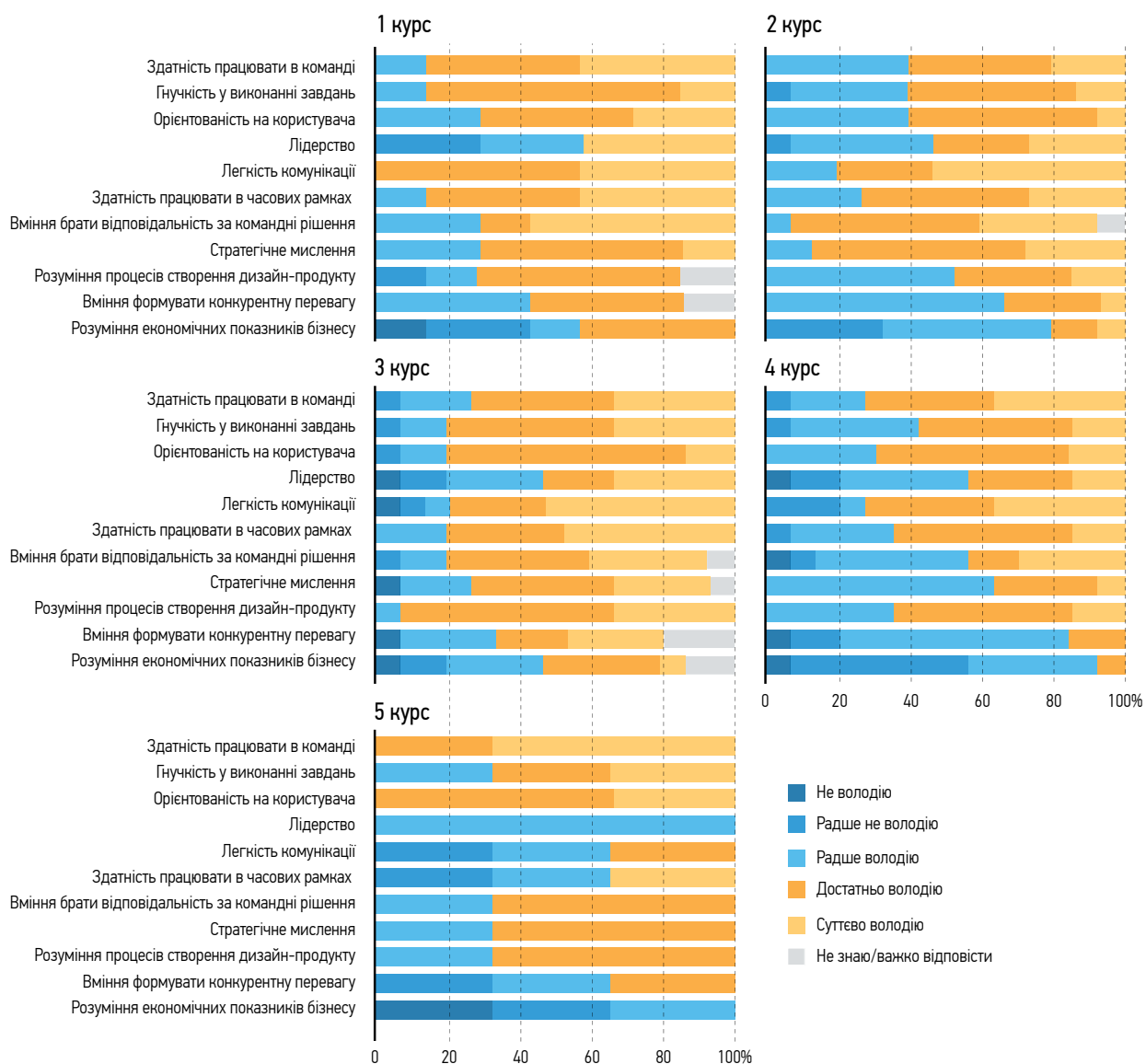
Як і в опитуванні 2019 року, більшість студентів ЛНАМ набувають досвіду роботи ще до завершення навчання, тобто зацікавлені в здобутті практичного досвіду та напрацюванні портфоліо.

Для того щоб детальніше дізнатися про те, як оцінюють свої компетенції опитані студенти, ми деталізували варіанти відповідей 2021 року.

<sup>1</sup> Відсотки розраховані як частка від загальної кількості респондентів.

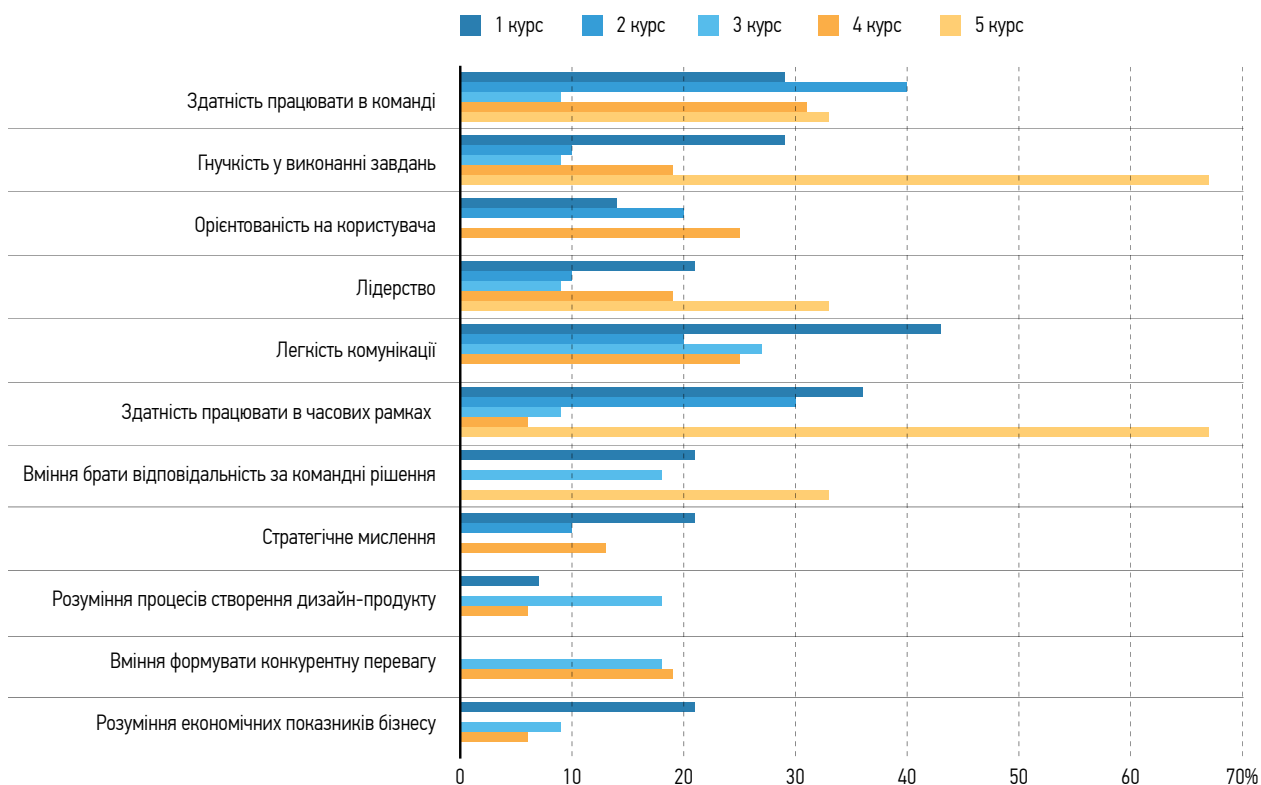
<sup>2</sup> Відсотки розраховані як частка від загальної кількості респондентів кожного курсу, які дали відповідь «так» на питання.

## Бізнес-компетенції, якими володіють студенти ЛНАМ, 2021 рік<sup>3</sup>



3 Відсотки для графіків 2019 року розраховані як частка від загальної кількості респондентів кожного курсу, які вказали «володію» на кожен варіант відповіді (вид компетенцій); відсотки для графіків 2021 року розраховані як частка загальної кількості відповідей у матричному питанні, які дані респондентами кожного курсу по кожному варіанту відповіді (види компетенцій).

## Бізнес-компетенції, якими володіють студенти ЛНАМ, 2019 рік<sup>4</sup>

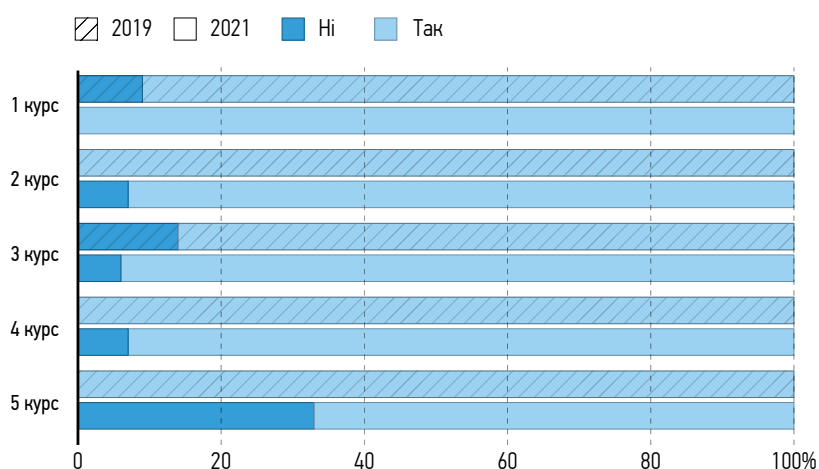


Як і в дослідженні 2019 року, бачимо, що рівень упевненості студентів у власних бізнес-компетенціях знижується із наближенням до завершення навчання. Студенти-дизайнери 1-2 курсів указують на вищий рівень володіння доволі специфічними компетенціями, ніж опитані вже практикуючі дизайнери. Тобто є важлива проблема: у студентів немає достатнього розуміння компетенцій, вони можуть про них говорити лише на основі власних уявлень і того невеликого практичного досвіду, який був отриманий за межами ЛНАМ. Тому актуальним залишається впровадження бізнес-дисциплін уже на початкових курсах навчання.

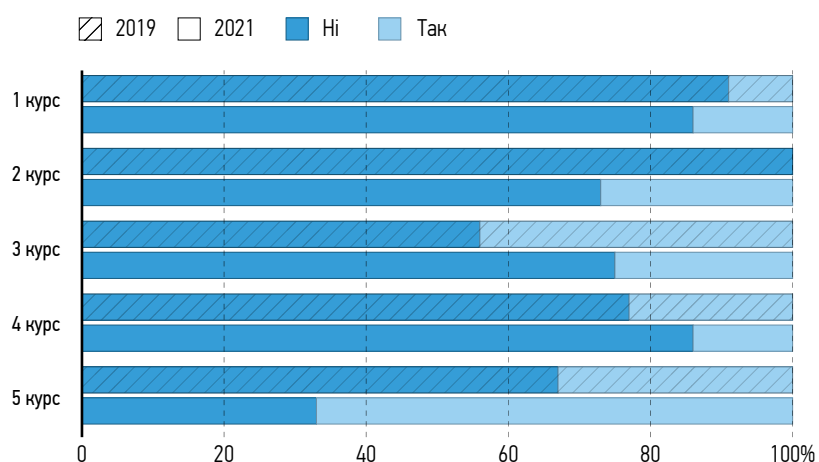
<sup>4</sup> Відсотки для графіків 2019 року розраховані як частка від загальної кількості респондентів кожного курсу, які вказали «володію» на кожен варіант відповіді (вид компетенцій); відсотки для графіків 2021 року розраховані як частка загальної кількості відповідей у матричному питанні, які дані респондентами кожного курсу по кожному варіанту відповіді (види компетенцій).

# Навчальні потреби студентів ЛНАМ

## Частка опитаних студентів-дизайнерів, які бачать потребу додаткового навчання за межами ЛНАМ<sup>5</sup>



## Частка студентів-дизайнерів ЛНАМ, які відвідують платні навчальні курси для дизайнерів у Львові<sup>6</sup>

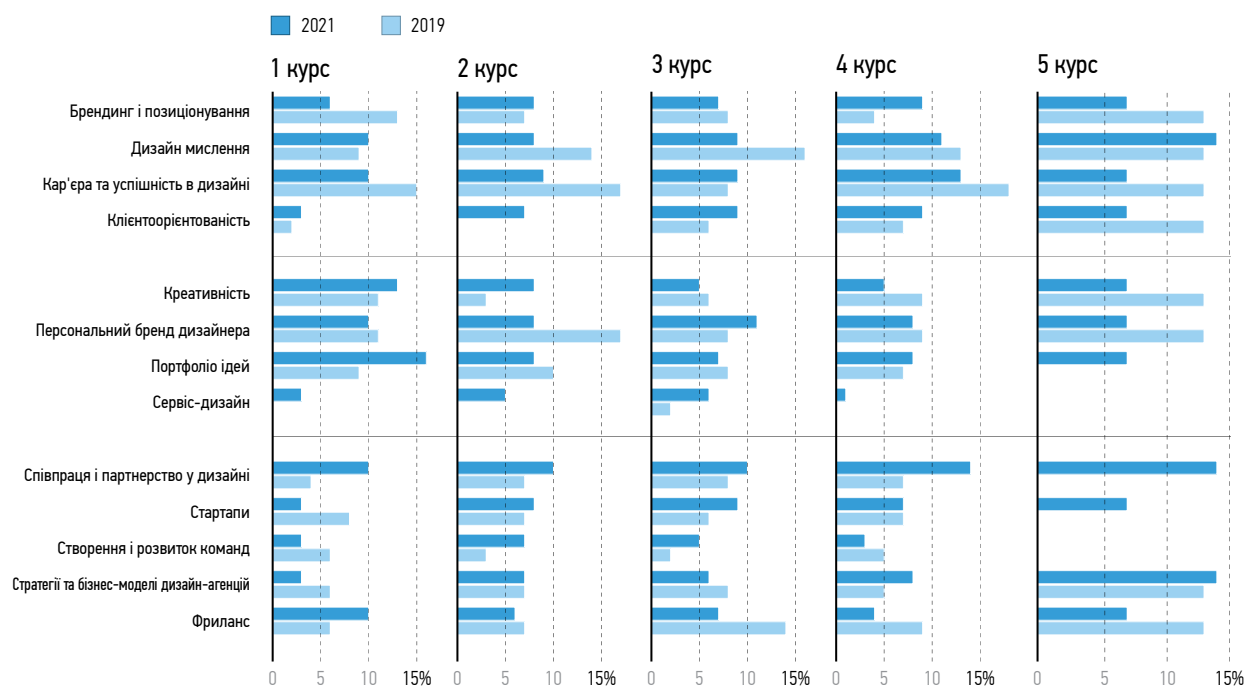


Загалом ситуація з додатковим навчанням студентів-дизайнерів не змінилася: значна більшість указує на таку потребу, однак із різних причин лише незначний відсоток відвідує платні освітні заходи. Тобто, з одного боку, не змінюється підхід до навчання й існує слабка реакція на запити студентів з боку закладів вищої освіти, з другого боку, існує закритість професійного середовища для обміну знаннями зі студентами – майбутніми дизайнерами (можливі знижки на платні курси чи квоти для кращих студентів).

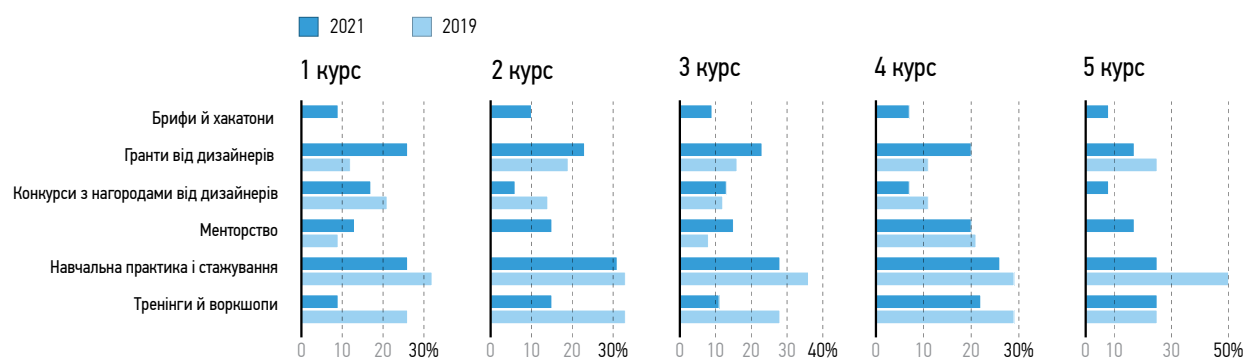
5 Відсотки розраховані як частка від загальної кількості респондентів кожного курсу, які вказали варіант відповіді «так» на питання

6 Відсотки розраховані як частка від загальної кількості респондентів кожного курсу, які вказали варіант відповіді «так» на питання

## Теми, які найбільше цікавлять студентів-дизайнерів ЛНАМ<sup>7</sup>



## Формати взаємодії з дизайнерами-практиками, які найбільше цікавлять студентів ЛНАМ<sup>8</sup>



### Основні відмінності від результатів 2019 року:

- на перший план у тематиці, яка цікавить студентів, виходять партнерство і співпраця в дизайні, дизайн-мислення, розуміння практичних процесів та підходів у дизайні стає важливішим ніж зайнятість і власне позиціонування;
- зростання зацікавленості студентів до менторства від дизайнерів.

7 Відсотки розраховані як частка від загальної кількості респондентів кожного курсу, які вказали «так» на варіанти відповіді.

8 Відсотки розраховані як частка від загальної кількості респондентів кожного курсу, які вказали «так» на варіанти відповіді.





# **СПОСТЕРЕЖЕННЯ ТА РЕКОМЕНДАЦІЇ**

# Спостереження

1. Загалом за два роки ринок дизайну у Львові залишився стабільним за структурою учасників, їхніми проектами та формою зайнятості.
2. Ринок спонукає фрилансерів-ФОПів розвивати власну справу, натомість більшість фрилансерів без ФОП не проти перейти на постійну зайнятість у компанії, вважаючи їх стабільним місцем праці, а команду кращим мотиватором розвитку.
3. Запит на дизайнерські послуги компаній Львова переважно стабільно зростає.
4. COVID-19 та пандемія найбільш деструктивно вплинули на фрилансерів за кількістю й вартістю проектів. Водночас компанії навіть розширили команди. Усі групи респондентів за цей час відмітили зростання конкуренції, а головною їхньою економічною стратегією була мінімізація постійних витрат.
5. Ключові потреби дизайнерів Львова залишилися переважно незмінними. Також не змінилася їхня думка щодо впливу обмежувальних і стримувальних факторів на ринок. Загалом екосистема підтримки дизайну впродовж двох останніх років так і залишилася на початковому етапі формування, що перешкоджає учасникам ринку швидко й ефективно задовольняти свої потреби розвитку.
6. Загальна картина володіння компетенціями залишається стабільною. Базові компетенції як фрилансери, так і дизайнери компаній опанували переважно на високому рівні. Щодо бізнес-компетенцій, то більше професіоналів та експертів є серед дизайнерів компаній, хоча розуміння економічних показників, диверсифікації продуктів і планування ресурсів є стабільно на низькому рівні обох груп респондентів.
7. На відміну від результатів 2019 року, цьогорічні респонденти бачать потребу постійно або регулярно вдосконалювати свої компетенції незалежно від поточних проектів.
8. Загальний підхід до розуміння важливості базових та бізнес-компетенцій в опитаних компаніях Львова не змінився, проте достатньо велика кількість бізнес-компетенцій дизайнерів є більше бажаною, ніж дуже важливою для дизайн-агенцій, тоді як вимоги до знань і вмінь дизайнерів зросли саме від інших компаній, де працюють дизайнери.
9. Загальний підхід до отримання компетенцій студентами-дизайнерами не змінився: вони наголошують на потребі додаткового навчання, не завжди реалістично оцінюють свої знання, намагаються напрацювати портфоліо ще до закінчення навчання. Сталася зміни в тематиці та заходах, які цікаві студентам: на перший план виходить тема партнерства в дизайні, майбутні дизайнери стали більше цікавитися менторством від практиків. Із наближенням виходу на ринок праці, студенти прискорюють удосконалення своїх компетентностей, однак роблять це за межами ЛНАМ (платять за додаткове навчання).

# Рекомендації

Оскільки ринок дизайну Львова залишається порівняно стабільним, а виявлені два роки тому проблеми й потреби є досі актуальними, вважаємо, що раніше сформовані нами рекомендації зберігають свою актуальність, а головна запорука позитивних змін і вирішення проблем – спроможність та готовність учасників екосистеми дизайну до їхньої реалізації:

## 1. Для дизайнерів:

- Просвітництво для вітчизняного бізнесу щодо переваг, можливостей та специфіки використання дизайну на різних етапах виробництва й продажу товарів та послуг (відповідальні – професійна спільнота).
- Для працевлаштування в компанії – ретельніше відстеження дизайнерами вакансій потрібних компаній на сайтах пошуку роботи.
- Надання грантів / ваучерів на інновації, співфінансування розробок для дизайнерів-фрилансерів (відповідальні – організації розвитку бізнесу, організації / інституції місцевого економічного розвитку).
- Налагодження та розвиток довготермінової співпраці дизайнерських компаній з бізнес-школами, які зможуть розробляти програми підготовки для менеджерів різних рівнів з урахуванням специфіки сфери дизайну (відповідальні – професійна спільнота).
- Створення програми підтримки для участі в міжнародних конкурсах, виставках та інших профільних заходах для дизайнерів (відповідальні – професійна спільнота, організації розвитку бізнесу, місцевого економічного розвитку).

## 2. Для студентів:

- Створення бази реальних кейсів від бізнесу для студентів-дизайнерів (відповідальні – заклади вищої освіти).
- Удосконалення навчальних програм для студентів-дизайнерів під реальні потреби ринку та викладання дисциплін з економіки та менеджменту (відповідальні – заклади вищої освіти спільно з професійною спільнотою та бізнес-школами).

# Список львівських агенцій, що надають послуги дизайну

Список складено на основі бенефіціарів проекту Lviv Design Partnership та інформації з порталу Clutch – міжнародної платформи, яка акумулює відгуки клієнтів та складає рейтинги компаній, що надають послуги в IT, маркетингу та інших бізнес-послугах. Завдяки відгукам реальних клієнтів платформа отримує інформацію про реальне місце діяльності компанії навіть за умови, якщо вона офіційно зареєстрована в іншій країні чи не вказує своєї локації.

Бізнеси подано в довільному порядку (без урахування рейтингу). Характеристики агенцій узяті з офіційних ресурсів, вони можуть не збігатися із думкою авторів. Список може доповнюватися.



## **NOME, графічний дизайн**

Команда експертів, яка з 2014 року допомагає брендам знайти себе й сформуванати відносини зі споживачами у сфері дизайну.

**Тел.:** +38 099 224 94 84

**E-mail:** hi@nome.agency

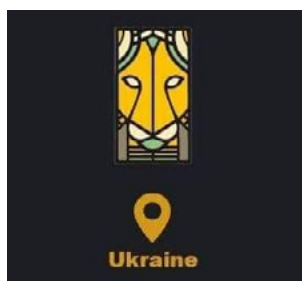


## **VITAMIN branding agency, брендинг**

Рекламне агентство Vitamin ADV, засноване 2005 року. Нині є ядром рекламного холдингу Vitamin, в якому працює близько 30 осіб. Мета агентства – розробка стратегій, ідей і креативних концепцій та їх реалізація силами холдингу.

**Тел.:** +38 067 353 34 05

**E-mail:** info@vitamin-advertising.com



## **Lion City, графічний дизайн, брендинг**

Агенція спеціалізується на комплексних рішеннях із маркетингу, продажу та розвитку компаній, які хочуть збільшити свій прибуток. Пропонує повний набір послуг — від створення бренду й реклами PPC до розробки вебсайтів і графічного дизайну.

**E-mail:** aaron@lioncityua.com



### PIXREADY, дизайн інтер'єру

Компанія охоплює весь цикл послуг із 3D-візуалізації й моделювання, щоб продемонструвати ідеї та продукти простіше, ефективніше, швидше й привабливіше.

**Тел.:** +38 063 268 75 73

**E-mail:** info@pixready.com



### Professional 3D visualization studio "CHVISUAL", дизайн інтер'єру

Студія професійної візуалізації «CH visual» – це команда творчих людей, які допомагають презентувати проекти навіть на стадії формування за допомогою реалістичних візуалізацій та відеоанімації.

**E-mail:** ch.proekty@gmail.com



### Inkration Studio, графічний дизайн

Одна із найпрофесійніших студій графічного дизайну в Європі, заснована 2013 року. Основною компетенцією є дизайн ігор та ілюстрація.

**Тел.:** +38 097 831 47 54

**E-mail:** hello@inkration.com



### EcDev Studio, вебдизайн

Український постачальник послуг вебдизайну й розробок. Спеціалізується на електронній комерції, онлайн-платформах і вебдодатках.



### StarApps, UX / UI дизайн

Мета компанії – розробка й запуск першокласних мобільних програм та вебсайтів.

**Тел.:** +38 063 569 45 69

**E-mail:** starapps@gmail.com



### Got It Agency, UX / UI дизайн

Компанія, яка замається розробкою та UX / UI дизайном.

**Тел.:** +38 063 964 03 54

**E-mail:** info@got-it.agency



### **MiblArt, графічний дизайн**

Компанія, що займається дизайном обкладинок книг. Агенція вважає, що дизайн обкладинки – один із найважливіших маркетингових інструментів, і таким чином допомагає авторам отримати з нього максимум користі.

**E-mail:** team@miblart.com



### **wscopilot, графічний дизайн, UX / UI дизайн**

Wscopilot пропонує послуги в сфері цифрового маркетингу, графічного дизайну, SEO, соціальних медіа та розробки WordPress.

**E-mail:** hi@wscopilot.com



### **Moonhauzen Studio, графічний дизайн**

Moonhauzen Animation Studio – анімаційна продакшн-студія, створена 2013 року у Львові. Спочатку фокусом роботи студії була розробка ілюстрацій і персонажів. Однак згодом із 2015-го агенція почала працювати у сфері мушн-дизайну та анімації персонажів.

**Тел.:** +38 093 253 09 93

**E-mail:** create@moonhauzen.com



### **Linnikov Agency, брендинг, дизайн упаковки, графічний дизайн, UX / UI дизайн**

Міжнародне брендингове агентство. Реалізувало понад 150 брендів по всьому світу більш ніж у 50 країнах. Близько 40 постійних потужних клієнтів.

**Тел.:** +38 073 187 77 77

**E-mail:** info@linnikov.agency



### **Bambuk Design Studio, веб-дизайн, брендинг, графічний дизайн**

Індивідуальний дизайн для досягнення конкретних цілей зі свіжим, нестандартним баченням і результатом.

**Тел.:** +38 067 208 87 56

**E-mail:** office.bambuk@gmail.com



### Happy Design Studio, брендинг, UX дизайн

Українське агентство із брендингу та цифрового дизайну. Понад 6 років створює унікальні фірмові стилі та залучає веб- і мобільний дизайн для клієнтів, щоб допомогти їм досягти успіху у своєму бізнесі.

**Тел.:** +38 096 096 70 80

**E-mail:** hi@happydesign.pro



### REDSTONE, веб-дизайн, брендинг

Компанія із понад 13-річним досвідом роботи в інтернеті. Пропонує повний цикл цифрових послуг. Основною спеціалізацією є вебсайти, дизайн, мобільна розробка й вебреклама.

**Тел.:** +38 098 151 52 85

**E-mail:** office@redstone.agency



### sine.bureau, брендинг, UX / UI дизайн, промисловий дизайн

Інженерне бюро повного циклу, яке сприяє бізнесам та стартапам запускати успішні hardware-продукти.

**E-mail:** hello@sinebureau.com



### Gentium digital agency, вебдизайн, брендинг

Маркетингове агентство повного циклу, яке надає широкий спектр послуг у сфері інтернет-маркетингу. Веброботка, дизайн і маркетинговий супровід брендів — усі digital-послуги «під ключ».

**Тел.:** +38 093 038 13 25

**E-mail:** info@gentium.agency



### Leosvit Marketing, графічний дизайн

Маркетингова агенція повного циклу, працює на ринку з початку 2006 року. Пропонує найрізноманітнішу рекламу – від дизайну візитки до комплексних рекламних кампаній із використанням будь-яких матеріалів та будь-яких видів реклами.

**Тел.:** +38 093 356 90 00

**E-mail:** info@leosvit.com

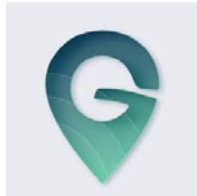


### **GM DESIGNGROUP, графічний дизайн**

Міжнародна дизайн-студія, яка спеціалізується на інноваційних рішеннях у сфері виставкового дизайну й візуальних комунікацій.

**Тел.:** +38 093 665 64 08

**E-mail:** info@gm-design-group.com



### **Geolance Tech, UX / UI дизайн**

Компанія надає послуги з вебдизайну та розробки додатків, які відповідають потребам і бюджету клієнта.

**E-mail:** info@geolance.tech

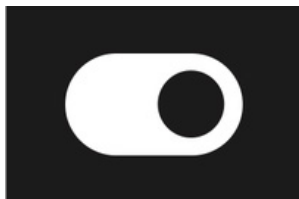


### **The Gradient, UX / UI дизайн**

Команда стратегів, дизайнерів, маркетологів і бізнес-аналітиків, які тісно співпрацюють з корпоративними новаторами та засновниками стартапів для створення, запуску й розвитку успішних цифрових продуктів.

**Тел.:** +38 066 735 42 58

**E-mail:** hello@thegradient.com



### **Selecto, UX / UI дизайн, вебдизайн**

Агентство з дизайну та розробки цифрових продуктів.

**Тел.:** +38 093 194 15 21

**E-mail:** info@selectoglobal.com



### **LinkUp Studio, UX / UI дизайн**

Компанія з розробки програмного забезпечення, орієнтована на кінцевий продукт. LinkUp Studio створює інтелектуальні цифрові продукти з привабливим дизайном і блискавичною ефективністю.

**E-mail:** info@linkupst.com



### **Cieden, UX / UI дизайн**

Агенція з цифрового дизайну та маркетингу продуктів.

**Тел.:** +38 063 854 89 99

**E-mail:** hello@cieden.com



## Excited!

### Excited, UX / UI дизайн

Дизайнерська агенція із досвідом роботи у сфері дизайну цифрових продуктів. Розробляє інтерфейси для всіх типів пристроїв.

**Тел.:** +380 93 033 95 73

**E-mail:** hello@excited.agency



### dops.digital laboratory, веб-дизайн, UX / UI дизайн

Експерти в розробці вебсайтів і додатків преміум-класу.

**Тел.:** +38 063 630 04 49

**E-mail:** andrew@dops.digital



### LaSoft, UX / UI дизайн

Компанія з розробки програмного забезпечення, яка допомагає клієнтам по всьому світу створювати надійні й стабільні продукти.

**Тел.:** +38 096 392 21 48

**E-mail:** info@lasoft.org



### DeepInspire, UX / UI дизайн

Розробники програмного забезпечення та спеціалісти UI / UX, яким подобається створювати чудові продукти та вирішувати складні проблеми.

**E-mail:** info@deepinspire.com

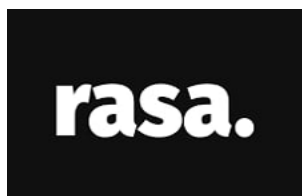


### Qubstudio, UX / UI дизайн

Агенція створює продукти, послуги та бренди для замовників по всьому світу завдяки глибоким дослідженням, чіткому дизайну, простоті спілкування й довгостроковим стратегіям.

**Тел.:** +38 097 649 70 67

**E-mail:** box@qubstudio.com



### Rasa Design Team, UX / UI дизайн

Агенція спеціалізується на дизайні продуктів для початківців і зростаючих компаній.

**E-mail:** hello@rasa.team



### ArtyGeek, UX / UI дизайн

Студія цифрового дизайну продуктів. Використовує дизайн-мислення та систематичний підхід для досягнення позитивних змін у взаємодії людського досвіду з цифровими продуктами.

**E-mail:** [hello@artygeek.com](mailto:hello@artygeek.com)



### Reflective Digital, UX / UI дизайн

Команда аналітиків і дизайнерів, які можуть перетворити бачення та ідеї клієнтів на продукти, що вирішують актуальні проблеми.



### The Roxman, UX / UI дизайн

Дизайн-агенція, зосереджена на мобільному інтерфейсі. Команда допомагає своїм клієнтам створювати акуратні, зручні й надійні мобільні програми для платформ iOS та Android.

**E-mail:** [hello@theroxman.com](mailto:hello@theroxman.com)



### QU'ARTE, UX / UI дизайн

Агенція вирішує складні завдання за допомогою бездоганного дизайну, привабливого для користувача інтерфейсу й незабутнього взаємодії з користувачем.

**Тел.:** +38 097 110 98 48

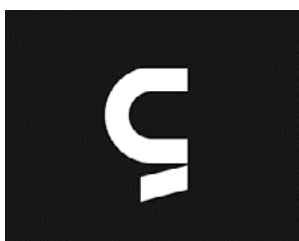
**E-mail:** [hello@quarte.design](mailto:hello@quarte.design)



### Metacarbon, UX / UI дизайн

Команда дизайнерів UI / UX, яка допомагає стартапам, бізнесам і брендам електронної комерції

**E-mail:** [hello@metacarbon.com](mailto:hello@metacarbon.com)



### Fivecube Studio, UX / UI дизайн

Агенція з 2015 року створює складні системи інтерфейсів для цифрових продуктів та мобільних додатків.

**Тел.:** +38 093 294 56 54

**E-mail:** [fivecubestudio@gmail.com](mailto:fivecubestudio@gmail.com)



**pixetic**  
design agency

### **Pixetic, UX / UI дизайн**

Агентство цифрового дизайну, орієнтоване на результат. Мета – створювати унікальні цифрові продукти, що відображають цінності та ідентичності брендів.

**Тел :** +38 067 23 046 70

**E-mail:** [hello@pixetic.com](mailto:hello@pixetic.com)



**ОТАКОУІ**

### **ОТАКОУІ, UX / UI дизайн**

Українська ІТ-компанія, що надає широкий спектр цифрових послуг. Агенція орієнтується на веб- та мобільну розробку, а також на UX / UI -дизайн.

**Тел :** +38 098 563 81 90

**E-mail:** [hello@otakoyi.com](mailto:hello@otakoyi.com)



### **NERDZ LAB, UX / UI дизайн**

Агенція пропонує розробку програмного продукту повного циклу, починаючи від створення прототипів, UX / UI дизайну користувача для перевірки MVP – і до готової для ринку розробки мобільних та вебпрограм та постійної підтримки.

**E-mail:** [supernerd@nerdzlab.com](mailto:supernerd@nerdzlab.com)



**gold web**  
solutions

### **Goldweb Solutions, UX / UI дизайн**

Компанія з веброзробки, яка має досвід у розробці UX / UI вебсайтів та мобільних додатків.

**Тел :** +38 067 675 58 37

**E-mail:** [office@goldwebsolutions.com](mailto:office@goldwebsolutions.com)



### **Ralabs, UX / UI дизайн**

Технологічне й дизайнерське агентство, що здійснює цифрову трансформацію для клієнтів.

**Тел :** +38 067 672 16 46



**teqqed.**

### **TEQQED, UX / UI дизайн**

Цифрова агенція, яка спеціалізується на перетворенні складних концепцій на прості й корисні рішення.

**E-mail:** [hello@teqqed.com](mailto:hello@teqqed.com)



### **Hochu rayu.design buro, брендинг, предметний дизайн**

Працює у двох напрямках: просторовий дизайн та комунікаційні елементи, а також предметний дизайн.

**Тел.:** +38 098 954 79 29

**E-mail:** hochurayu@gmail.com



### **Wht.agency, вебдизайн**

Агенція допомагає оптимізувати час та полегшити життя клієнтів, інтегруючи та створюючи вебсайти, додатки, вебсервіси й платформи електронної комерції.

**E-mail:** hello@wht.agency



### **ZANZARRA, UX / UI дизайн**

Розробка індивідуальних рішень для електронної комерції, LMS (системи управління навчанням) та інших складних рішень для управління контентом разом з UX / UI дизайном.

**Тел.:** +38 063 350 24 48



### **Perfsol, UX / UI дизайн**

Із 2018 року агенція надає комплексні послуги з розробки програмного забезпечення повного циклу для малого й середнього бізнесу у сфері HoReCa, Fintech і Healthcare.

**Тел.:** +38 066 138 40 01

**E-mail:** info@perfsol.tech



### **Crunch, UX / UI дизайн**

Надійна професійна компанія, що пропонує цифрові рішення й допомагає підприємствам і стартапам розширювати можливості цифрової трансформації.

**Тел.:** +38 068 186 50 92

**E-mail:** info@crunch.is



### **Redentu, UX / UI дизайн**

Професійна IT-компанія, яка пропонує UX / UI дизайн, веб- та мобільну розробку, контроль якості й послуги з управління для клієнтів по всьому світі.

**E-mail:** info@redentu.com



### **{IT}Prosteer, UX / UI дизайн**

Компанія повного циклу діяльності, що займається розробкою електронної комерції. Має 12-річний досвід реалізації великих і малих проектів електронної комерції.

**Тел.:** +38 063 243 65 65

**E-mail:** info@itprosteer.com



### **Vataga, графічний дизайн, брендинг**

Агенція, що займається графічним дизайном: розробляє логотипи та фірмові стилі, створює упаковки та вебсайти, продумує рекламні кампанії.

**Тел.:** +38 097 754 34 59

**E-mail:** hello@vataga.agency



### **Gram, брендинг, графічний дизайн**

Дизайн-агенція з повним спектром послуг, що створює стратегію та дизайн на всі платформи. Спеціалізується на брендингу, вебдизайні та дизайні додатків, упаковці, ілюстрації та ін.

**Тел.:** +38 096 463 69 34

**E-mail:** welcome@gram-branding.com



### **Leo D'uk Design, архітектурний дизайн, інтер'єрний дизайн, предметний дизайн**

Команда творчих людей, які займаються розробкою архітектурних рішень, дизайну інтер'єру та предметного дизайну.

**Тел.:** +38 068 186 50 92

**Тел.:** +38 068 202 17 58

**E-mail:** leoduk.design@gmail.com



**Марта Кобринович**  
mko@ppv.net.ua



Львівська  
національна  
академія мистецтв

**Уляна Щурко**  
u.shchurko@lnam.edu.ua

**CARDIFF**  
SCHOOL of ART & DESIGN

**Річард Морріс**  
rmorris@cardiffmet.ac.uk

За подальшим розвитком проекту Lviv Design Partnership та долученням партнерів  
слідкуйте на сайті **[www.ldp.net.ua](http://www.ldp.net.ua)** та у соціальних мережах  
**[www.facebook.com/lvivdesignpartnership](https://www.facebook.com/lvivdesignpartnership)**

Львів, 2021