

Vpeljevanje inovativnih idej na trg s pomočjo oblikovanja

SEE o politikah,
knjižica 4

Junij
2011—



Stran /03	Povzetek
Stran /04	Uvod
Stran /06	Prvi del: > Vloga oblikovanja v razvojnih procesih novega izdelka in storitve
Stran /10	Drugi del: >> Programi podpore oblikovanju za razvoj novega izdelka in storitve
Stran /14	Tretji del: >>> Programi podpore oblikovanju znotraj nacionalnih oblikovalskih sistemov
Stran /18	Zaključek

Ta knjižica je rezultat projekta SEE, mreže enajstih oblikovalskih organizacij v Evropi, ki preučujejo, kako vključiti oblikovanje v regionalne, nacionalne in evropske politike. To je zadnja od štirih knjižic, ki so izšle med letoma 2009 in 2011. Projekt SEE sofinancira Evropski sklad za regionalni razvoj v okviru programa INTERREG IVC.

Uredniki:

Anna Whicher, Dr Gisele Raulik-Murphy in Gavin Cawood (Design Wales)

Skupina SEE za raziskavo politike:

Design Wales (Velika Britanija), Estonian Design Centre (Estonija), Aalto University School of Art and Design (Finska), Centre for Design Innovation (Irska) in Muzej za arhitekturo in oblikovanje (Slovenija)

Oblikovanje in grafično izdelavo uskladi:

Centre for Design Innovation (Irska)

Oblikovanje:

Farfela Design, Marta Slawinska (info@farfela.com)

Zahvale:

Posebna zahvala gre Paulu Thurstonu (Design Wales) za njegov prispevek.

Slovenski prevod:

Izdal: Muzej za arhitekturo in oblikovanje

Urednik: Nikola Pongrac

Prevod v slovenščino: Prevajanje.net, d.o.o.

Lektoriranje: Katja Paladin

Oblikovalska izvedba slovenskega prevoda: Barbara Šušteršič

Reprodukcija delov besedila te knjižice je dovoljena brez predhodne pridobitve dovoljenja partnerjev SEE pod pogojem, da je vir jasno naveden.

Kontakt: Design Wales

Western Avenue, UWIC, Cardiff, CF5 2YB, UK

T: +44 (0)29 2041 7028 F: +44 (0)29 2041 6970 / info@seeproject.org / www.seeproject.org



Od oktobra 2010 dalje se oblikovanje izpostavlja kot prednostna naloga splošnega političnega cilja Evropske komisije "Evropa 2020 - vodilna pobuda Inovacijske unije". Tu Evropska unija povzema splošen pojem inovativnosti, v katerem je oblikovanje opredeljeno kot spodbujevalec razvoja izdelkov, storitev, procesov in modelov, ki dodajajo vrednost za uporabnike ter ponujajo kopico možnosti za novo rast in nova delovna mesta.¹ V tem kontekstu je oblikovanje "ključna panoga in aktivnost, ki vpeljuje ideje na trg in jih spreminja v izdelke, ki so privlačni in prijazni za uporabnike".²

Peter Dröll, vodja enote na Generalnem direktoratu Komisije za podjetništvo in industrijo (European Commission Directorate-General for Enterprise & Industry, op. ured.), je v flamskem parlamentu na konferenci o politiki, inovativnosti in oblikovanju, ki je bila del projekta SEE, v svojem govoru povedal, da je "v tej viziji zaželeno, da ima strateško oblikovanje skupno mesto v vseh politikah, ki se nanašajo na inovacije. Dandanes so naše politike še vedno preveč osredotočene na tradicionalno podporo oblikovanju. Naša vizija je, da bi bilo v letu 2020 oblikovanje popolnoma priznано, znano in prepoznano kot element inovacijske politike po vsej Evropi - na evropski, nacionalni in regionalni ravni."

S tem ko je oblikovanje uvrščeno na politični dnevni red, bodo snovalci politike po vsej Evropi raziskali, kako se lahko oblikovanje

spopade z izzivi v industriji, storitvenem sektorju in družbi. Toda brez preverjanja trenutne prakse po Evropi tvegamo, da bomo izgubili ključne priložnosti za konsolidacijo oblikovalskih prispevkov za konkurenčnost in inovativnost v naših regijah. Zato četrta knjižica projekta SEE okvirno predstavlja vlogo oblikovanja pri vpeljevanju inovativnih idej na trg.

> Prvi del prikazuje, da ni pomembno le to, da se oblikovanje občasno vključi v inovacijski proces, ampak da lahko sodeluje v celotnem procesu - od zasnove novega izdelka oziroma storitve do razumevanja potreb uporabnikov, uporabe in ravnanjem z izdelkom po koncu njegove življenjske dobe. Izdelki, ki so se na konkurenčnih trgih izkazali za najuspešnejše, so tisti, ki so integrirani v napredno uporabniško izkušnjo z inteligentnimi storitvami, ki izdelku dajejo dodano vrednost.

>> Da bi podjetjem, še posebno malim in srednje velikim podjetjem, olajšali vpeljevanje ideje na trg, vlade vedno več vlagajo v programe podpore oblikovanju in se, kot je navedel Dröll, odmikajo od tradicionalne podpore za inovacije. Drugi del opisuje koristi oziroma znanja, pridobljena v projektu SEE: ta je uvajal programe podpore oblikovanju, ki so se osredotočali na pomoč industriji za razvoj novih izdelkov in storitev.

>>>

Tretji del opisuje vlogo programov podpore oblikovanju znotraj širšega nacionalnega sistema za oblikovanje z drugimi elementi, tako da skupaj tvorijo nacionalne ali regionalne oblikovalske vire in akterje. Določanje regionalnih in nacionalnih sistemov za oblikovanje lahko nosilec odločanja omogoča prepoznavanje pomanjkljive interakcije med ključnimi akterji v sistemu, zaradi katere prihaja do slabega koriščenja oblikovanja v industriji.

Upamo, da pregled oblikovanja v kontekstu razvoja novega izdelka ali storitve ter nacionalnih in regionalnih sistemov primerno prikazuje prispevek oblikovanja kot strateške discipline h konkurenčnosti, družbeno-ekonomskemu razvoju ter razvoju inovacij. Pri tem poskušamo priskrbeti okvir za snovalce politike, da bi razumeli potencialno vlogo oblikovalskih posegov v regionalnem ali nacionalnem kontekstu.

Evropska komisija si je kot del Evropske strategije 2020 zastavila tri med seboj povezane cilje; to so pametna, trajnostna in vključujoča rast. Dr. R. Buscher, vodja enote za kreativne industrije pri podjetju DG Enterprise and Industry, je na konferenci Oblikovanje in učenje (Design and Learning) v Bruslju novembra 2010 dejal, da oblikovanje lahko prispeva k vsem trem dejavnikom. Od oktobra 2010 dalje oblikovanje velja za prioriteto vodilne pobude Inovacijske unije Evropske komisije pri vpeljevanju dobrih idej na trg.³

Del cilja projekta SEE je predstaviti strateško vlogo oblikovanja regionalnim in nacionalnim snovalcem politike. Da bi prikazali, kako lahko oblikovanje na trg vpelje inovativne izdelke in storitve, je enajst partnerjev projekta SEE povabilo svoje regionalne vladne predstavnike na četrto delavnico projekta SEE, ki je potekala v Cieszynu na južnem Poljskem 4. in 5. novembra 2010.

V gradu Cieszyn so se na dogodku zvrstile predstavitve vodilnih evropskih programov za oblikovanje in inovacije, na interaktivnih sejah pa so izvajalci oblikovanja in snovalci politike izmenjevali mnenja. Tema je bila izbrana na podlagi enega izmed ciljev pobude Regije za gospodarsko spremembo (Regions for Economic Change):

“Hitrejša vpeljevanje inovativnih idej na trg: mala in srednje velika podjetja vedno bolj delujejo na mednarodnih trgih in se morajo hitreje prilagoditi globalnemu razvoju. Možnost, da osvojijo nove tehnologije in metode (ki se pogosto razvijejo s pomočjo raziskav), pa je ključ za konkurenčnost, čeprav še vedno obstaja vrsta zaviralnih dejavnikov.”⁴

Vsi predstavniki vlad, ki so se udeležili delavnice, do neke mere podpirajo mala in srednje velika podjetja in razumejo izzive, s katerimi se srečujejo, vendar so vseeno želeli

izvedeti več o tem, kako in kje jim lahko oblikovanje pomaga pri konkurenčnosti.

Tako so na delavnici izvedli serijo interaktivnih vaj, ki so združevale področja, s katerimi se ukvarjajo vladni predstavniki in partnerji projekta SEE; z njimi so skušali odgovoriti na naslednja vprašanja: kako inovativne ideje dosežejo trg in kje v razvojnem procesu je prostor za poseg oblikovanja? Kakšne so omejitve in prednosti, ki jih mala in srednje velika podjetja srečujejo pri uporabi oblikovanja? Kakšne vrste programov lahko vlade uvedejo, da bi tem podjetjem olajšale izkoriščanje oblikovalskih virov? Katere ustanove in programi za podporo oblikovanju, promocijo, izobrazbo in politiko so potrebni v vsaki partnerski regiji projekta SEE (ali katere komponente so del njihovega nacionalnega/regionalnega sistema)? Kako nacionalni sistem za oblikovanje komunicira z nacionalnim sistemom za inovacije? Ali je sedanj sistem ugoden in podjetjem omogoča vpeljevanje inovativnih idej na trg?

Z vsem tem v mislih je v prvi točki delavnice vsak partner projekta SEE predstavil primer, kako je bila inovativna ideja vpeljana na trg (skoraj v vseh primerih) s pomočjo programa podpore oblikovanju. Primeri so obsegali različne dejavnosti, od športne opreme do bioplastičnih materialov in medicinskih pripomočkov ter javnih storitev. Udeleženci so nato v vsakem primeru raziskali obseg razvojnega postopka novega izdelka ali storitve, da bi dobili vpogled v različne stopnje, potrebne za vpeljavo nove ideje na trg. Komponente različnih modelov so nato razdelili na ključne stopnje; predstavljene so na sliki 1 (na naslednji strani).



Tematska delavnica projekta SEE “Vpeljevanje inovativnih idej na trg s pomočjo oblikovanja”, Cieszyn (Poljska) november 2011

³ Sporočilo Evropske komisije, “Europe 2020 Flagship Initiative Innovation Union (Evropa 2020 – vodilna pobuda Inovacijske unije)”, SEC (2010) 1161, Bruselj, str. 13.

⁴ Regije za gospodarsko spremembo je pobuda Evropske komisije, ki se trudi povečati prenos dobre prakse v regionalnem razvoju s posebno pozornostjo na inovacijah kot delu strategije EU 2020, http://ec.europa.eu/regional_policy/cooperation/interregional/ecochange/index_en.cfm.



Slika 1: Ključne stopnje v razvoju novega izdelka ali storitve

Po pregledu več izrazitih modelov v skupinah so predstavniki partnerjev SEE in regionalnih vlad za vsak primer oblikovali razvojni proces za izdelek ali storitev in osvetlili, na katerih stopnjah procesa je oblikovanje igralo pomembno vlogo. Skupina je spoznala, da ima lahko oblikovanje pomembno vlogo v vseh stopnjah razvoja izdelka, toda ne nujno za vse stopnje in vsak izdelek. Namesto tega ima vsak razvojni proces izdelka ali storitve korist od oblikovanja na različnih stopnjah. Vloga oblikovanja pri razvoju novega izdelka ali storitve je obravnavana v prvem delu te knjižice.

Kljub primerom partnerjev SEE, ki kažejo, kako oblikovanje pripomore k večji konkurenčnosti izdelka ali radikalno izboljšani storitvi, mala in srednje velika podjetja pri uporabi oblikovanja še vedno pogosto naletijo na ovire. Glede na razvojne procese storitve ali izdelka, ki so jih skupine izdelale, so morali udeleženci opredeliti največje ovire za podjetja, ki so že začeli proces oblikovanja. Vlade so mnenja, da gre pri tem, da mala in srednje velika podjetja ne zmorejo uporabiti

prednosti oblikovalskih virov, za neuspešnost trga. Drugi del knjižice obravnava izzive, ki jih podjetja srečujejo pri uporabi oblikovanja, ter vrste programov, ki jih lahko uvedejo vlade, da bi spodbudile uporabo oblikovanja.

Udeleženci delavnice so nato skušali razumeti, kakšno vlogo imajo strokovnjaki s področja oblikovanja ter oblikovalski programi v njihovem nacionalnem sistemu, tako da so grafično prikazali povezave med različnimi akterji in institucijami. Načrtovanje nacionalnih in regionalnih sistemov za oblikovanje je temeljilo na pristopu Raulik-Murphy. Nacionalni ali regionalni sistem za oblikovanje temelji na številnih komponentah, kot so izobraževanje, promocija in podporne organizacije, viri financiranja, snovalci oblikovalskih politik, raziskovalne in razvojne ustanove ter strokovna združenja. Vsak partner projekta SEE je bil razporejen v skupino skupaj s svojim regionalnim ali nacionalnim vladnim predstavnikom, da bi skupaj začrtala strukturo nacionalnega ali regionalnega oblikovalskega sistema. Vaja je oblikovalcem politike pomagala prepoznati

pomembno prekrivanje in povezave med ustanovami, ki se ukvarjajo z oblikovanjem, oziroma ugotoviti pomanjkljivosti pri zagotavljanju podpore oblikovanju. Izsledki vaje so predstavljeni v tretjem delu knjižice. Sistemski pristop pri razvoju oblikovalskih politik bi zagotovil bistven premik pri utemeljitvi prihodnjih oblikovalskih posegov, če bi ga uvedle vse regije.

Knjižica je torej razdeljena na tri dele, ki obravnavajo oblikovanje v razvojnem procesu novega izdelka ali storitve, programe podpore oblikovanju v kontekstu podpore za inovacije in nacionalne oblikovalske sisteme. Vsakemu delu je za ilustracijo dodana študija primera. Publikacija želi snovalcem politike po vsej Evropi prikazati primere, ki kažejo na vlogo oblikovanja pri vpeljevanju inovativnih idej na trg in osvetliti, kako oblikovanje podpira širše inovacijske strategije. Za namene publikacije smo uporabili opredelitev oblikovanja, ki jo predlaga Evropska komisija:

Oblikovanje je orodje za uresničitev inovacij. Pomeni aktivnost zasnove in razvoja načrta za nov ali bistveno izboljšan izdelek, storitev ali sistem, ki zagotavlja najboljšo povezavo s potrebami, željami in sposobnostmi uporabnika ter omogoča upoštevanje vidikov ekonomskega, socialnega in okoljskega trajnostnega razvoja.⁵

Prvi
del

Vloga oblikovanja v razvojnih procesih novega izdelka in storitve

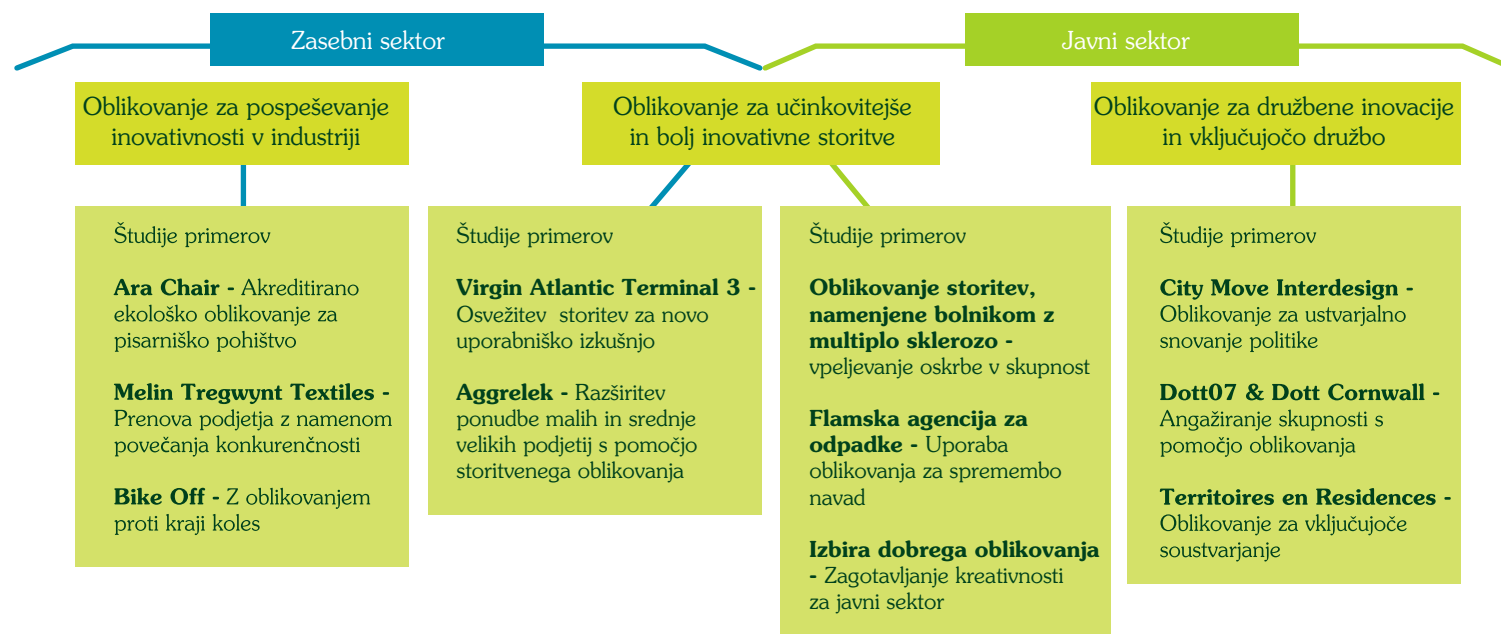


Inovacijska unija poudarja, da mora Evropa "razviti svoj posebni pristop k inovativnosti, graditi na svojih prednostih in kapitalizirati svoje vrednote s tem, da sledi širšemu inovacijskemu konceptu". Ta širši koncept vključuje oblikovanje kot spodbujevalca inovacij tako v zasebnem sektorju (vpeljevanje inovativnih idej na trg v obliki izdelkov, procesov, storitev in sistemov) kot v javnem sektorju (učinkovitejše javne storitve in boljša komunikacija z državljanji glede njihovih

potreb). Študije primerov iz projekta SEE o tem, kako oblikovanje spodbuja inovativnost v industriji, storitvah in družbi, so predstavljene na sliki 2.

Oblikovanje je, tako kot inovativnost, širok pojem. Navadno je napačno in preozko razumljeno kot stiliranje, čeprav se vedno bolj opredeljuje s širšimi pojmi, kot je npr. "strateška intervencija". Kot tako lahko spremeni tehnologijo v funkcionalne, okolju

prijazne ter zaželjive izdelke; prepozna neučinkovitosti v procesih in jih preoblikuje, tako da je središče procesa uporabnik; razširi ponudbo podjetja z razvojem novih storitev v zvezi z izdelkom in združi kompleksne informacije v uporabniku prijazne sisteme. S tem ko v središče oblikovalskega pristopa postavi uporabnika, oblikovanje ponudi rešitve, ki so vključujoče in služijo namenu. Oblikovanje vključuje celo vrsto metod. Pri razvijanju razumevanja inovativnosti, ki



Več o zgornjih študijah primerov lahko preberete na: www.seeproject.org/casestudy

Slika 2: Kako oblikovanje pripomore k spremembam



jo spodbuja oblikovanje, se bodo snovalci politike verjetno srečali z naslednjimi izrazi:

> **Porajanje idej** - Uporaba vizualnih tehnik za zbiranje idej in možnosti za začetek procesa prednostnega razvrščanja in izločanja idej vse do najboljše rešitve. Tehnike uporabljajo vizualizacijo kot glavni zaznavni proces, ki lahko povzame številne raznolike informacije za veliko število deležnikov.

> **Poglobitev** - Razumevanje, da je pri oblikovanju glavni pojem uporabnik, tako da zgodnja faza pogosto vključuje etnografsko raziskavo za pridobitev strateškega vpogleda v ciljno skupino ali trg. To omogoča oblikovalcem prepoznavanje priložnosti in izzivov pri opredelitvi izdelka ali storitve. Posledično končni rezultat odseva najboljše razmerje med uporabniškimi potrebami in željami.

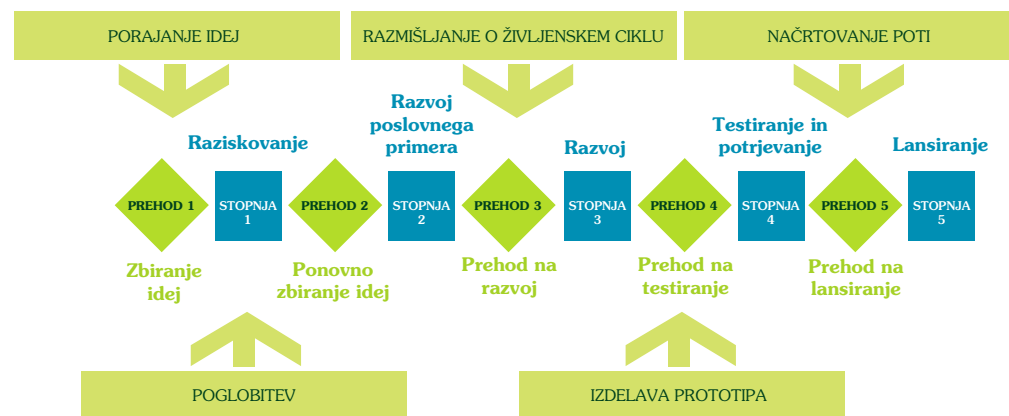
> **Razmišljanje o življenjskem ciklu** - 80 % vpliva izdelka ali storitve na okolje je določenega na oblikovalski stopnji. Oblikovalci lahko okoljevarstveni dejavnik v življenjski cikel izdelka vključijo tako, da izberejo prave materiale, ali tako, da zmanjšajo ogljični odtis storitve ali izdelka.

> **Izdelava prototipa** - je ključna stopnja pri razvojnem procesu novega izdelka ali storitve; z uporabo oblikovalskega pristopa, ki analizira uporabniško interakcijo z izdelkom ali storitvijo, se lahko postopek izogne kasnejšim pomanjkljivostim v smislu uporabnosti, funkcije in oblike.

> **Načrtovanje poti** - zagotavlja, da je uporabniška izkušnja v zvezi z izdelkom in storitvijo, ki je povezana z njim, dosledno visoka, in sicer z ocenjevanjem vseh točk, kjer uporabnik stopi v stik s podjetjem; pri trženju, kakovosti embalaže, poprodajni službi in zaključku življenjskega cikla izdelka.

Oblikovanje lahko deluje na vsaki stopnji razvojnega procesa novega izdelka od zasnovane prek razvoja do lansiranja in konca življenjskega cikla. Cooper in drugi⁶ so razvili *stopenski prehodni postopek* (stage gate process) za razvoj novega izdelka in storitve, pri katerem podjetje, ki vpeljuje novo idejo na trg, ne sme preiti na naslednjo stopnjo

procesa, dokler niso izpolnjeni pogoji "prehoda". Takšni postopki so se razvili za zmanjšanje tveganja pri razvoju novega izdelka ali storitve. Okviri za dialog (izoblikovani na podlagi izkušenj partnerjev SEE), ki so dodani Cooperjevemu modelu na sliki 3, kažejo, kje je dodana vrednost, ki jo procesu zagotovi oblikovanje.



Slika 3: Cooperjev stopenski prehodni postopek za izdelek in vloga oblikovanja



Naslednja študija primera prikazuje, kako je majhno podjetje v naprednem proizvodnem sektorju iz Swanseaja v južnem Walesu uvedlo portfelj razvojnih investicij za storitve in izdelke prek posega, ki jim je pomagal prepoznati možnosti, ki jih imajo storitve in izdelki, z uporabo tipičnih tehnik storitvenega oblikovanja.

Študija primera:
Storitveno oblikovanje v podjetju
Aggrelek

Aggrelek izdeluje enote za elektrokemično obdelavo vode za podjetja, kot sta Shell in Corus; njihovi izdelki prečiščujejo velike količine kontaminirane vode. Podjetje deluje v Swanseaju v južnem Walesu in zaposluje pet ljudi. Tako kot številna druga mala podjetja v proizvodnem sektorju je Aggrelek rasel in se dokazal s svojo tehnično strokovnostjo. Njihovo tehnično znanje jim je omogočilo, da so konkurirali in razvijali svoj inovativni izdelek z nekaterimi ključnimi strankami. "Toda za novo podjetje, ki uvaja novo tehnologijo, je to še vedno lahko težak boj," je pojasnil direktor družbe Phil Morgan.

Mala in srednje velika podjetja so sodelovala pri programu storitvenega oblikovanja, ki ga je za waleško vlado izvedla organizacija Design Wales. Vsi člani podjetja, od vodstva do tehničnega osebja, so sodelovali z organizacijo Design Wales, da bi začrtali tipično uporabnikovo pot in prepoznali ključne točke, ki pomembno vplivajo na uporabnikovo izkušnjo: prikaz dobre prakse, trenutne težave in morebitne izboljšave. Ključni elementi v storitvenem oblikovanju so točke, kjer se uporabniki srečajo z izdelkom ali storitvijo. Z osredotočenjem na te točke je bil dosežen največji potencial za vpliv in podjetje je lahko

prepoznalo, kje lahko v svojem poslu doseže strateško spremembo.

Design Wales je v tem procesu vodstvu podjetja zagotavljal podporo in mu svetoval o uporabi oblikovalskih metod, kot so **porajanje idej, poglobitev, trženje blagovne znamke in izdelava prototipa storitve**. Aggrelek je razvil številne koncepte storitev, ki so jih testirali s strankami in jih vpeljali na trg. Splošni rezultati so bili naslednji:

- > podjetje je vložilo 50.000 funtov v raziskovalno in razvojno dejavnost, da bi dobilo vpogled v polni potencial svojega izdelka;
- > skupina je pregledala poslovni načrt in zaposlila osem novih ljudi;
- > podjetje se je odločilo za poizkus predrugačenja blagovne znamke, da je opredelilo svoj položaj na trgu;
- > na trg so lansirali tri nove izdelke in štiri nove storitve;
- > njihova nova storitev je v prvih dveh mesecih po lansiranju pridobila 100.000 funtov od prodaje;
- > svojo izboljšano storitev so zaščitili z blagovno znamko.

Za več informacij obiščite:

www.testyourservice.co.uk
[ali www.designwales.org](http://ali.www.designwales.org)



Skupina Aggrelek v tovarni v Swanseaju, južni Wales



Drugi
del

Programi podpore oblikovanju za razvoj novega izdelka in storitve



Evropska komisija je uvidela moč evropskih kreativnih industrij in njihov potencial za ustvarjanje nove rasti in delovnih mest prek inovativnosti; še posebej poudarja prispevek oblikovanja za mala in srednje velika podjetja. Kljub temu študije kažejo, da mala in srednje velika podjetja ne uporabljajo dovolj oblikovalskih storitev. Na delavnici projekta SEE na Poljskem so partnerji projekta in vladni predstavniki prepoznali številne ovire, ki jih ta podjetja srečujejo pri uporabi oblikovanja:

>> Pomanjkanje izkušenj in sredstev za upravljanje oblikovanja

Za tovrstna vlaganja se po navadi odloča direktor družbe ali manjša skupina vodstva; podjetja po navadi nimajo dovolj sredstev (časa ali ljudi), da bi pogodbeno zaposlili oblikovalske strokovnjake ali razvili oblikovalsko skupino znotraj podjetja. Direktorji si lahko le redko privoščijo korak onkraj vsakodnevnega vodenja podjetja, da bi prepoznali, kje bi pravzaprav morala biti opravljena strateška oblikovalska intervencija.

>> Pomanjkanje zavedanja o obsegu oblikovanja

Ne samo med direktorji malih in srednjih podjetij, tudi med vodji večjih podjetij in snovalci politike vlada pomanjkanje zavedanja in razumevanja o pomenu oblikovanja. Oblikovanje pogosto razumejo preozko, zgolj kot razvoj izdelka, namesto da bi ga videli kot strateško disciplino, ki lahko deluje na vseh stopnjah uporabniške izkušnje, pa tudi organizacijske kulture v podjetju.

>> Pomanjkanje razumevanja donosnosti naložbe v oblikovanje

Slednjič je tu pomanjkanje razumevanja o končnem rezultatu investicije v oblikovanje, saj je njeno donosnost še vedno težko izračunati, zaradi česar v malih in srednje velikih podjetjih neradi sprejmejo tveganja, povezana s tem kompleksnim in negotovim pristopom.

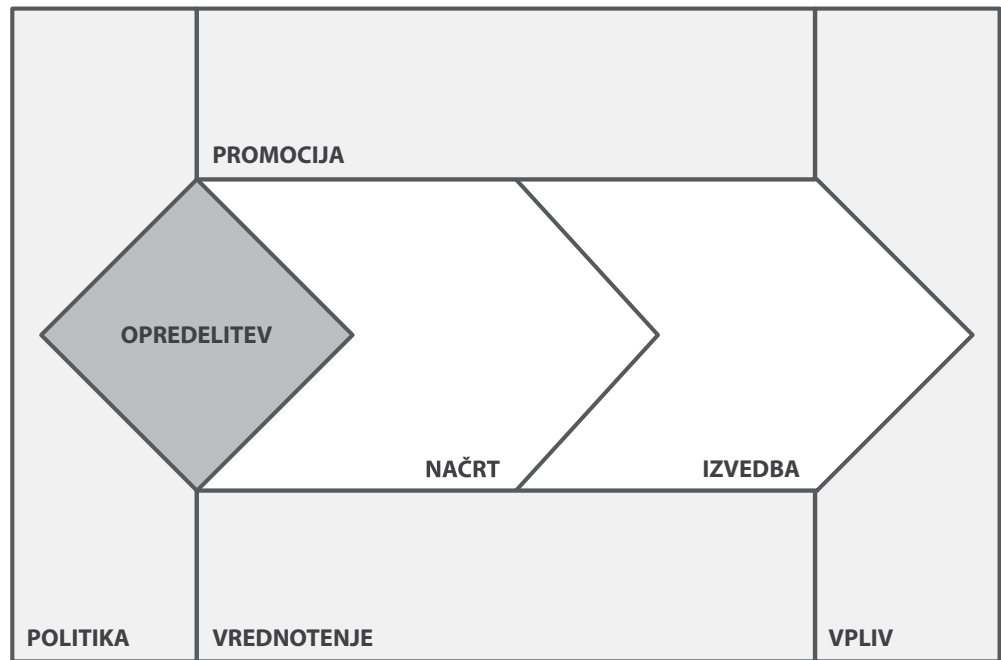
Ti izzivi, ki malim in srednje velikim podjetjem preprečujejo, da bi se seznanila z oblikovalskimi viri, pomenijo neuspešnost trga, ki jo vlade skušajo popraviti z uporabo različnih pristopov v okviru podpornih programov za inovacije. Vladna podpora podjetjem večinoma pomaga pri konkurenčnosti, kar posledično privede do izboljšanja gospodarstva, večjega števila delovnih mest in boljše obdavčitve. Tradicionalno se je podpora vlade osredotočala na raziskovalno dejavnost, tehnologijo in proizvodnjo. Trenutno pa se razvija nova generacija programov podpore oblikovanju, ki bo odsevala širšo definicijo inovativnosti in oblikovanja.

Projekt SEE je zbiral primere programov podpore oblikovanju z vsega sveta. Dosegljivi so na spletni strani projekta SEE: www.seeproject.org/casestudy. Partnerji projekta SEE so vodili tudi dve delavnici: ena je preučevala donosnost investicije v programe podpore za oblikovanje (za več informacij gl. knjižico SEE o politiki 3 - Vrednotenje oblikovanja), druga pa je obravnavala razvoj programov podpore za oblikovanje (za več informacij gl. publikacijo SEE Razvoj naslednje generacije programov podpore oblikovanju).⁷ Pri izmenjavi izkušenj med partnerji projekta SEE pri izvajanju programov podpore oblikovanju so se pojavile številne pomembne točke. Organizirali smo jih pod sedem ključnih naslovov, ki temeljijo na poslovnem podpornem orodju,⁸ ki sta ga razvila Knecht in Ball posebej za delavnico projekta SEE v Talinu, da bi pripomogla k razvoju novih modelov oblikovalske podpore:



⁷ Obe publikaciji sta dostopni na: www.seeproject.org/publications.

⁸ Poslovno podporno orodje so razvili z namenom, da bi olajšali delo na delavnici projekta SEE o razvoju naslednje generacije programov podpore oblikovanju (Talin, december 2010), kar je opisano tudi v publikaciji SEE z istim naslovom in dosegljivo na spletni strani projekta SEE: www.seeproject.org/publications.



Licenca: <http://creativecommons.org/licenses/by-sa/3.0/>

Designmine Ltd. & Verticalbones Ltd., 2010

Slika 4: Poslovno podporno orodje

POLITIKA

- >> Preprijčajte se, da je program v skladu s prioritetaми vladne politike in ukrepov.
- >> Vzpostavite dober dialog z vladnim oddelkom in izvajalsko organizacijo, da boste dvignili zavedanje o pomenu oblikovanja za inovativnost ter zagotovili učinkovito komunikacijo in poročanje o rezultatih programa za razvoj politike.

OPREDELITEV

- >> Zagotovite podporo tako oblikovalcem (ponudnikom) kot industriji (povpraševalcem), saj lahko razkorak med njimi vpliva na uspeh programa.

- >> Pridobite podatke o izkušnjah iz drugih držav, ki so izvajale programe podpore, in preverite možnost prenosa njihovih izkušenj v drug (svoj) nacionalni kontekst.

NAČRT

- >> Vzemite si čas in raziščite pripravljenost strank in podporo vodstva podjetja, saj je slednja ključnega pomena za vpletenost podjetja v program.
- >> Začrtajte stopnje in procese v programu za stranko, tako da bo lahko razumela pot, ki jo začinja, in vedela, kaj se pričakuje od udeležencev.

IZVEDBA

- >> Spodbujajte aktiven dialog med podjetji in oblikovalci za promocijo mreženja in poslovnih priložnosti.
- >> Gradite na lokalnih izvajalskih možnostih in izkoristite regionalne ali nacionalne vire in sredstva.

VREDNOTENJE

- >> Vgradite ocenjevanje v program že na samem začetku, vključno z oceno ciljev (kakovost) in rezultatov programa (vpliv) - tako s kvantitativnimi kot s kvalitativnimi merili.
- >> Poskrbite, da bodo merila sistematična ter da se bo ocenjevanje izvajalo redno, na začetku, na sredini, ob zaključku programa in še pozneje.

PROMOCIJA

- >> Za dosego dviga zavedanja o oblikovanju sodelujte z javnimi in zasebnimi organizacijami.
- >> Razvijajte študije primerov z namenom vplivanja na oblikovalsko intervencijo, dostopno za vrsto različnih občinstev.

VPLIV

- >> Preprijčajte se, da rezultati ocenjevanja vključujejo vpliv in povratne informacije za izboljšanje programa.
- >> Preprijčajte se, da program ustvarja znanje, ki bo ostalo v državi oziroma regiji, in skrbite za zapuščino programa, da boste lahko še naprej promovirali njegove rezultate snovalcem politike.



V prvem delu študija primera opisuje, kako lahko podjetje izkoristilo prednost oblikovanja. To je bilo mogoče, ker se je vključilo v poslovni podporni program organizacije Design Wales, ki je direktorje podjetja seznanilo s konceptom storitvenega oblikovanja. V tem delu predstavljamo, kako program deluje, in dokazujemo, da storitve vedno bolj postajajo središče podpore za inovacije.

**Študija primera:
Program storitvenega oblikovanja
(Wales, Velika Britanija)**

Design Wales izvaja program storitvenega oblikovanja za waleško vlado in uporablja storitveno oblikovanje kot orodje za gospodarsko rast v sektorju naprednih materialov in proizvodnem sektorju. Program se je začel izvajati julija 2010 in

	Cilj	Realizacija cilja v prvih šestih mesecih
Kazalci uspešnosti		
Seminarji	52	21
Diagnostični pogovori	225	72
Kazalci vpliva		
Št. podjetij, ki smo jim pomagali	90	14
Registrirani izdelki, storitve ali procesi	20	4
Lansirani novi ali izboljšani izdelki, storitve ali procesi	75	20
Ustvarjena delovna mesta	35	9
Pridobljena naložba v raziskovalno in razvojno dejavnost	£150,000	£50,000
Zagotovljeno financiranje	£28,000	£4,300

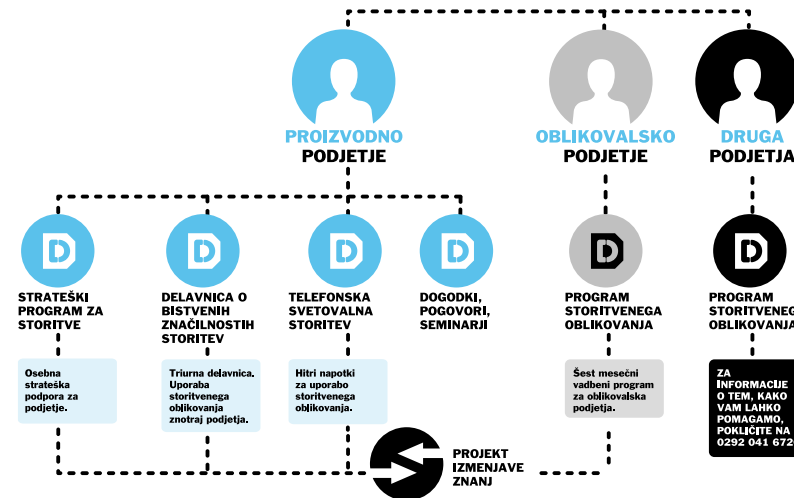
Slika 5: Cilji in dosežki projekta

bo trajal do maja 2013. Program želi vplivati tako na ponudbo kot na povpraševanje z vzpostavitvijo potreb med waleškimi proizvajalci in strokovnjaki za storitveno oblikovanje. Cilj je sodelovati z 90 podjetji na strateški ravni. Ključni kazalci uspešnosti programa so mešanica kazalcev rezultatov (število seminarjev in diagnostičnih pogovorov) in kazalcev vplivov (nove vpeljane storitve, naložba v raziskovalno in razvojno dejavnost ter ustvarjena delovna mesta). Vsi ti kazalci pomembno vplivajo na prakso v podjetju (slika 5).

Model poslovne podpore, ki ga je razvil Design Wales, temelji na postopku, sestavljenem iz štirih korakov, in sicer so to: dogodki, telefonska svetovalna storitev, delavnica o bistvenih značilnostih storitev in strateški program za storitve (slika 6). Da bi ustvarili viden vpliv na podjetje, je pomem-

bno, da je podjetje del programa dlje časa. Prehod od izdelkov na storitve pomeni spremembo tako v kulturi vodenja kot tudi v poslovni praksi.

Program storitvenega oblikovanja sodeluje tudi z oblikovalskim sektorjem v Walesu, da bi ustvarili ponudbo strokovnega storitvenega oblikovanja in zagotovili, da so tovrstni tovrstni strokovnjaki na voljo, ko se podjetja zavejo pomembnosti oblikovanja.



Slika 6: Program storitvenega oblikovanja - ponudbeni diagram



Tretji
del

Programi podpore oblikovanju znotraj nacionalnih oblikovalskih sistemov



Tako kreativne industrije kot inovacije so ponovno predmet politične razprave po vsej Evropi. Strokovni svet za inovacije v storitvah Evropske komisije je denimo pri odgovoru na vprašanje, kako lahko inovacije v storitvah prispevajo h konceptu pametnejše, trajnostne in vključujoče Evrope, navedel kreativne industrije kot prednostni sektor za uresničenje inovacij v storitvah. Še več, podal je dokaze, da imajo netehnološke inovacije, vključno z oblikovanjem, pomembno vlogo v storitvenem sektorju. Njihovo poročilo "Obvladovanje izzivov Evrope 2020: preoblikovalna moč inovacij v storitvah"⁹ zagovarja "sistemski pristop k razvoju politike", kjer je ključni ideal to, da je politika oblikovana celostno in "z vidika stranke".

Sistemski pristop k razvojni inovacijski politiki so predlagali Freeman, Nelson in Lundvall v osemdesetih letih prejšnjega stoletja, v prakso pa ga je uvedla Organizacija za gospodarsko sodelovanje in razvoj (Organisation for Economic Co-operation and Development; OECD). Pojem nacionalnih inovacijskih sistemov je oviral osredotočenost na neuspešnost trga, saj je usmerjal "pozornost snovalcev politike na morebitne sistemske napake, ki lahko ovirajo inovacijsko delovanje industrije".¹⁰

Podoben premik v miselnosti v zvezi s politično intervencijo se dogaja tudi v primeru oblikovanja. Doslej so bili podporni programi oblikovanju in politike upravičeni, saj industrija ni znala izkoristiti prednosti oblikovalskih virov. Kot se jasno kaže ves čas projekta SEE,

pa se oblikovalski programi in politike razvijajo - preko razprav, raziskav, izmenjav izkušenj v drugih državah in interakcij z drugimi področji (še posebej s področji, ki se ukvarjajo z inovacijami in trajnostnim razvojem). Raulik-Murphy¹¹ postavlja v ospredje pojem nacionalnih oblikovalskih sistemov, v katerih je poleg spodbujanja podjetij k vlaganju v oblikovanje pomembno zagotoviti tudi druge elemente, ki spodbujajo oblikovalske naložbe. V praksi se sodelujoči srečujejo s tremi vrstami programov za oblikovanje, ki se osredotočajo na promocijo, podporo in izobraževanje. Da bi ti primerno delovali, sistem potrebuje vladno artikulacijo (politike). Slika 7 vsebuje shematično predstavitev teh elementov in njihove definicije.

Pri preučevanju teh sistemov lahko raziskovalci in snovalci politike prepoznajo pomanjkljivo interakcijo med udeleženci/akterji in sistemom, neravnovesje med zasebnimi in javnimi programi, neusklajenost med podporo oblikovanju in promocijskimi programi ter druge pomanjkljivosti, ki utegnejo prispevati k manjši uporabi oblikovanja s strani industrije. V tem širokem pristopu se sistem ne naravnava samo na interakcijo med podjetji, oblikovalskimi agencijami in vlado, ampak vključuje tudi druge udeležence, kot so raziskovalne ustanove, univerze, posojilodajalci (npr. banke), panoge na strani ponudbe, vladne podporne sheme (npr. izvozni programi) in celo državljani/uporabniki.

NACIONALNI OBLIKOVALSKI SISTEM



- > **PROMOCIJA OBLIKOVANJA:** sheme so navadno usmerjene na širšo javnost z namenom na različne načine dvigniti zavest o prednostih oblikovanja (npr. razstave, nagrade, konference, seminarji in publikacije).
- > **PODPORA OBLIKOVANJU:** programi se uvajajo, da bi pomagali podjetjem pri uporabi oblikovanja za poslovne izboljšave; gradijo npr. mostove med oblikovalci in industrijo.
- > **IZOBRAŽEVANJE O OBLIKOVANJU:** vključuje tradicionalno izobraževanje (do- in podiplomski študiji) in tudi strokovno usposabljanje za oblikovalce.
- > **OBLIKOVALSKA POLITIKA:** se lahko opredeli kot proces, s katerim vlade svojo politično vizijo prevedejo v programe in ukrepe, da bi pomagale razviti nacionalne oblikovalske vire in spodbudile njihovo učinkovito rabo v državi.

Slika 7: Shematična predstavitev glavnih programov nacionalnega oblikovalskega sistema in njihove definicije



⁹ Europe Innova, "Meeting the Challenge of Europe 2020: The Transformative Power of Service Innovation (Obvladovanje izzivov Evrope 2020: Preoblikovalna moč inovacij v storitvah)", Bruselj, 2010.

¹⁰ Organizacija za gospodarsko sodelovanje in razvoj (OECD), "Managing National Innovation System (Upravljanje nacionalnih inovacijskih sistemov)", Pariz, 1999, str. 41.

¹¹ Raulik-Murphy, G., Cawood, G., "National Design Systems – a tool for policy-makers (Nacionalni oblikovalski sistemi – orodje za snovalce politike)", Postopki kreativnih industrij in regionalnih politik: prostor in čas, Birmingham, 2009 in Raulik-Murphy, G., "National Design System (Nacionalni oblikovalski sistemi)", Poročilo projekta SEE 4 (Bulletin SEE 4), Cardiff, 2010. Poročila projekta SEE (Bulletins SEE) so dostopna na spletni strani: www.seeproject.org/publications (op. ured.).

Med delavnico projekta SEE je bil vsak partner SEE razporejen v skupino s svojim (regionalnim) vladnim predstavnikom. Skupaj sta izvedla načrtovalno vajo, katere namen je bil osmisliti podporne programe za oblikovanje znotraj nacionalnega oblikovalskega sistema. Za razumevanje vloge različnih udeležencev in pobud v sistemu se je vaja osredotočila na osem komponent v sistemu: podporo oblikovanju, promocijo oblikovanja, izobraževanje o oblikovanju, raziskovanje in ustanove za prenos znanja, vire financiranja, strokovna združenja, strokovni oblikovalski sektor (kot del kreativnih industrij) in oblikovalsko politiko. Da bi razumeli medsebojno povezanost omenjenih komponent, se je predstavnike ustanov



Slika 8: Udeleženci in programi v nacionalnem oblikovalskem sistemu

uskladilo/povezalo z virom financiranja ali zaslužka, in kjer je bilo mogoče, tudi s pristojno vladno politiko ali ministrstvom. Slika 8 predstavlja, kako se lahko začrtajo morebitne povezave med udeleženci in programi.

S prvim osnutkom svojega nacionalnega oblikovalskega sistema sta vsak partner projekta SEE in regionalni vladni predstavnik lahko prepoznala morebitne vrzeli, neravnovesja in povezave med udeleženci, programi in politikami v sistemu. Za razumevanje nacionalnega oblikovalskega sistema je pomembno, da vse komponente delujejo povezovalno, da lahko ustvarijo okolje, v katerem lahko podjetja uspešno vlagajo v oblikovanje. Vladne politike imajo možnost zagotoviti obstoj takšnega okolja prek uredb.



Partnerji projekta SEE in vladni predstavniki načrtujejo svoje nacionalne oblikovalske sisteme



Študija primera:
Oblikovanje kot del finskega nacionalnega inovacijskega sistema

Leta 2008 je bilo oblikovanje zabeleženo v definiciji inovativnosti v finski nacionalni inovacijski strategiji in izstopa kot del nacionalnega inovacijskega sistema. Slednji temelji na sistemskem pristopu, ki usklajuje poslovni in politični sektor (vodoravno) ter pomembne dejavnosti na različnih stopnjah (navpično). Leta 2009 je finski nacionalni inovacijski sistem ocenila skupina domačih in mednarodnih strokovnjakov. Izziv, ki se je pokazal, je bilo vključevanje kreativnosti in uporabnikov v inovacijski proces. Zato

nova inovacijska politika, ki temelji na povpraševanju in uporabniku, poudarja potrebe uporabnikov v razvoju izdelkov in storitev ter sodelovanje končnih uporabnikov v inovacijskem procesu. Po mnenju Ministrstva za zaposlovanje in gospodarstvo (Ministry of Employment and the Economy) je oblikovanje v inovacijski politiki postalo pomembno strateško orodje, katerega gonilna moč je uporabnik. Politika vsebuje široko definicijo oblikovanja kot obsežne dejavnosti, ki sledi posebni metodologiji in različnim stopnjam, vključno z raziskovanjem, načrtovanjem, modeliranjem, testiranjem in morebitnim preoblikovanjem (redesign). Oblikovanje se lahko uporabi za zasebne in javne storitve.

Oblikovanje lahko zadeva celotne sisteme, vključuje fizične dele/izdelke, digitalne vsebine, interakcijo in spletne storitve.¹² Na Finskem je oblikovanje nekaj, kar omogoča inovacije tako v zasebnem kot v javnem sektorju, trenutno pa se potrjuje tudi znotraj nacionalnega inovacijskega sistema.

Če želite izvedeti več, obiščite:

www.tem.fi/index.phtml?l=en&s=2382



Oblikovanje po svetu postaja vse bolj priznано kot spodbujevalec inovacij, za vpeljevanje inovativnih idej na trg v obliki izdelkov, procesov, storitev in sistemov za zasebni sektor ter za oblikovanje javnih storitev, bolj osredotočenih na državljana. Ta knjižica SEE o politikah je skušala prikazati, kje lahko oblikovanje doda vrednost razvojnemu procesu za nove izdelke in storitve, kako lahko vlade spodbujajo mala in srednje velika podjetja, da lahko le-ta izkoristijo oblikovalska sredstva prek programov podpore oblikovanju, ter kako lahko snovalci politike in raziskovalci načrtajo in analizirajo nacionalne oblikovalske sisteme, da bi zagotovili ugoden okvir za učinkovito uporabo oblikovanja s strani podjetij in drugih vpletenih.

> V prvem delu smo predstavili oblikovanje kot ključno silo v razvojnem procesu novega izdelka in storitve ter del vsake stopnje od zasnove prek razvoja do lansiranja in zaključka življenjskega cikla izdelka. Poudarjamo, da oblikovanje ni samo orodje za razvoj izdelka, pač pa se vedno bolj uporablja tudi pri

storitvenih in družbenih inovacijah. Pri inovacijah za izdelke in storitve ter družbenih inovacijah oblikovalci uporabljajo vrsto ustvarjalnih tehnik, ki vključujejo širok prerez udeležencev in združujejo različne uporabniške potrebe. Čeprav je oblikovanje pomembno na vsaki stopnji, bi lahko vsaka regija ali država prepoznala specifične vrzeli v uporabi oblikovanja v industriji prek vaje načrtovanja regionalnega ali nacionalnega oblikovalskega sistema.

>> Drugi del opisuje vladne pobude za spodbujanje malih in srednje velikih podjetij pri uporabi oblikovanja, ustvarjanju inovativnih izdelkov in storitev ter njihovem vpeljevanju na trg. Čeprav v manjših podjetjih še vedno obstajajo številni izzivi za boljšo uporabo oblikovanja, lahko vlada prek programov podpore oblikovanju poskrbi za ugodno okolje za uporabo strokovnega oblikovalskega znanja. Takšni programi vodijo podjetja na poti do prepoznanja, na kateri stopnji razvoja so, in možnosti za strateško interventno oblikovanje ter olajšajo začetek dela in uporabo oblikovanja.

>>>

Končno želimo spodbuditi snovalce politike, da preverijo svoj nacionalni ali regionalni oblikovalski sistem ter oblikujejo celostne politike za inovacije, oblikovanje in kreativne industrije. Ko trenutne programe podpore oblikovanju vnesemo v širše inovacijske podporne ukrepe, lahko nosilci odločanja oblikujejo konkretne ukrepe za izboljšanje delovanja nacionalnih sistemov za inovacije in oblikovanje.

Upamo, da je pregled oblikovanja v kontekstu razvoja novega izdelka in storitve, poslovnih podpornih programov in nacionalnih ali regionalnih sistemov prikazal prispevek, ki ga oblikovanje kot strateška disciplina zagotavlja inovacijam, konkurenčnosti in družbeno-ekonomskemu razvoju.

Za več informacij obiščite:

www.seeproject.org
ali pošljite sporočilo na
info@seeproject.org.



Barcelona Design Centre



BIO / Muzej za arhitekturo
in oblikovanje, Slovenija



Sileski Zamek
Sztuki i Przedsiębiorczości
w Cieszynie

Silesian Castle of Art & Enterprise



Consortio Casa Toscana



Centre for
Design Innovation

Centre for Design Innovation



ARDI Rhone-Alps Design Centre



Aalto University
School of Art and Design



Estonian Design Centre



Danish Design Centre



Design Flanders



Design Wales

