

## **Rezultati javnega posvetovanja o oblikovanju kot pospeševalcu k uporabniku usmerjeni inovaciji (oktober 2009)**

Evropska komisija je odprla javno posvetovanje o delovnem dokumentu o oblikovanju (Staff Working Document on »Design as a driver of user-centred innovation« kot pospeševalcu k uporabniku usmerjenih inovacij. Pregled glavnih rezultatov je predstavljen v nadaljevanju.

### **Povzetek**

- Javno posvetovanje o oblikovanju in inovacijah je prispevalo 535 formalnih in tudi številnih neformalnih odgovorov.
- 91 odstotkov anketiranih organizacij meni, da je oblikovanje zelo pomembno za konkurenčnost EU gospodarstva v prihodnje; 91 odstotkov jih je menilo, da bi bilo potrebno iniciative v podporo oblikovanju sprejeti na ravni EU.
- 96 odstotkov anketirancev meni, da bi morale biti pobude v podporo oblikovanju sestavni del inovacijske politike na splošno, 74 odstotkov pa jih meni, da mora biti oblikovanje del inovacijske politike EU.

Javno posvetovanje se je zaključilo 29. junija 2009.

### **Profil anketirancev**

Evropska komisija je v okviru javne razprave prejela 535 odgovorov, od tega 309 s strani organizacij – med slednjimi je bilo 179 neprofitnih in 112 gospodarskih subjektov - in 226 odgovorov s strani fizičnih oseb. Profil anketirancev je bil različen in dobro uravnotežen – prejeti odgovori so bili tako od profesionalnih združenj, visokošolskih institucij, nacionalnih, regionalnih in lokalnih vladnih institucij ter gospodarskih zbornic kot predstavnikov neprofitnih organizacij. Odgovorilo je 16 nacionalnih ministrstev/oddelkov, večina od teh gospodarskih, industrijskih in podjetniških.

Na podjetniški ravni je bilo precej odgovorov (42%) s strani oblikovalskih podjetij, dobra polovica pa iz drugih sektorjev. Največ podjetij je iz kategorije MSP.

### **Definicija oblikovanja**

Dokument opredeljuje oblikovanje kot »aktivnost zasnove in razvoja načrta za nov ali pomembno izboljšan proizvod, storitev ali sistem, ki zagotavlja najboljše soočanje s potrebami, željami in možnostmi uporabnikov, z upoštevanjem trajnostnih vidikov v ekonomskem, družbenem in okoljskem smislu«.

## **3. ODGOVORI NA KLJUČNA VPRAŠANJA**

### **3.1. Pomen oblikovanja za konkurenčnost**

**91 odstotkov organizacij meni, da je oblikovanje zelo pomembno za prihodnjo konkurenčnost gospodarstva EU.** Med temi organizacijami, ki navajajo, da je oblikovanje zelo pomembno za konkurenčnost, so na primer 13 od 16 nacionalnih ministrstev/oddelkov, 82 odstotkov je neprofitnih organizacij, ki niso specializirane za oblikovanje in 74 odstotkov gospodarskih organizacij iz drugih, neoblikovalskih sektorjev. Z drugimi besedami, o pomenu oblikovanja se strinjajo tudi zunaj oblikovalskih krogov. Anketirance so prosili, da opišejo, zakaj je oblikovanje pomembno za prihodnjo konkurenčnost EU. Veliko odgovorov se nanaša na potrebo po tekmovanju v kakovosti in trajnosti v primerjavi s ceno in na pomembno vlogo oblikovanja kot dejavnika razlikovanja. Oblikovanje izdelkov (blaga, storitev, izkušenj) je

potrebno obravnavati kot pospeševalca tehnoloških in netehnoloških inovacij, ki spodbuja in povečuje verjetnost tržnega uspeha proizvoda, skrajša čas namenjen za trženje in potencialno prispeva k znižanju stroškov. Vlogo oblikovanja lahko razumemo kot most med tehnologijo in trgom, kar se kar nekajkrat pojavlja v prejetih odgovorih.

Veliko vprašanih vztraja na oblikovanju kot na orodju za družbeno odgovorno in okoljsko sprejemljive inovacije. Nekateri anketiranci gledajo na oblikovanje kot na del rastočih in vedno bolj pomembnih kreativnih industrij, ki imajo tudi ključno vlogo pri oblikovanju novih "gospodarskih izkušenj".

### 3.2. Glavna področja pobud oz. iniciativ na ravni EU

Med organizacijami je "ozaveščanje in spodbujanje oblikovanja" področje, kjer vidijo javne pobude za podporo oblikovanju kot najbolj koristne (82 odstotkov). Temu sledita "izobraževanje na področju oblikovanja" (75 odstotkov) in "raziskave na področju oblikovanja" (74 odstotkov). 68 odstotkov jih meni, da je "oblikovanje kot podpora organizacijam" koristno. Samo en odstotek organizacij meni, da je javna pobuda v podporo oblikovanju nekoristna.

Tabela 2: Odgovori organizacij na vprašanje "Katera so glavna področja, kjer bi javna pobuda za podporo oblikovanju lahko bila koristna, če sploh? (Več možnih odgovorov)"

Področje	% organizacij
Ozaveščanje in spodbujanje oblikovanja	82
Izobraževanje na področju oblikovanja	75
Raziskave na področju oblikovanja	74
Oblikovanje kot podpora organizacijam	68
Drugo	19
Javna pobuda za podporo oblikovanju ni koristna	1

96 odstotkov organizacij meni, da bi morala biti pobuda v podporo oblikovanju sestavni del inovacijske politike na splošno. 91 odstotkov organizacij meni, da bi morala biti pobuda v podporo oblikovanju sprejeta na ravni EU, poleg držav članic in regionalnih ravni. 8 odstotkov jih meni, da bi morala biti taka pobuda sprejeta le na ravni držav članic in/ali regionalnih ravneh.

Anketirancem je bilo postavljeno vprašanje, katera glavna področja javne pobude na ravni EU bi lahko pomenila dodano vrednost lastnim iniciativam na nivoju držav članic in njihovih regij.

Največ jih je podprlo pospeševanje izmenjave najboljših praks, izkušenj in prenos znanja med državami članicami in regijami. Predlagana so bila različna sredstva za izvedbo le-tega, kot npr. organizacija letnega evropskega oblikovalskega dogodek ali konference, organizacija letnega evropskega oblikovalskega dneva/teden/festivala in vzpostavitev spletne strani, portala in/ali drugih foruma/mreženja. Splošno ozaveščanje omenja veliko anketirancev.

Številni odgovori se nanašajo na vlogo institucij EU pri usklajevanju statistik in ekonomskih podatkov po vsej Uniji. Predlagajo, da se opredelitev in merjenje oblikovanja razvije na ravni EU in s tem omogoči tudi mednarodne primerjave in »benchmarking«. Skupna želja je, da bi institucije EU podprle razvoj pridobivanja podatkov o gospodarskih, okoljskih in družbenih

vplivih na oblikovanje ter razvoj meril in orodij za ocenjevanje stopnje donosnosti naložb v oblikovanje.

Predlogi omenjajo tudi, da bi pobude institucij EU usmerjene v MSP lahko pomagale MSP pri izboljšanju razumevanja pomena oblikovanja in bi lahko pripomogle k večjemu vključevanju oblikovanja v ukrepe za podporo inovacijam.

Tudi spodbujanje večje uporabe oblikovanja v novih državah članicah se prav tako omenja kot možno področje za ukrepanje.

Pogosto se omenja vloga Evrope pri spodbujanju raziskav na področju oblikovanja in tudi vloga Evrope na področju izobraževanja. Mnogo anketirancev si želi več evropsko financiranih raziskav v zvezi z ekološkim oblikovanjem, z oblikovanjem za vse/univerzalno oblikovanje in uporabniško usmerjenim inovacijam.

Na področju izobraževanja večina vprašanih podpira zamisel, da mora Evropa spodbujati tako interdisciplinarno izobraževanje kot tudi večje vključevanje vidikov kot so trajnost, usmerjenost k uporabniku in strateško načrtovanje (oblikovalsko razmišljanje, upravljanje oblikovanja, itd.) v izobraževanje na področju oblikovanja za nadgradnjo znanja evropskih oblikovalcev.

Evropa naj bi podpirala eksperimentalna okolja, "raziskovalni prostor" za oblikovanje inovacij, na primer laboratorije, ki bi različnim disciplinam zagotavljali prostor za skupno sodelovanje na inovativnih projektih. Prav tako je bilo predlagano, da bi bila lahko večja mobilnost med oblikovalci koristna za izgradnjo pravih oblikovalskih kompetenc.

Omenjena je bila tudi potencialna vloga Evrope v javnem sektorju za podporo inovativnosti preko oblikovanja. Predlagano je večje vključevanje oblikovalskih zahtev in oblikovalskih standardov v javna naročila.

Kar nekaj anketirancev omenja vlogo evropskih ukrepov v boju proti ponarejanju in pomenu zaščite avtorskih pravic tako pri kopiranju kot pri zaščiti oblikovanja.

Pričakovanja so, da bi naj bila *vseevropski profil in vizija za oblikovanje in inovacije postavljena na ravni EU*, in da bi oblikovanje - glede na pomen, ki ga ima za inovacije in konkurenčnost - moralo biti *del prihodnje nove evropske strategije*.

#### 4. ODGOVORI NA SPECIFIČNA VPRAŠANJA

##### 4.2. Oblikovanje za doseganje družbenih in okoljskih ciljev

Anketiranci so bili vprašani o vlogi oblikovanja za doseganje družbenih in okoljske ciljev. 71 odstotkov organizacij in 80 odstotkov fizičnih oseb meni, da je oblikovanje zelo pomembno za doseganje družbenih ciljev. 72 odstotkov organizacij in 75 odstotkov fizičnih oseb meni, da je oblikovanje zelo pomembno za doseganje okoljskih ciljev.

Na vprašanje, kako lahko politika EU spodbuja družbeno odgovorno in okolju trajnostno oblikovanje, vprašani predlagajo razvoj standardov, pobude za nadgradnjo znanja in spretnosti oblikovalcev, bolj ciljno zasnovane raziskave, nagrade in nalepke, pospeševanje ozaveščanja in vključitev vidika oblikovanja v javna naročila.

##### 4.3. Politika na področju oblikovanja naj bo usmerjena v MSP, nizko-tehnološke in storitvene organizacije

Delovni dokument Evropske komisije kaže, da v dejavnosti oblikovanja obstajajo še neizkoriščene možnosti uporabe zlasti v MSP, nizko-tehnoloških podjetjih in podjetjih iz storitvenega sektorja, kjer je uporaba oblikovanja sorazmerno nizka. 84 odstotkov organizacij meni, da obstaja potreba po bolj ciljno usmerjeni politiki za MSP, 79 odstotkov jih meni, da obstaja takšna potreba v nizko-tehnoloških organizacijah in 78 odstotkov jih meni, da obstaja takšna potreba v storitvenih organizacijah. 78 odstotkov organizacij misli, da bi morala tako usmerjena politika obstajati na ravni EU.

#### 4.4. Oblikovanje v kontekstu krize

77 odstotkov organizacij pravi, da trenutne gospodarske razmere vplivajo na oblikovanje. Razlaga je blizu temu, kar je navadno rečeno o inovativnosti v času krize in sicer, da v času gospodarske recesije ne bi smeli ustaviti vlaganj v prihodnost in v kakovost, ker je takrat najbolj potrebna inovativnost. Po mnenju nekaterih se oblikovanje proaktivno odziva na krizo, ima močan vpliv na reševanje problemov in pomeni rešitev, ki je trajnostna in jo je možno hitro uporabiti oz. prenesti v prakso.

Oblikovanje je bilo s strani nekaterih anketirancev ocenjeno kot relativno nizko stroškovna inovacijska dejavnost, ki hitro prinaša nove izdelke in storitve na trg in zagotavlja hitrejšo povrnitev vloženih naložb v primerjavi z mnogimi drugimi naložbami v inovacije. Zato je primerno tudi v času krize.

#### 4.5. Oblikovanje kot del Evropske inovacijske politike

Čeprav kar 96% organizacij meni, da morajo biti iniciative v podporo oblikovanju del splošne inovacijske politike, so mnenja o tem, ali naj bodo le-te del Evropske inovacijske politike ali pa oblikovane v posebni politiki, deljena. Nekateri se nagibajo k temu, da se naj vključijo na oba možna načina – kot del prve politike in še ločeno - kot samostojna politika, kar zagotavlja večjo prepoznavnost in tudi spoštovanje edinstvenosti oblikovanja.

Večina je tudi menja, da oblikovanje smiselno sodi na področje različnih politik: v politiko notranjega trga, raziskav, socialne vključenosti, izobraževanja, kulture ... V diskusije o oblikovanju naj bi se vključevali tako poslovna sfera, kreatorji politik, oblikovalci, profesionalne organizacije, regije, oblikovalske šole in tudi velika mednarodna oblikovalska podjetja. Na ravni EU pa naj bi razpravo o oblikovanju vodili tako v delovni skupini za konkurenčnost in rast kot v skupini za evropsko politiko.

#### 4.6. Ovire za večje uporabo oblikovanja v Evropi

Anketiranci so bili vprašani o najbolj resnih ovirah na poti k večji uporabi oblikovanja v Evropi. Mogočih je bilo več odgovorov. Najpomembnejšo oviro predstavlja "pomanjkanje ozaveščenosti in razumevanja potenciala oblikovanja med kreatorji politike" (78 odstotkov organizacij, 76 odstotkov fizičnih oseb). Drugo najpomembnejšo oviro predstavlja "pomanjkanje znanja in orodij za ocenjevanje stopnje donosnosti naložb v oblikovanje" (64 odstotkov organizacij, 62 odstotkov fizičnih oseb). Tretjo najpomembnejšo oviro predstavlja "pomanjkanje ozaveščenosti in razumevanja možnosti oblikovanja med potencialnimi naročniki oblikovalskih storitev - zasebnimi in javnimi" - glej tabelo spodaj.

Tabela 3: Odgovori organizacij na vprašanje "Katere so najbolj resne ovire za večjo uporabo oblikovanja v Evropi, če obstajajo? (Več možnih odgovorov)

Ovire	% organizacij
Pomanjkanje zavedanja in razumevanja potenciala oblikovanja med oblikovalci politike	78
Pomanjkanje znanja in orodij za ocenjevanje stopnje donosnosti naložb v oblikovanje	64
Pomanjkanje zavedanja in razumevanja potenciala oblikovanja med potencialnimi strankami, t.j. zasebnih in javnih organizacij	63
Pomanjkanje veščin za oblikovanje in pomanjkanje razumevanje med drugimi poklici	50
Pomanjkanje zavedanja o pomenu oblikovanja med končnimi potrošniki	46
Pomanjkanje statistik in statističnih analiz o oblikovanju	44
Pomanjkanje skupne opredelitve izraza "oblikovanje"	43
Pomanjkanje raziskav na področju oblikovanja	43
Pomanjkanje javne podpore za uporabo oblikovanja v organizacijah	41
Pomanjkanje oblikovalcev/oblikovalskih družb s pravim znanjem in/ali zmogljivostmi	22
Pomanjkanje visoko kakovostnega izobraževanja na področju oblikovanja v Evropi	20
Ni ovir	0,3

Najmanj pogosto izbrane ovire so "pomanjkanje oblikovalcev/oblikovalskih družb s pravimi spretnostmi in znanji in/ali zmogljivosti" in "pomanjkanje visoko kakovostnega izobraževanja na področju oblikovanja v Evropi", kar kaže, da ni pomanjkanja usposobljenih oblikovalcev v Evropi. Ta ugotovitev pa je delno v nasprotju z nekaterimi odgovori, ki kažejo, da evropskim oblikovalcem manjka strokovnih znanj kot so upravljanje, trženje in komunikacije. To je opisano kot problem oblikovalcev v komunikaciji s potencialnimi naročniki. Nekaj anketiranih je dodalo, da menedžerji, zlasti v MSP, ne razumejo pomena oblikovanja in da zaradi tega pomanjkanja razumevanja na obeh straneh oblikovalci in njihovi potencialni naročniki "ne govorijo istega jezika".

Glede na nekatere odgovore obstaja tudi potreba po nadgradnji znanj evropskih oblikovalcev v vse bolj pomembnih šolah oblikovalnega mišljenja (npr. upravljanje oblikovanja, oblikovanje inovacij usmerjenih k uporabnikom in ekološko oblikovanje). Tako bi Evropa lahko izkoristila ves potencial oblikovanja.

Med drugimi ovirami navajajo krizo (in posledično pomanjkanje razpoložljivih sredstev), pomanjkanje interdisciplinarnih politik in pristopov, pomanjkanje učinkovite zaščite oblikovanja, pomanjkanje organiziranosti med oblikovalci, pomanjkanje pomembnih oblikovalskih institucij (kot je npr. ustanavljanje centrov - v nekaterih državah članicah), dojemanje oblikovanja kot umetnost in/ali predvsem drago in površinsko, pomanjkanje velikih oblikovalskih podjetij v Evropi, kjer bi se lahko mladi oblikovalci naučili poslovnih veščin, in pomanjkanje oblikovanja kot sestavnega dela podpore MSP.