

Platforma SEE (Sharing Experience Europe – Deljenje izkušenj v Evropi)

Zapisnik z delavnice o oblikovalski politiki v Ljubljani

26. november 2013

Povzetek

Oblikovanje je dinamičen proces, ki vodi k inovacijam tako v zasebnem kot tudi javnem sektorju, vendar pa obstajajo ovire za njegovo vključevanje v strategije podjetij in vladne aktivnosti. 26. novembra 2013 je Regionalna razvojna agencija Ljubljanske urbane regije (RRA LUR) organizirala delavnico, kjer je Anna Whicher z Nacionalnega centra za produktno oblikovanje in razvojne raziskave na Univerzi v Cardiffu – ang. The national centre for product design + development research, Cardiff Metropolitan University) s skupino deležnikov različnih strok (predstavniki ministrstev, pomembnih institucij, pristojnih za promocijo oblikovanja, in vozlišč, predstavniki izobraževalnih institucij in oblikovalske stroke) proučila oblikovanje s stališča politik v Sloveniji. Uporabljena so bila orodja, preizkušena in testirana v okviru SEE platforme – mreže 11 evropskih partnerjev, ki proučujejo vlogo oblikovanja v inovacijskih politikah. Rezultat delavnice je niz priporočil, ki bodo služila kot izhodišče za pripravo usmeritve na področju oblikovanja znotraj Regionalnega razvojnega programa za obdobje 2014–2020, vključena pa bodo tudi v nacionalni akcijski načrt Ministrstva za gospodarski razvoj in tehnologijo RS v delu 'Promocija oblikovanja v podjetjih'.

Pristop

Delavnica je bila sestavljena iz dveh delov: jutranji del se je osredotočil na proučevanje prednosti in slabosti slovenskega sistema oblikovanja za pripravo niza priporočil politik; na popoldanskem delu pa so udeleženci razvijali ideje za programe podpore oblikovanju.

Inovacijske politike temeljijo na analizi inovacijskega sistema, za razvoj oblikovalskih politik pa je potrebno razumevanje sistema oblikovanja. Po izkušnjah SEE platforme so vizualne in kreativne tehnike še posebej produktivne za identificiranje virov, iskanje idej ter razvoj predlogov politik. SEE platforma je pokazala, da morajo, da bi bile uspešne, oblikovalske politike naslavljeni tako povpraševanje kot ponudbo, pa tudi številne komponente sistema oblikovanja – vključno z uporabniki oblikovanja (javni in zasebni sektor), podporo oblikovanju, promocijo oblikovanja, akterji oblikovanja, poklicnim sektorjem oblikovanja, z oblikovalskim izobraževanjem, raziskavami in prenosom znanja ter vladanjem in financiranjem.

Na delavnici je bil privzet izkustveni pristop k proučevanju prednosti in slabosti slovenskega sistema oblikovanja. Na podlagi ugotovitev so nato udeleženci predlagali niz priporočil politik. Za razvoj uspešnih politik in akcijskih načrtov morajo biti vse komponente sistema med seboj smiselno povezane. Sistem je močan le toliko kot njegov najšibkejši člen. Rezultati dveh vaj z delavnice so naštetih v nadaljevanju.



Delegati delavnice pri proučevanju slovenskega oblikovalskega sistema

Mapiranje slovenskega oblikovalskega sistema

Uporabniki oblikovanja (zasebni & javni)

+ Majhne in posamezne javne investicije v oblikovanje leta 2013.

- Hudo pomanjkanje razumevanja oblikovanja kot discipline, ki je izrazito usmerjena k reševanju problemov.
- Javni sektor ne postavlja zgleda.
- Omejena uporaba storitvenega in izkustvenega oblikovanja med javnimi in zasebnimi entitetami.
- Pomanjkanje zasebnega povpraševanja in javne volje za profesionalno oblikovalsko strokovno znanje.

Podpora oblikovanju

- + Ukrepi za spodbujanje vključevanja oblikovanja v razvoj podjetij (npr. inovacijski vaučer), vendar so ukrepi razdrobljeni in posredni. + Iniciative za skupen delovni prostor (eng. Coworking)
- Ni aktualnega oblikovalskega podpornega programa za zasebni ali javni sektor.
- Obstaja nekaj lokalizirane podpore, a ob hkratnem pomanjkanju sinergij/komplementarnosti.

Promocija oblikovanja

- + Veliko promocijskih aktivnosti (npr. Service Design Jam, Pop-Up Home, konferenca o upravljanju z oblikovanjem, BIO – bienale oblikovanja; in RCKE – Regionalni center kreativne ekonomije).
- + Bienale oblikovanja Muzeja za arhitekturo in oblikovanje (MAO) ima tujega kuratorja, nagrada pa se namesto na produkte osredotoča na koncepte.
- Veliko promocijskih aktivnosti od spodaj navzgor (bottom-up), ki pa so namenjene kreativcem (že prepričan), obenem ni dovolj fokusa na podjetjih. Dogodkov se udeležujejo vedno isti ljudje. Kako doseči Nove ciljne skupine?
- Veča se število iniciativ in platform, zato obstaja potreba po njihovem medsebojnem povezovanju.

Centri oblikovanja

- + RCKE povezuje deležnike oblikovanja horizontalno in vertikalno.
- + Kompetenčni center za upravljanje z oblikovanjem.
- Veliko akterjev, a omejeno sodelovanje med omrežji.
- Ni nacionalnega centra oblikovanja ali koordinacijskega organa.
- Pomanjkanje živih laboratorijev (eng. Living Labs) oblikovanja (po danskem zgledu).

Oblikovalsko izobraževanje

- + Storitveno oblikovanje kot del rednega programa na Akademiji za likovno umetnost in oblikovanje v Ljubljani.
- + Vsebine kot je upravljanje z oblikovanjem vključene v študij na Akademiji za likovno umetnost in oblikovanje in Ekonomski fakulteti - Pomanjkanje poudarka na izmenjavi med fakultetami.
- Pomanjkanje formalnega in neformalnega izobraževanja o oblikovanju v osnovnih in srednjih šolah.
- Osnovnošolski učbeniki so slabo oblikovani in tako ne ustvarjajo potrebe oz. povpraševanja po oblikovanju v kasnejših fazah življenja.
- Pomanjkanje vseživljenjskega učenja za oblikovalce.

Raziskovanje & prenos znanja

- + Raziskovalni projekt: Stanje oblikovanja s poudarkom na industrijskem oblikovanju kot dela kreativnih industrij in primeri dobrih praks v svetu kot podlaga za krepitev teh dejavnosti v Sloveniji
- + Ekonomska fakulteta začne uvajati oblikovalski način razmišljanja (t.i. Design thinking). - Ni raziskav o oblikovanju na Ekonomski fakulteti

- Pomanjkanje študij primerov donosnosti investicij. Da ideja pride na trg in proizvede dobičke, lahko traja dve leti.
- Ni systemskega pristopa k raziskavam oblikovanja in prenosu znanja.

Sektor poklicnega oblikovanja

- + Slovenski oblikovalci so globalno konkurenčni, a se včasih ne znajo trži.
- + Nastajajo dobri produkti in grafične rešitve v okviru sektorja
- + Oblikovalci odhajajo v tujino in v Slovenijo prinašajo nove prakse.
- Studii razpadajo na manjše agencije zaradi majhnega povpraševanja in konkurence, ki jo predstavljajo neizobraženi oblikovalci.
- Pomanjkanje sodelovanja med oblikovalci.

Financiranje

- + Obstajajo instrumenti financiranja, ki pa ne promovirajo oblikovanja eksplicitno, zaradi česar oblikovanja podjetja prek teh mehanizmov ne uporabljajo.
- + Financiranje, ki ga iniciira zasebni sektor (Design Accelerator = 10.000 EUR za podjetja).
- Oblikovanje ni eksplicitno del javnih razpisov ali EU financiranja.

Politika, vladanje & regulacija

- + Nacionalni akcijski načrt za promocijo oblikovanja v podjetjih je pripravljen (a še ni implementiran).
- + Aktivnosti politike oblikovanja na evropski ravni se filtrirajo navzdol do nacionalne in regionalnih ravni v Sloveniji.
- Povečana osveščenost o oblikovanju in kreativnih industrijah v nacionalnih strategijah, a pomanjkanje implementacije.
- Pomanjkanje primerov dobrih praks kot je napr. Medsektorska skupina za spodbujanje inovativnosti (eng.MindLab)
- Javni uslužbenci ne sodelujejo na oblikovalskih dogodkih – z izjemo uradnih otvoritev.
- Akcijski načrti so pogosto podobni seznamom želja.
- Oblikovanje je bolj kot domena Ministrstva za gospodarski razvoj in tehnologijo domena Ministrstva za kulturo.
- Oblikovanje ni vključeno v javna naročila.



Nacionalni in regionalni oblikovalci politik razvijajo ukrepe

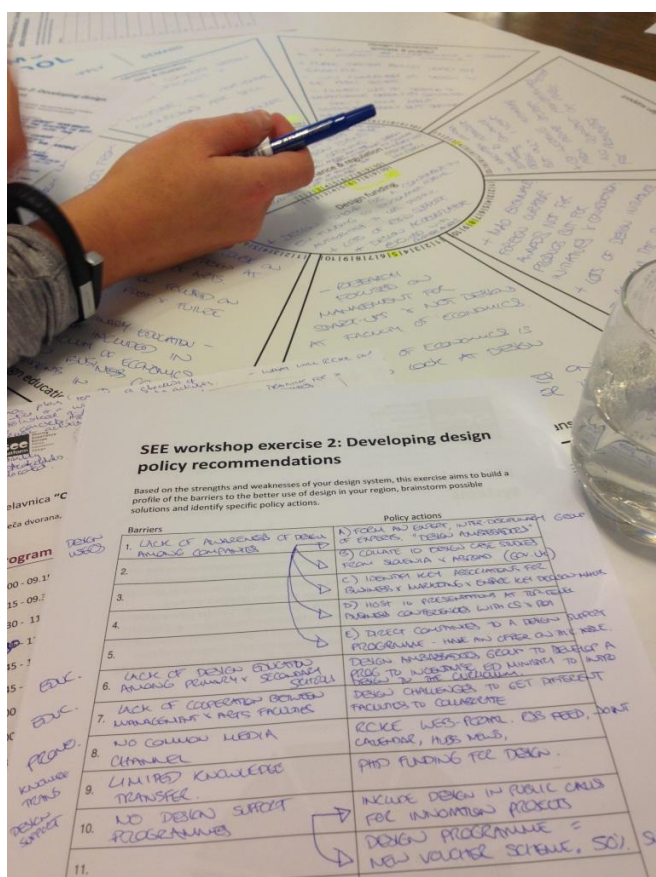
Na podlagi proučevanja prednosti in slabosti sistema oblikovanja so udeleženci delavnice začeli proces zbiranja idej o konkretnih ukrepih in prioretizaciji rešitev z velikim učinkom.

Seznam ukrepov na ravni politik

<i>Izzivi</i>	<i>Ukrepi</i>
Pomanjkanje osveščenosti o oblikovanju med podjetji	<p>a) Oblikovanje ekspertne, interdisciplinarne skupine strokovnjakov – vključno z predstavniki ministrstev (t. i. 'ambasadorji oblikovanja').</p> <p>b) Nabor 10 oblikovalskih študij primerov iz Slovenije in tujine (gov.uk).</p> <p>c) Identifikacija ključnih poslovnih in marketinških združenj in povezovanje s ključnimi odločevalci.</p> <p>č) Gostiti 10 predstavitev (s študijami primerov in podatki o donosnosti naložb) na poslovnih konferencah visoke ravni.</p> <p>d) Usmerjanje podjetij k oblikovalskemu</p>

	podpornemu programu (obstajati mora konkretna ponudba za podjetja, ki so se udeležila konferenc).
Pomanjkanje osveščenosti v javnem in zasebnem sektorju	a) Kratkoročno osveščanje prek delavnic za predstavnike javnega in zasebnega sektorja s ciljem uvedbe dolgoročnega oblikovalskega načina razmišljanja na vseh ravneh. b) Vzpostavitev medsektorske skupine za spodbujanje inovativnosti (eng. MindLab) in uporabi metodo storitvenega oblikovanja kot pristop pri izvajanju pilotnih projektih.
Pomanjkanje oblikovalskega načina razmišljanja v Vladi	a) Uradniki ministrstev in oblikovalci bodo skupaj razvili oblikovalski razpis. b) Krepitev medsebojnega sodelovanja (eng. team building) za javne uslužbence in oblikovalce (skupaj).
Pomanjkanje podatkov o donosnosti naložb v oblikovanju	Vrnitev k rezultatom projekta Povezujemo oblikovanje in industrijo in izvedba raziskave donosnosti investicij
Ni programa podpore oblikovanju	a) Vključitev oblikovanja v javne razpise za inovacijske projekte. b) Implementacija novega oblikovalskega programa ali vaučerskih shem, s katerimi bi podjetja pridobila 50 % subvencij za vključevanje oblikovanja v svoje razvojne procese.
Pomanjkanje osveščenosti o pomenu oblikovanja na Ministrstvu za izobraževanje, znanost in šport	Zaposliti oblikovalca za eno leto.
Ni strateške oblikovalske podpore, pomanjkanje komunikacije med deležniki	Vzpostavitev oblikovalskega sveta s konkretnimi cilji, ki se bo redno sestajal.
Pomanjkanje oblikovalske izobrazbe v osnovnih in srednjih šolah	Skupina 'ambasadorjev oblikovanja' bi lahko razvila program, ki bi spodbudil predstavnike Ministrstva za izobraževanje, znanost in šport k uvedbi oblikovanja v nacionalni učni načrt.
Pomanjkanje sodelovanja med fakultetami s področja oblikovanja in področja poslovnih ved	Določiti oblikovalske izzive s sistemom točkovanja (kjer lahko študentje pridobijo kreditne točke), ki spodbujajo študente k sodelovanju med različnimi fakultetami
Omejen prenos znanja	a) Kreativna vaučerska shema za MSP za pridobivanje koristi od prenosa znanja. b) Financiranje doktorskega študija na področju oblikovanja.

Omejene priložnosti vseživljenjskega učenja za oblikovalce	Izobraževalni in razvojni vaučer za oblikovalce – za kontinuiran poklicni razvoj.
Pomanjkanje marketinškega znanja med oblikovalci	Interdisciplinarne delavnice s konkretnimi primeri za deležnike javnega in zasebnega sektorja.
Pomanjkanje ažurnega znanja med oblikovalci	Izobraževalni vaučerji za oblikovalce in razvoj podjetij.
Ni skupne komunikacijske platforme	RCKE spletni portal bi moral vključevati samodejno obveščanje o zanimivih temah, skupen koledar, novice vozlišč itd.



Iskanje idej oz. rešitev za ukrepe na področju oblikovalske politike

Kratkoročni ukrepi, o katerih so se delegati uskladili:

- Prikaz primerov dobrih praks ter s tem pozitivnih učinkov vključevanja oblikovanja za razvoj javnega in zasebnega sektorja. Zoženje fokusa nacionalnega akcijskega načrta z manjšim številom konkretnih ukrepov.
- Uporaba orodij delavnice med študenti Akademije za likovno umetnost in oblikovanje.
- Integracija oblikovanja v Regionalni razvojni program 2014–2020.
- Priprava časopisnega članka o oblikovanju z vključenimi študijami primerov.

- Raziskovanje možnosti vključitve oblikovanja v učne načrte osnovnih in srednjih šol.
- Promocija primerov dobre prakse oblikovalcem politik na prihodnjih dogodkih.
- Zapis idej delavnice, kot potencialnih projektov v prihodnosti.

Razvoj oblikovalskih podpornih programov

Popoldne so delegati pripravili načrt za tri potencialne oblikovalske podporne programe: enega, osredotočenega na usposabljanje javnih uslužbencev o oblikovalskih metodah; drugega, osredotočenega na javne uslužbence in oblikovalce ter njihovo sooblikovanje oblikovalskega razpisa za MSP; in tretjega, osredotočenega na podporo lesno predelovalne verige v sodelovanju z oblikovalsko stroko.

Projekt 1: Usposabljanje javnih uslužbencev za oblikovalski način razmišljanja

Gre za shemo usposabljanja vseh stalnih javnih uslužbencev – od ključnih odločevalcev, ki sodelujejo pri pripravi ukrepov, do tistih javnih uslužbencev, ki skrbijo za izvajanje javnih storitev za državljane. Javni sektor bi moral predstavljati vzor ostalim. Želen učinek bi bila boljša aplikacija oblikovanja v javnih naročilih, pa tudi v bolj uporabniško vodenih javni službi in razvoju politik. Ukrepi bi vključevali pilotni program usposabljanja med 20 izbranimi javnimi uslužbenci, ki se bodo udeležili štirih dvodnevni srečanj letno. Tečaj bi vključeval pregled storitvenega oblikovanja in njegovih metod, vendar bi bil predvsem osnovan na praksi (učenje prek izvajanja). Javni uslužbenci bi uporabljali scenarije iz resničnega življenja in izvajali raziskave uporabnikov za razvoj prototipa nove javne storitve. Predstavniki univerze, oblikovalskih agencij in javnih institucij bi bili zadolženi za primernost vsebine. Tuji mentorji so lahko navajeni usposabljati mentorje. Tako bi obstajal tudi medsebojni podporni sistem za mentorje (mentorji za mentorje). Ko bo tečaj testiran med 20 javnimi uslužbenci in izpopolnjen, bo lahko izpeljan še med ostalimi javnimi uslužbenci.

Ključno sporočilo za najvišje predstavnike ministrstev bi bilo 'znižanje stroškov pri razvoju storitev in transparentnost'. Sporočilo za javne uslužbence bi bilo 'uspešna in vključujoča delovna orodja'. Sporočilo za splošno javnost bi bilo 'cenimo vaš prispevek'. Indikatorji za ocenjevanje bi bili: implementirane nove storitve, zadovoljstvo državljanov z javnimi storitvami, stroškovni prihranki, spremembe v kulturi in vedenju med udeleženci tečaja ter uporaba orodij med javnimi uslužbenci pri vsakodnevem delu. Drug pregled bi bil izveden eno leto po implementaciji novih storitev. Za zagotavljanje trajnosti stroškovnih prihrankov pri izvajanju javnih storitev bodo dobički ponovno investirani v program usposabljanja. Metode storitvenega oblikovanja postanejo sredstvo za prestrukturiranje javnega sektorja ter hkrati storitev, ki jo lahko oblikovalska stroka ponudi javnemu sektorju.

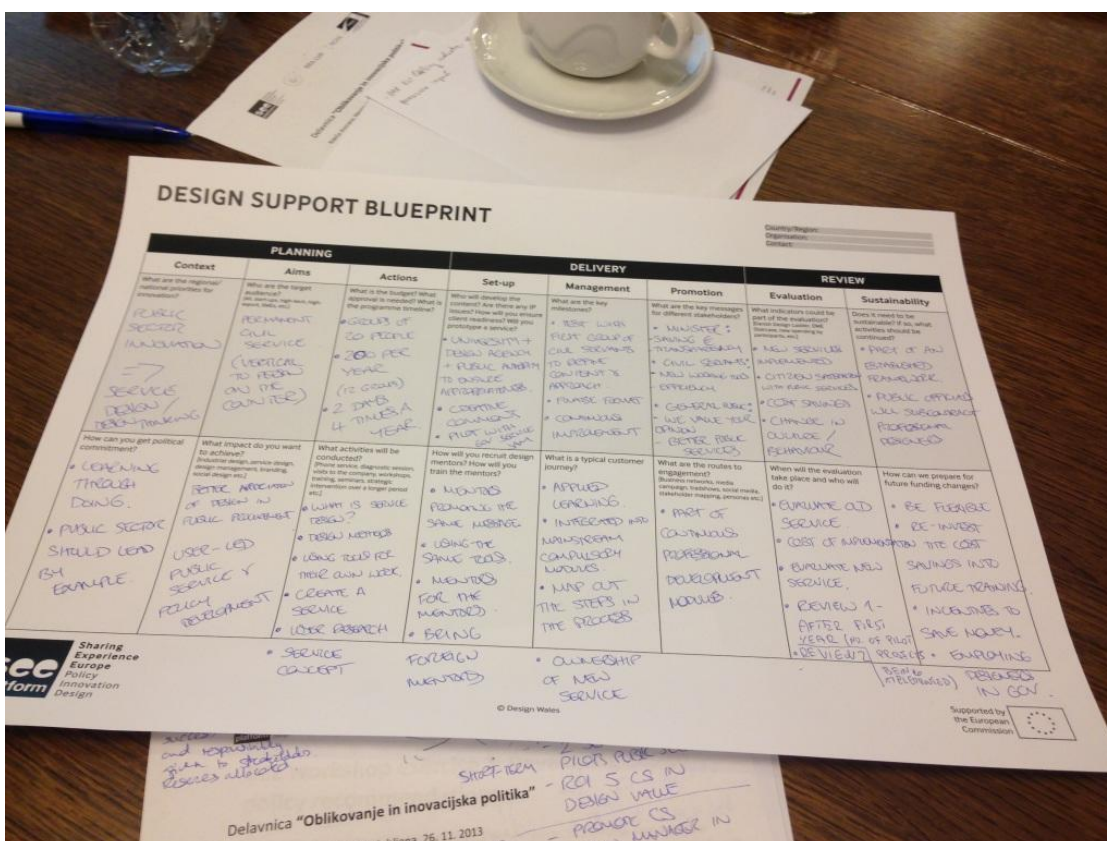
Projekt 2: Sooblikovanje javnega razpisa na področju oblikovanja

Multidisciplinarna skupina oblikovalcev, podjetnikov in javnih uradnikov bo sodelovala pri sooblikovanju javnega razpisa na področju oblikovanja, namenjenega MSP-jem, z namenom da bi ti uporabljali industrijsko in storitveno oblikovanje. Proces razvoja razpisa bi povezoval različna ministrstva in s tem predstavil oblikovalske metode in kreativno delo. Prvi razpis bi predstavljal model, ki bi lahko vodil k enostavnejšim postopkom pridobivanja nepovratnih sredstev pri ostalih programih. Nepovratna sredstva bi bila namenjena strateški intervenciji

za daljše obdobje in spodbujanje sodelovanja med oblikovalci in majhnimi podjetji. Finančno podporo bi zagotovila ministrstvo in organ upravljanja. Predviden je proračun 1,5 milijona EUR. Oblikovalci in MSP bodo morali izzive identificirati skupaj. Razvit bo niz študij primerov za predstavitev rezultatov.

Projekt 3: Podpora lesno predelovalni verigi, predvsem v delu proizvodnje produktov z višjo dodano vrednostjo

Spodbujanje povezovanja in razvoja lesno predelovalne verige je bilo identificirano kot nacionalna prioriteta. V programu za obdobje 2014–2020, vrednem 10 milijonov EUR, bodo oblikovalci povezani s podjetji iz lesno predelovalne industrije – s poudarkom na razvoju pohištva iz novih materialov. Za zagotavljanje sodelovanja pohištvenih podjetij bodo raziskane spodbude in metode, kot so sofinanciranje stroškov za pomembne sejme in predstavitevne dogodke na tem področju na globalni ravni. Ustanovljen bo programski odbor. Ključno sporočilo najvišjim predstavnikom ministrstev bo 'zaposlovanje in dodana vrednost v podjetjih'. Za MSP bo sporočilo 'donos v naložbe in dobiček'. Za oblikovalce bodo spodbude predstavljali 'novi posli in mednarodno priznanje'. Indikatorji uspeha bodo vključevali ustvarjena delovna mesta, nove visokotehnološke delovne zmogljivosti, prihodek od prodaje podjetij ter ustvarjanje novih produktov in storitev z višjo dodano vrednostjo.



Razvijanje oblikovalskega podpornega programa

Zapisnik je pripravila Anna Whicher, PDR, Cardiff Metropolitan University, 3. decembra 2013. Prevod RCKE, 8. januar 2013.