

FENNTARTHATÓSÁG ÉS DESIGN KAPCSOLATÁNAK KUTATÁSA A HAZAI BÚTORGYÁRTÁSBAN

Számos szervezet ismeri fel a fenntartható működés kialakítása nyomán elérhető környezeti, társadalmi, gazdasági előnyöket. Miközben a világban zajló események egyre több kihívással szembesítik e vállalatokat, a jelen és a túlélés biztosításán túl az innovatív cégek eszközöket, módszereket, új irányokat keresnek a jövőálló és minden tekintetben profitábilis működéshez. Korunk egyre bizonytalanabb világában megfigyelhető trend, hogy a magas design-értékű termékek, szolgáltatások és folyamatok iránti kereslet nem csökkent, a design-vezérelt vállalatok működésében számszerűsíthető többlet meghaladhatja a kétszáz százalékot. A design adott szervezeti struktúrákban való evolúciós megjelenési szintje azonban eltérő, az esztétikai kiinduló állapottól egészen a közeli virtuális tér, a meta világok hálózatáig jelen lehet, mint mindenütt megfigyelhető, értékteremtő, „nem művészeti, nem műszaki, hanem társadalmi jelenség” (prof. Stefan Lengyel).

A design alkalmazási lehetőségeit egy hétszintű evolúciós lépcső illusztrálja:

1. SZINT - ESZTÉTIKA

A design a használati értékhez kapcsolt vizuális megjelenés kialakításának eszközeként jelenik meg: jellegzetes stílus, színek és formák harmóniája, épületek külső látványelemei, belső terek, termékek, tárgyak, grafikai megjelenítés, márképítés, branding, melyet professzionális, generális szemléletű tervezők dolgoznak ki.

2. SZINT - FOLYAMAT DESIGN

A design, mint visszacsatoló folyamat-tervezés jelenik meg: szolgáltatások, élmények, környezeti feltételek kialakításában van szerepe. Megjelenik a tervezett elavulás, az intertinking. Szakspecialisták lépnek a formatervezők mellé, pl. ergonomus, színdinamikai kutató, technológusok, szemiotikusok, szociológusok, anyagkutatók.

3. SZINT - STRATÉGIAI DESIGN

A design a stratégiaalkotás eszközeként jelenik meg: a designer a vállalat tulajdonosaival/vezetőségével együttműködve teljesen vagy részben újragondolja a stratégiát és ajánlatot tesz új fejlesztési koncepciókra. Itt a fő hangsúly a versenyhelyzet érzékelésén van, a vállalat üzleti elképzeléseire és a kívánt piaci

területekhez, valamint az értékláncban betöltött jövőbeli szerepéhez viszonyítva. A designer ajánlattevő szerepet tölt be a cég menedzsmentjében, olyan pozícióban, ahol befolyásolni tudja a beruházási döntéseket. Megjelenik a szociális érzékenység és a hosszú távra tervezés nyomán az életciklusok stratégiai tervezői szemlélete kerül előtérbe.

5. SZINT - RENDSZERSZINTŰ DESIGN / MULTISYSTEM DESIGN

A design komplex társadalmi kérdések, iparági problémák megoldására vagy komplex ökoszisztémák racionalizálására alkalmazzák, mellyel rendszerszintű változásokat eszközölnek számos szervezeten keresztül. Az egyes cégek kooperatív hálózatot alkotva keresik a közös megoldásokat.



4. SZINT - SZERVEZETI DESIGN:

A design az egész vállalatra kiható változást generál, hálózatként kezeli a szervezeti egységeket és folyamataikat. Jellemző a designvezérelt vállalatirányítás, erős cégkultúra, együttműködő problémamegoldás az összetett kihívásokra (pl. Wicked Problem Solving (WPS)), olyan környezet kialakítása, ami a munkát hatékonyabbá teszi.

6. SZINT - ÖKODESIGN (ECODESIGN, SUSTAINABLE DESIGN):

Rendszerszinten is jelen van a környezettudatos gondolkodásmód, kiemelt figyelmet kap és alapvetővé válik a fenntarthatóság. A környezeti hatások csökkentésére tett erőfeszítések a vállalat teljes működési folyamatában megjelennek, a szervezetek a bölcsőtől a bölcsőig elv



- mint mindenre kiterjedő rendszer
- szellemében folytatják tevékenységüket. Tágabb értelemben nem csak az ipari tervezésre és a termékek előállításra vonatkozatható, a városi környezetek, épületek, a közgazdaságtan és a szociális rendszerek esetén szintén alkalmazható. További jellemző, hogy a hatékonyság helyett az ökohatasósság elérésére törekszik, azaz a használt és kislejtezett termékeket nem hulladékként vagy az eredetitől teljesen eltérő célra újrahasznosított anyagként kezeli, hanem zárt rendszerben forgó, többszörösen hasznosuló mesterséges anyagként.

7. SZINT - METADESIGN

A meta jelentése túlmutat a szó szerint idézhető változáson, megszokotton kívül eső. Ez a szint a korábbiaktól teljesen eltérő megközelítést kíván, hiszen ez a technológiával való kapcsolatunk következő foka, a három dimenzióssá váló internet mindent összekötő virtuális tere. Az ember, mint a szervezeteket irányító biológiai életforma önmagát és alkotásait is virtuális környezetbe helyezi, esetenként már működteti is. Itt élhet, tanulhat, dolgozhat, kikapcsolódhat, élhet közösségi vagy magánéletet, intézheti ügyeit és innen irányítja virtuális vállalkozása folyamatait is. Ez a világ már a küszöbön áll, egy év alatt napi szinten fél órával emelkedik a képernyő előtt töltött idő, és rohamosan nő az e-kereskedelem részaránya. Ahogy

az internet története is mindössze a hatvanas években kezdődött, s ma már az életünk része, úgy a meta világok jelenlétének ígérete sem csak egy gamer-vízió, hanem egy újabb game-changer, azaz sorsfordító, hatalmas innovációt megvalósító folyamat, melyhez most hibrid megoldások biztosítják az átmenetet. Már ismerkedünk az NFT piaccal (tulajdonjoggal ellátott digitális tárgyak), mely különböző tranzakciókban részt vevő harmadik feleket helyettesít, személyazonosságot is kezel. A design szerepe ezen a szinten teljessé válik, a véletlennek tere egyre kisebbre szűkül: a meta-környezetben már egy minden részletre kiterjedően megtervezett, programok és algoritmusok által optimalizált világba lépünk. A jelen folyamatait azonban itt is megjelennek, az értékesítés és vásárlás éppúgy, mint az előállítás. A szervezetek vezetőinek tehát fel kell készülni, hogy már a megkezdődő átmenet időszakában is tudással, jogi ismeretekkel, a lehetőségek és kihívások felismerésével tudjanak reagálni, stratégiát alkotni.

Jelenleg egy doktori kutatás a hazai bútorgyártás jelenét és jövőjét helyezi fókuszba a hét designszint mentén. A kreatívipar e szegmense sok tekintetben kiemelkedő jelentőséggel bír: innovatív, együttműködésen alapuló, magas hozzáadott értékű, erős fejlődési potenciállal rendelkező iparág, ahol minőségi képzések biztosítják a hazai tudás kibontakozását, miközben a felfelhasználás is több tekintetben ismét előtérbe kerül. Ezen vállalkozások kiterjesztési lehetőségeit az alkalmazható üzleti modellek vizsgálatán keresztül is támogatjuk, az art design eredményeitől egészen a metadesign által kínált jövőképig. A kutatáshoz kapcsolódó, a vállalkozások jelenlegi designszintjét beazonosító kérdőív az alábbi kód megadásával érhető el:



<https://forms.office.com/r/Kffwz5YHP>



REMÉNYI Andrea

Innovációs és üzletfejlesztési menedzser
Soproni Egyetem
Rektori hivatal
Vállalati Kapcsolatok és Innovációs Központ