

Pētniecības pieteikuma vienošanās Nr. 1.1.1.2/VIAA/1/16/125

Lietu nomenklatūra 15-9

Zinātniskās institūcijas nosaukums Latvijas Mākslas akadēmija

Pētnieks: **Dr.art. Aija Freimane**

2019.gada marts

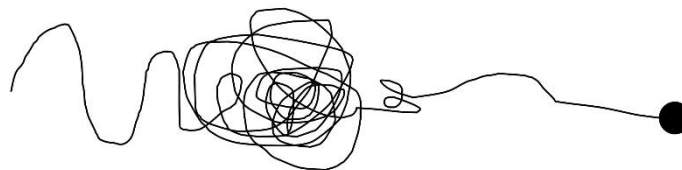
Dizaina paradigmu maiņa jaunuzņēmumu un kompetencēs balstītas ekonomikas ietekmē

Dizains vairs nav tikai gala produkts vai pakalpojuma izstrādes pieeja. Dizains ir kļuvis par biznesa un uzņēmējdarbības vajadzības un jēgas formulējumu.

Mainīgās ekonomikas un sociālās vides kontekstā, dizains ir kļuvis par analītiski informētu procesu, kur galvenā metode problēmu un iespēju identificēšanai ir datu analīze. Jaunuzņēmumu darbības vides un dizaina metožu kvalitatīvā izpēte iezīmē pāreju no ūdenskrituma metodoloģijas un dizaina domāšanas uz analītiski informētu dizainu (Freimane, 2019), kas ietver kritisko sistēmu domāšanu, antropoloģiju, psiholoģiju un daudzveidīgu radošo metožu izmantošanu.

Ūdenskrituma metodoloģijas pamatā ir dizaina domāšana kā plāns un empātija problēmas risināšanā. Šis process zināms kā divkāršā dimanta pieeja dizaina izstrādē (Lielbritānijas Dizaina padome, 2005) ar četriem galvenajiem posmiem: definēt, izstrādāt, attīstīt un piegādāt. Dizaina domāšana ir uz lietotāju vērsta metode labāka gala rezultāta sasniegšanai. Šāda dizaina procesa rezultātā top risinājums kas ir plāna un izstrādes procesa mērķis (Skat. Attēls Nr.1). Taču šāds problēmas risinājuma ceļš dizaina procesā ar dizaina domāšanas metodi nepārtraukti nereflektē nemitīgi mainīgos ārējos apstākļus, vidi, tirgu vai tehnoloģijas. Līdz ar to rezultāts, kad tas tiek piegādāts lietotājam, var nebūt vairs aktuāls.

Dizains kā gala rezultāts



definēt

izstrādāt

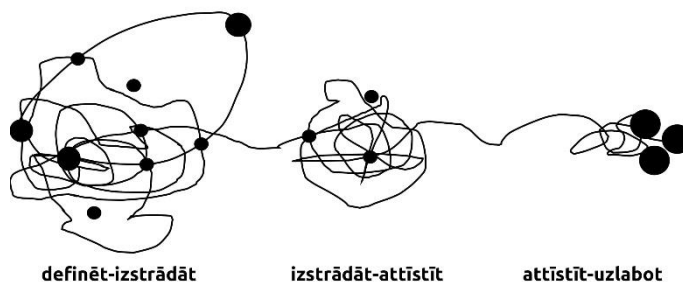
attīstīt

piegādāt

Dizaina izstrāde ūdenskrituma metodoloģijā ar dizaina domāšanu

Analītiski informēta dizaina vadīta metodoloģija LEAN un *agile* (elastīgu) procesā ir iterācija trīs galvenajos posmos: definēt-izstrādāt, izstrādāt-attīstīt un attīstīt-uzlabot. Šādā pieejā, kad produkta vai pakalpojuma dizaina izstrādes posmi pārklājas, rezultāts kā minimālais dzīvotspējas produkts var būt jebkurā posmā. Tāpat kā problēma jeb iespēja var rasties ārpus artikulētā, analītiska datu izpētes procesa rezultātā, var rasties arī vairāki rezultāti, kas atrisina problēmu (skat. Attēls Nr.2). Analītiski informētā dizaina vadītā pieejā ārējie dati un lietotāja vajadzības tiek reflektētas mainīgās ārējās vides kontekstā katrā dizaina procesa posmā. Tādējādi tiek sasniegts maksimālais labums produkta – pakalpojuma sistēmā.

Dizains kā problēmas un iespējas definējums



Analītiski informēta dizaina vadīta metodoloģija LEAN un *agile* procesā

Attēls Nr.1. Dizains kā problēmas un iespējas definējums. Autors: Aija Freimane, 2019

Dizains ir kļuvis par galveno metodi problēmas, iespēju identificēšanā kompetencēs balstītā ekonomikā. Ir iespējams diskutēt par dizaina vadītu domāšanu kā dizaina klātesamību te un tagad (*design mindfulness*), kas ir atšķirīga no dizaina domāšanas. Dizaina vadītā domāšanā pilnīga uzmanība tiek pievērsta tam, kas notiek šobrīd, tādējādi veidojot nākotni.

Kompetencēs balstītā ekonomikā dizains pievieno vērtību uzņēmējdarbības nišas, iespēju vai problēmu definēšanā. Dizains kā vērtība nosaka metodes, kādā veidā process attīstās, nevis tiek izmantots tikai pieredzes, lietojamības un gala rezultāta radīšanā. Tā kā dizaina procesa gala rezultāts var būt jebkurā attīstības posmā, analītiski informēts dizaina lietošana pārveido pašreizējās ārējās sistēmas un pakalpojumus.