

Як дизайн змінює бізнес. Зміни в структурі та процесах компаній

Ретинський А. В.

*аспірант кафедри управлінських технологій,
ВНЗ «Університет економіки та права «КРОК», м. Київ, Україна,
e-mail: retynskiyav@krok.edu.ua,
ORCID: 0000-0002-1978-2415*

Важкі часи вказують на недоліки та потребують змін. COVID-19 змусив більше співробітників працювати вдома та змусив багато компаній пристосовуватися до дистанційної праці та відносин. Війна в Україні виявила недоліки корпоративного планування. Адаптивність дизайну в мінливому середовищі робить його практику актуальною в часи змін. Організації, включаючи колись консервативні консалтингові компанії з менеджменту, фінансові установи та банки, обирають «дизайнерське мислення» як керівний принцип і розвивають власні навички дизайну. Незмінна актуальність дизайну сприяє перегляду ролі та підвищенню статусу дизайнера в сучасному суспільстві. Сектор освіти також підтримує цю сферу, з постійним розвитком і впровадженням нових шкіл дизайну по всьому світу, пропонуючи програми на всіх рівнях від технічних сертифікатів до докторських ступенів. Це значно полегшує освоєння найпоширенішої сьогодні творчої професії-дизайнера.

Ще у 19 столітті дизайн використовувався, щоб задовольнити потреби індустріальної економіки. Ця співпраця дизайну і бізнесу зробила їх нерозривно пов'язаними. Так народився сучасний дизайн і відтоді дизайн і бізнес переплелися. Перші дизайнери познайомилися з професією завдяки своїй здатності художньо чи конструктивно сприяти розробці продуктів галузі та потребам рекламної комунікації. Згодом, коли бізнес-моделі почали розвиватися, змінилася й сфера дизайну: дизайнери перетворилися зі стилістів на професійних «вирішувачів проблем». Для багатьох провідних компаній проста розробка тих самих товарів і послуг перестала вважатися достатньою гарантією успіху на конкурентному світовому ринку. Результатом є нова фаза бізнес-інновацій, зосереджена на створенні досвіду та проектуванні систем для життя, роботи та ігор. Це вимагає нового способу мислення, щоб кинути виклик існуючим бізнес-моделям, використовуючи те, що зараз називається «проривними інноваціями»: замінивши складність і високу вартість (розробка продукту та управління ланцюгом постачання) на простоту, вплив існуючих ринків, продуктів або сектора на зробити революцію завдяки зручності, доступності та доступності. У гонитві за наступним великим руйнуванням багато компаній почали використовувати процес проектування як джерело натхнення. Після кількох успішних інновацій, пов'язаних із дизайном (таких як iPhone від Apple), дизайн швидко піднявся на вершину корпоративного порядку денного з однією важливою відмінністю: тепер дизайн розглядається як сфера думки, а не як інструмент розробки.

Методи проектування, які раніше використовувалися для проектування фізичних продуктів, тепер використовуються для проектування систем, процесів, послуг, цифрових інтерфейсів, розваг, комунікацій та інших видів діяльності, орієнтованих на людину. Оскільки дизайн все більше розглядається як стратегічний ресурс, сфера впливу дизайнерів на бізнес і суспільство змінюється. Територія, де колись домінували багато незалежних студій дизайну та великих дизайнерських агентств, тепер стає все більш корпоративною та централізованою. Оскільки великі корпорації починають розглядати

дизайн як свій найважливіший корпоративний актив, вони також розуміють, що дизайн не слід постійно довіряти стороннім дизайнерським фірмам. Зростаюча тенденція до інтеграції дизайну в загальну корпоративну стратегію, потреба в конфіденційності та зростаюче занепокоєння щодо права власності на інтелектуальну власність означають, що серйозні компанії більше не можуть віддавати на аутсорсинг те, що стало справді стратегічним ресурсом. Ось чому великі корпорації, включаючи багато компаній зі списку Fortune 500, почали інвестувати у власні дизайнерські можливості.

Все більше дизайнерів беруть участь у розвитку і зростанні бізнесу, що знаменує собою нову еру в дизайні та бізнесі. Окрім дизайну продуктів, простору та комунікацій, дизайнери виходять у нову сферу — комерційний дизайн. Оскільки репутація дизайну як катализатора бізнес-інновацій зростає, дизайнерів шукають на керівні посади. Джонатан Айв (Apple, Inc.), Марк Паркер (Nike, Inc.), Девід Батлер (The Coca-Cola Company) і Тодд Сіммонс (IBM Corporation) — найвидатніші прикладами цієї тенденції. Однак слід зазначити, що цих дизайнерів просувають на керівні посади не лише тому, що вони дизайнери, а тому, що вони здатні узгоджувати дизайн з інтересами бізнесу та повідомляти, як дизайн додає цінність з точки зору бізнесу.

Завдяки методології дизайн-мислення, в основі якої знаходиться емпатія до користувача, змінюються процеси розробки нових та модифікацій існуючих продуктів. Більше часу виділяється на перевірку гіпотез завдяки тестуванню користувачів. Замість питання розробників: “як вирішити проблему?”, все частіше, ставлять питання дизайнерів: “чому виникла проблема?”. Наукова складова дизайн-мислення — це поєднання дослідження неоднозначних елементів проблеми з раціонально-аналітичним дослідженням. Ця суміш розкриває нові параметри та сприяє відкриттю альтернативних стратегій, що ведуть до інноваційних рішень. Процес відбору раціонально підкріплюється винайденням деяких потенційних рішень. Дизайн-мислення використовується, щоб зрозуміти користувачів, оскаржити припущення, переосмислити проблеми та створити інноваційні рішення, які можна прототипувати та перевіряти. Загальна мета полягає в тому, щоб визначити альтернативні стратегії та рішення, які не є очевидними на початковому рівні розуміння. Дизайн-мислення — відкриває новий спосіб мислення та пропонує ряд практичних способів, які допоможуть застосувати це нове мислення.

Список використаних джерел

1. Brown T. *Change by Design, Revised and Updated: How Design Thinking Transforms Organizations and Inspires Innovation*. Harper Business, 2019. 304 с.
2. Clarkson J. Eckert C. (2005) *Design Process Improvement: A review of current practice*. Springer London.
3. Battles K., Black M., Malouf D., Whitehead C., Bernstein G. *DesignOps Handbook*. 119 с. URL: <https://www.designbetter.co/designops-handbook>
4. Stevens E. *What is design thinking, and how do we apply it?* URL: <https://www.invisionapp.com/inside-design/what-is-design-thinking/>
5. Raju S. *What Is Design Thinking And Why Is It Important?* URL: <https://www.mygreatlearning.com/blog/importance-of-design-thinking/>
6. Muratovski G. *Paradigm Shift: Report on the New Role of Design in Business and Society*. She Ji: The Journal of Design, Economics, and Innovation.
7. Golden Krishna. *The Best Interface Is No Interface: The Simple Path to Brilliant Technology*. New Riders Pub, 2015. 242 с.
8. Gibbons S. *Design Thinking 101*. URL: <https://www.nngroup.com/articles/design-thinking/>
9. *What is Design Thinking?* Design Management Institute. URL: <https://www.dmi.org/page/WhatIsDesignThink>