

*Ph.d-afhandling af Per Krull med titlen: Designtæknings bidrag til sociale virksomheders værdiskabelse. Forsvar den 1. nov 2013 på Aarhus Universitet.*

## Resumé på dansk

Som reaktion på en verden domineret af en virksomhedscentreret, effektivitetsdrevet og profitmaksimerende tilgang til værdiskabelse, vokser der nye aktører frem med andre mål og andre værdier (Prahalad og Ramaswamy, 2002).

Indenfor et nyt socialt ansvarligt og bæredygtigt paradigme opererer de sociale virksomheder, som vil ændre verden til det bedre og samtidig tjene penge.

Empirisk tager afhandlingen netop udgangspunkt i et casestudie af seks sociale virksomheder (N1-6), der demonstrerer det mulige i at blande monetær og ikke-monetær værdiskabelse og at operere over landegrænser særligt i udviklingslande. De baserer deres værdiskabelse på en blanding af designtænkning, social interesse og indignation, skabervilje, netværk og leve-principper som ”kærlighed og tillid” eller ”ejerskab til alle”.

Formålet med afhandlingen er at undersøge, hvordan designtænkning kan bidrage til sociale virksomheders sociale og økonomiske værdiskabelse. Særligt designtænkning viser sig at være hovedleverandør til case virksomhedernes værdiskabelse.

Designtænkning forstås i denne afhandling som et verbum, og altså som en handling (at designe); vel og mærke sjældent at designe genstande og vel at mærke en handling, der indbefatter, kognitive processer, krop, følelser, intuition, materialer, metaforer mv. Altså et meget sammensat fænomen.

Designtænkning rummer som et væsentligt element fænomenet designattitude.

Hermed signaleres at ethvert nyt projekt har iboende muligheder, og at der stilles spørgsmål ved enhver problemstillings grundlæggende præmis.

Da det ikke er muligt at identificere en direkte kausal sammenhæng mellem hvert enkelt input (handling, aktiv eller anvendt ressource) og de enkelte skabte lag af værdi i en given case, antages det, at de registrerede anvendte parametre (designparametre og ikke-designparametre) tilsammen giver anledning til virksomhedens skabte værdi.

Afhandlingens litteraturstudie har til formål at kortlægge og beskrive de eksisterende litterære hovedbidrag inden for fænomenet designtænkning samt at berige casebeskrivelserne.

Ud af litteraturstudiet er udledt en teoretisk analyseramme og et analyseværktøj, bestående af 116 designparametre, der anvendes i analysen til at identificere discipliner, filosofier, principper, metoder og konkrete operationelle værktøjer hos N1-6.

Den overordnede forskningsmetode er kvalitativ; en metode, der netop besidder kvaliteten at kunne gå i dybden, i detaljen og er karakteriseret ved præcision. Case study research-metoden er valgt, da den giver mulighed for at opfange de dynamikker, der er på spil i afhandlingens seks cases, og fordi den giver et flerdimensionelt perspektiv på konteksten.

De primære resultater af projektet er følgende:

- 1) Litteraturstudiet og afhandlingens hovedanalysen viser, at designtænkning har et stort potentiale for værdiskabelse for sociale virksomheder.
- 2) Designtænkning præsenterer et komplekst og sammensat fænomen, der synes at være domineret af åbne og udsættende parametre, som f.eks. åben planlægning, men også komplekse parametre, som evnen til at genkende mønstre.
- 3) Analysen viser at en lang række af disse parametre kan lede til værdiskabelse i sociale virksomheder. Det drejer sig blandt andre om designattitude, reflektiv praksis, prototyper og tests, sproget herunder spørgsmål, facilitering, storytelling (om den sociale sag), eksploration og exploitation, systemtænkning, flydende tilstand og udkrystallisering og visualiseringer af en ønsket fremtid.
- 4) Designtænkning synes i særlig høj grad at kunne give anledning til værdiskabelse i kombination med andre discipliner og metoder, som skaberkraft, netværk, selvstændighed og stærke 'leve'- principper som: "livslykke som mål", eller via håndtering af kompleksitet.
- 5) Studiet viser at designtænkningens potentiale kan udnyttes yderligere gennem anvendelse af de mere komplekse designparametre, via identifikation af kausalitet mellem anvendt designparameter og udbytte og via opprioritering af exploitation og eksekvering.
- 6) Nogle af designtænkningens særlige styrker er det altid at sætte spørgsmål ved et problems eksisterende præmis, at inddrage og engagere interessenterne vha. partcipatorisk design og *multistakeholder value creation*.

Alle seks fokuspersoner har den treårige internationale iværksætteruddannelse hos Kaospiloterne i Århus til fælles. Analysen viser at uddannelsen samlet set udbyder et program indeholdende en omfattende mængde designfag og discipliner, samtidig med termen designtænkning ikke nævnes. Analysen viser også at uddannelsen langt fra udnytter designtænkningens potentiale fuldt ud.

Analysen afslører at såvel N1-6, som uddannelsens indhold samt i øvrigt den eksisterende litteratur om designtænkning har to ting tilfælles: 1) de prioriterer eksploration frem for exploitation og 2) de prioriterer de lettere tilgængelige parametre frem for de mere dybe kognitivt komplekse parametre.

På basis af ovenstående og med udgangspunkt i det samlede studie kan det sluttes at der eksisterer et stort potentiale for udvikling indenfor designtænkning og sociale virksomheder i såvel praksis som i teori.