



## **ДЕКЛАРАЦИЯ**

**О ПРИВЕРЖЕННОСТИ ЦЕЛЯМ НЕКОММЕРЧЕСКОГО ПАРТНЁРСТВА  
Профильное объединение развития Универсального дизайна  
«ДОСТУПНАЯ ГОРОДСКАЯ СРЕДА»**

## СОДЕРЖАНИЕ

### Оглавление

1. Краткий обзор .....	2
2. Введение .....	4
3. Что такое приверженность целям Универсального Дизайна для всех? .....	5
4. ПРЕИМУЩЕСТВА, которые приносит компаниям приверженность целям НП «ДОСТУПНАЯ ГОРОДСКАЯ СРЕДА» .....	8
5. Сотрудничество НП «Профильное объединение развития Универсального дизайна «Доступная городская среда» с компаниями .....	9
6. Требования для получения статуса «Компании, признанной «НП «Профильное объединение развития Универсального дизайна «Доступная городская среда» .....	10

## 1. Краткий обзор

Стратегическое будущее компании состоит в ее способности адаптироваться к потребностям рынка, а также к непрерывным технологическим и социальным изменениям, которые становятся все более сложными и протекают все быстрее.

Законы рынка меняются. Мы столкнулись лицом к лицу с экономикой спроса, в которой населению и обществу есть что сказать. Становится все сложнее отделить потребителей от населения. У компаний есть моральные обязательства перед населением, т.е. **социальная ответственность**. И речь идет не о каком-то новом феномене, а о новом способе предложения. В будущем, лишь немногие компании смогут отбросить эту концепцию, как важную составляющую своей стратегии.

С другой стороны, общество требует большего участия и, превыше всего, большей эффективности от государственных служб и компаний. Населению хочется, чтобы с ним обращались, как с потребителем, а не только плательщиком налогов. Ему необходимо этическое участие со стороны этих организаций, а не только эффективный механический процесс.

Одним из аспектов такого процесса перемен является форма контакта с потребителями и пользователями. Компаниям и организациям следует определить их потребности. Например, по предварительной оценке к 2025 году будет насчитываться 34 миллионов людей старше 65 лет в пределах Российской Федерации. Глобализация рынка и усиление процесса миграции ведет к многообразию культур в стране, а новые информационные технологии способствуют быстрому развитию продуктов и потребностей пользователей.

НП «Профильное объединение развития Универсального дизайна «Доступная городская среда» предлагает адаптировать окружающую среду, продукты и услуги к разным пользователям таким образом, чтобы компания, внедряющая его:

1. Развивала свой рынок в соответствии с пожеланиями потребителей и открывала новые перспективные направления деятельности.
2. Проводила совместную работу, направленную на создание равных возможностей для всех пользователей на рынке.
3. Вводила инновации в свои продукты и/или услуги.
4. Повышала свою конкурентоспособность и обеспечивала успех новых продуктов на еще более взыскательном рынке.
5. Получила социальное признание за этическое участие в процессе улучшения жизни людей.

НП «Профильное объединение развития Универсального дизайна «Доступная городская среда», некоммерческая организация, настоящим документом предлагает вашей компании принять участие в **Приверженности принципам Универсального Дизайна для Доступной городской среды**. Это касается, прежде всего, тех компаний, чья деятельность направлена на удовлетворение потребностей и ожиданий потребителя и пользователя, на улучшение процессов производства, получение положительных результатов и обнародование своих социальных обязательств.

На сегодняшний день приверженность принципам Универсального Дизайна для всех поддерживается многочисленными организациями и администрациями, как на национальном, так и на международном уровнях. Многие компании уже придерживаются этих принципов в таких сферах деятельности, как: дизайн, транспорт, телекоммуникации, городское оборудование, развлечения, туризм, и т.д. Такие компании и организации уже извлекают социальную и экономическую выгоду от внедрения Дизайна для всех.

## 2. Введение

В свете глобализации и международной коммерциализации, применение стратегии управления знаниями становится настоящей необходимостью для создания ценностей и формирования интеллектуального капитала компании. Применение Универсального Дизайна для доступной городской среды является тем фактором, который может способствовать созданию ценностей в компании, которые в свою очередь обусловят повышение качества продуктов и услуг. Такие продукты и услуги больше ценятся потребителями и пользователями и, таким образом, оказывают положительное влияние на экономический и социальный баланс.

Принципы Универсального Дизайна для доступной городской среды направлены на изменение окружающей среды, продуктов и услуг таким образом, чтобы каждый, включая будущие поколения, независимо от возраста, пола, физических возможностей, знаний и опыта, смог принимать участие в построении нашего общества на равных. Применение этих принципов в процессе создания продуктов и услуг является ключевым фактором конкурентоспособности и дифференциации для компаний, которые хотят противостоять сложностям глобализированного рынка, социальная среда которого требует все большей социальной ответственности.

Для применения Универсального Дизайна доступной городской среды в процессе разработки продуктов и услуг, необходимо учитывать два принципа:

- Использование продуктов и услуг должно быть доступно для всех пользователей.
- Убедиться, что потребности, желания и ожидания пользователей учитываются в процессе дизайна и оценки продуктов и услуг.

Чтобы использование продукта было более легким, необходимо его адаптировать к возможностям пользователя, а это значит – найти решение наиболее важным вопросам.

- Кто является потенциальными пользователями продукта и услуги?
- У кого могут возникнуть сложности с их использованием или кто совсем не сможет ими пользоваться?

Данные вопросы всегда возникают на начальной стадии проектирования, результат будет обусловлен техническими возможностями, этическими нормами дизайна и компании, экономическими факторами, тенденциями рынка, а также отношением потребителей и участников проекта.

Следовательно, предприниматель и дизайнер всегда должны помнить о том, что потребителем может быть мужчина, женщина или ребенок, любого возраста; ростом 70-210см, весом от 15 до 180кг; с нарушением зрения или слепым; с нарушением слуха или речи. Их когнитивная способность понимания языка может быть ограничена из-за инвалидности или потому что они из/в иностранном государстве; рефлексы могут быть замедлены; у них могут быть трудности с тем, чтобы сесть или встать; у них может быть на что-то аллергия, они могут быть правшами или левшами, и т.д....

Однако во время определения или разработки продукта или услуги, отвечающего потребностям каждого, следует использовать три метода:

### 1. Для всех

Например, в помещениях должны гарантироваться: безопасность, предотвращение несчастных случаев, возможность четко ориентироваться и находить направления. Следовательно, минимальная ширина дверей должна быть 0.9 м, чтобы обеспечить свободный доступ для всех, включая людей с избыточным весом, а также тех, кто передвигается с помощью костылей.

## 2. Регулируемые

У всех должна быть возможность использовать продукты и среду, которые нас окружают, с помощью устройств и механизмов, которые способствуют функциональной и пространственной адаптации, например, офисная мебель.

## 3. Адаптируемые к индивидуальным потребностям и совместимые с вспомогательными средствами/аксессуарами, которые может использовать каждый .

Продукт или услуга должны приниматься пользователем из побуждений удовлетворения, комфорта и рынка. Например, возьмем обувь, мы воспринимаем как само собой разумеющееся наличие разных размеров и полноты для одной и той же модели обуви.

Точно так же должны быть предусмотрены неизолированные альтернативные системы, которые будут способствовать совместимости продукта или услуги с уже существующими средствами на рынке. Например, когда компания или специалист проектируют веб сайт, Универсальный Дизайн должен быть внедрен, учитывающий разных пользователей, разные характеристики вспомогательных устройств/механизмов и программ для доступа к содержанию сайта (например, люди, которые пользуются КПК или слабовидящие, которые используют специальные устройства для чтения с экрана).

В любом случае, мы должны постоянно помнить о желаниях, потребностях и ожиданиях пользователей и потребителей, и это должно отражаться в конечном продукте или услуге, а не так, как это часто бывает, вспоминать о пользователе, когда продукт уже готов к выходу на рынок или к запуску.

Кто-то может подумать, что учет разных пользователей и их потребностей при разработке продукта и услуги, увеличивает конечную стоимость продукта. Однако, с одной стороны, было продемонстрировано, что с учетом этих «концепций», стоимость увеличивается не более чем на 2% от общей стоимости разработки продукта или услуги, и, с другой стороны, легко перекрывается увеличивающимся количеством потребителей и гарантированным успехом.

И наконец, важно, чтобы компания устанавливала и продвигала систему обратной связи с целью получения отзывов пользователей о реальной работе продукта или услуги для того, чтобы улучшить их или избежать ошибок в будущем.

Вопреки тому, что некоторые могут думать, соблюдение этих этапов не означает более высокую стоимость или замедление процесса проектирования, а как показывает опыт, наоборот экономит деньги, время и увеличивает продажи. Таким образом, существуют оправданные причины для изменения подхода к процессу разработки продукта или услуги.

## **3. Что такое приверженность целям Универсального Дизайна для всех?**

Компания, столкнувшаяся лицом к лицу со всем многообразием окружающей среды в таких сферах, как экономика и маркетинг, этика и устойчивость, общество и культура, и наконец, научно-технический прогресс, должна уметь предвосхищать, мгновенно реагировать на любые перемены в каждой области, объективно оценивать окружающую среду, сопоставлять со своими стратегическими планами, решать любые трудности, с которыми сталкивается, надлежащим образом.

Точно так же потребность в непрерывном развитии требует от компаний, потребителей и пользователей более высокого понимания вопросов энергосбережения, потребления и переработки сырья.

НП «Профильное объединение развития Универсального дизайна «Доступная городская среда» увеличивает срок работы продукта, а также количество потенциальных пользователей, внося свой вклад в реальность социального, научно-технического и экономического развития в каждой стране.

Именно это предлагает Партнёрство компаниям посредством **«Приверженности целям Универсального Дизайна для всех и организации Доступной городской среды»**, в целях совместной обработки всех полученных отзывов, чтобы найти ответ, включающий решения всех задачи, ожидания заказчиков и участников проекта, удовлетворяющий их экономическим потребностям, а также отвечающий сегодняшним ценностям, т.е. качеству, устойчивости и профессиональной этике.

**Приверженность целям Универсального Дизайна для всех – это планомерный процесс, который включает пользователей и потребителей, этические ценности инноваций в организации компании посредством Действующего Плана Внедрения.**

Более кратко - Приверженность целям Универсального Дизайна для всех можно сформулировать, как обязательство, которое берет на себя компания, адаптировать свои услуги, продукты и системы организации к возможностям, потребностям и ожиданиям всех пользователей и потребителей посредством принципов Дизайна для всех.

Все компании, которые внедряют и разрабатывают принципы Универсального дизайна и организации доступной городской среды посредством Приверженности целям Универсального Дизайна, получают статус **«Компании, признанной «НП «Профильное объединение развития Универсального дизайна «Доступная городская среда»»**.

## ОТВЕТ ЧЛЕНА ПАРТНЁРСТВА НА ОБСТАНОВКУ ОКРУЖАЮЩЕЙ СРЕДЫ



## ЧЛЕН ПАРТНЁРСТВА ОБРАБАТЫВАЕТ ОБСТАНОВКУ ОКРУЖАЮЩЕЙ СРЕДЫ ПОСРЕДСТВОМ ДИЗАЙНА ДЛЯ ВСЕХ



#### 4. ПРЕИМУЩЕСТВА, которые приносит компаниям приверженность целям НП «ДОСТУПНАЯ ГОРОДСКАЯ СРЕДА».



Приверженность целям Универсального Дизайна обеспечивает компаниям следующие преимущества:

- **Увеличивает количество потребителей и пользователей**, принимая во внимание все многообразие пользователей, отличающихся физическими, когнитивными, сенсорными, размерными и культурными характеристиками. С течением жизни пользователи меняются, и как следствие, меняется их отношение.
- **Увеличивает удовлетворение потребностей пользователя и потребителя**, и кроме того, повышает доверие к компании.
- **Увеличивает качество продуктов и услуг** посредством применения Дизайна для всех в процессе разработки, и таким образом увеличивает значимость компании в глазах административных органов, поскольку они могут по достоинству оценить усилия, прилагаемые для адаптации продуктов и услуг для всех жителей.
- **Максимизирует успех запуска нового продукта**, поскольку пользователи будут принимать участие в его разработке, и более того, он будет высоко оценен с самого начала.
- **Увеличивает конкурентоспособность компании**, определяя возможности рынка, трансформируя их в коммерческую деятельность и предвосхищая перемены, которые могут косвенно повлиять на коммерческую деятельность и конкурентов.
- **Увеличивает способность компании к инновациям.**
- **Увеличивает разумное потребление и экономит деньги в процессе разработки продуктов и услуг.**
- **Улучшает коммуникацию** между различными отделами компании.

- **Улучшает сотрудничество между компаниями** в рамках одной сферы деятельности, а также в разных областях, улучшая их стратегическое союзничество и инновации.
- **Увеличивает удовлетворенность и участие сотрудников**, поскольку внедрение Дизайна для всех предоставляет средства для разрешения конфликтов и затруднительных положений, которые часто возникают и решение которых является ключевым вопросом надлежащего управления компанией.
- **Увеличивает престиж и улучшает имидж компании**, которая своими обязательствами преследует социально положительные цели.
- **Увеличивает доверие потребителя к компании**, поскольку ее деятельность контролируется независимой, высоко признанной и уважаемой организацией такой, как НП «Профильное объединение развития Универсального дизайна «Доступная городская среда»».

Более того, столкнувшись с равнодушием потребителей при выпуске новых продуктов, несмотря на повышенную рекламу, а также огромную конкуренцию при выводе нового продукта на новые рынки, многие компании решили изменить свою стратегию и подключиться к совместной работе с НП «Профильное объединение развития Универсального дизайна «Доступная городская среда» в своих основных принципах работы, а это значит изменение в разработке продукта, равно как и в маркетинговой стратегии.

## **5. Сотрудничество НП «Профильное объединение развития Универсального дизайна «Доступная городская среда» с ЧЛЕНАМИ ПАРТНЁРСТВА**

НП «Профильное объединение развития Универсального дизайна «Доступная городская среда»» предлагает компаниям сотрудничество в следующих направлениях:

- Оценка текущей ситуации и Анализ преимуществ и возможностей компании для определения областей и видов деятельности, удовлетворяющих критериям Универсального Дизайна и организации доступной городской среды.
- Рекомендации специалистов для осуществления на практике принципов Дизайна для всех и изучения предложений общего порядка, а также для незамедлительного действия. Как только между компаниями будет достигнута договоренность по этим предложениям, будет разработан План по внедрению и, как следствие, достигнут баланс между качеством и результатом. Таким образом, компания сможет получить статус «Компании, признанной членом Партнёрства».
- В распоряжение компаний будут предоставлены специалисты из разных областей Универсального Дизайна, действующие в качестве посредников между компаниями, которые признаны Партнёрством, для разработки и выполнения проектов, обеспечения жизнеспособности и определения стратегических путей внедрения Универсального Дизайна во все процессы.
- Освещение положительной практики компании на веб сайте НП «Доступная городская среда» на национальном и международном уровнях.
- Предоставление контактных реквизитов, сравнительная оценка и выполнение совместных проектов с другими компаниями, признанными партнёрами НП «Профильное объединение развития Универсального дизайна «Доступная городская среда»».
- Благоприятствовать и укреплять внедрение Универсального Дизайна для всех в повседневную деятельность компании, а также, координировать работу различных специалистов, связанных с процессом производства, таким образом, чтобы НП «Профильное объединение развития Универсального дизайна «Доступная городская среда» был подключен еще на начальном этапе, обеспечивая успех продуктов.

- Информация о возможных грантах или субсидиях, а также программах, которые облегчают внедрение Универсального Дизайна для всех в компании.
- Учебные курсы, предназначенные для специалистов разных сфер деятельности компании для внедрения Универсального Дизайна в организации доступной городской среды.

## **6. Требования для получения статуса «Компании, признанной НП «Профильное объединение развития Универсального дизайна «Доступная городская среда»**

Для того чтобы компании были признаны Партнёрством, кроме внедрения принципов Универсального Дизайна для всех и выполнения обязательств перед НП «Профильное объединение развития Универсального дизайна «Доступная городская среда», компании должны также строго придерживаться следующих процессов:

1. НП «Профильное объединение развития Универсального дизайна «Доступная городская среда» проведет:

- **Оценку текущей ситуации**, которая поможет целенаправленно определить те области и сферы деятельности, которые уже удовлетворяют критериям Дизайна для всех.
- **Анализ преимуществ/возможностей** всех сфер деятельности в пределах компании, который позволит определить возможности и преимущества, вытекающие из применения принципов Универсального Дизайна в организации Доступной городской среды.
- **Предварительное предложение общего порядка**, а также предложение незамедлительных действий, которые должны быть утверждены компанией в целях определения и разработки Плана внедрения для выполнения «Обязательств Дизайна для всех».

2. Как только данные предложения и обязательства по внедрению Универсального Дизайна для всех будут приняты компанией, **Соглашение о сотрудничестве** (приложение 1) будет подписано между НП «Профильное объединение развития Универсального дизайна «Доступная городская среда» и компанией одновременно с подписанием **Декларации о приверженности целям Универсального Дизайна для всех и организации доступной городской среды** (приложение 2) представителем компании. В данной декларации выражается воля о внедрении Дизайна для всех на всех уровнях компании и принятии участия в процессе внедрения для распространения Приверженности целям Дизайна для всех среди своих заказчиков и пользователей посредством обычных каналов связи.

3. Следовательно, должен быть назначен **Координатор по работе с Партнёрством** (приложение 3), который будет нести ответственность за процесс разработки и применение Дизайна для всех на всех организационных уровнях компании и, кроме того, за действия/задачи, которые должны быть выполнены.

4. Компания-заявитель должна будет вносить ежегодный взнос в Партнёрство. Данный взнос предусматривает, что НП «Профильное объединение развития Универсального дизайна «Доступная городская среда» будет ежегодно:

- а) Предлагать компании проводить мероприятия связанные с принципами Универсального Дизайна для непрерывной разработки «Приверженности целям НП «Профильное объединение развития Универсального дизайна «Доступная городская среда» и поддержания статуса «Компании, признанной членом НП «Профильное объединение развития Универсального дизайна «Доступная городская среда».
- б) Освещать положительную практику компании на веб сайте НП «Профильное объединение развития Универсального дизайна «Доступная городская среда», а также среди национальных и международных организаций, которые поддерживают Партнёрство.

- в) Награждать компанию «Официальной почетным знаком» отличия, указывающим, что «Компания, признана членом НП «Профильное объединение развития Универсального дизайна «Доступная городская среда», сразу после окончания внедрения Дизайна для всех в течение текущего года.
- г) Предоставлять компании доступ к закрытой части сайта Партнёрства, в которой находится информация, необходимая для применения на практике Дизайна для всех в компании.
- д) Облегчать налаживание контактов с компаниями и специалистами в пределах разных подразделений НП «Профильное объединение развития Универсального дизайна «Доступная городская среда», чтобы у компании была возможность получать профессиональные специализированные рекомендации по проектам.
- е) Предоставлять первоочередное участие компании во всех видах деятельности, которые будет вести Партнёрство в будущем.
- ж) Сообщать компании о возможных грантах, субсидиях и программах, на которые она сможет подать заявку, чтобы облегчить внедрение Универсального Дизайна в организацию доступной городской среды.
- з) Разрешить компании использовать фирменный логотип Партнёрства в целях обнародования своего статуса «Компании, признанной членом НП «Профильное объединение развития Универсального дизайна «Доступная городская среда» в своих печатных материалах, проектах и каналах связи.

Компания может лишиться статуса «Компании, признанной членом «НП «Профильное объединение развития Универсального дизайна «Доступная городская среда»:

1. Если процесс приверженности целям не достигнут.
2. Если компания прекращает План внедрения.
3. Если обнаружено мошенничество при выполнении требований.
4. Если не уплачен ежегодный взнос.
5. Если Члену Партнёрства не удастся соблюдать правила распространения фирменного образа Некоммерческого партнёрства «Доступная городская среда»

Подпись уполномоченного лица:

\_\_\_\_\_ (\_\_\_\_\_)

Дата « \_\_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2014 года