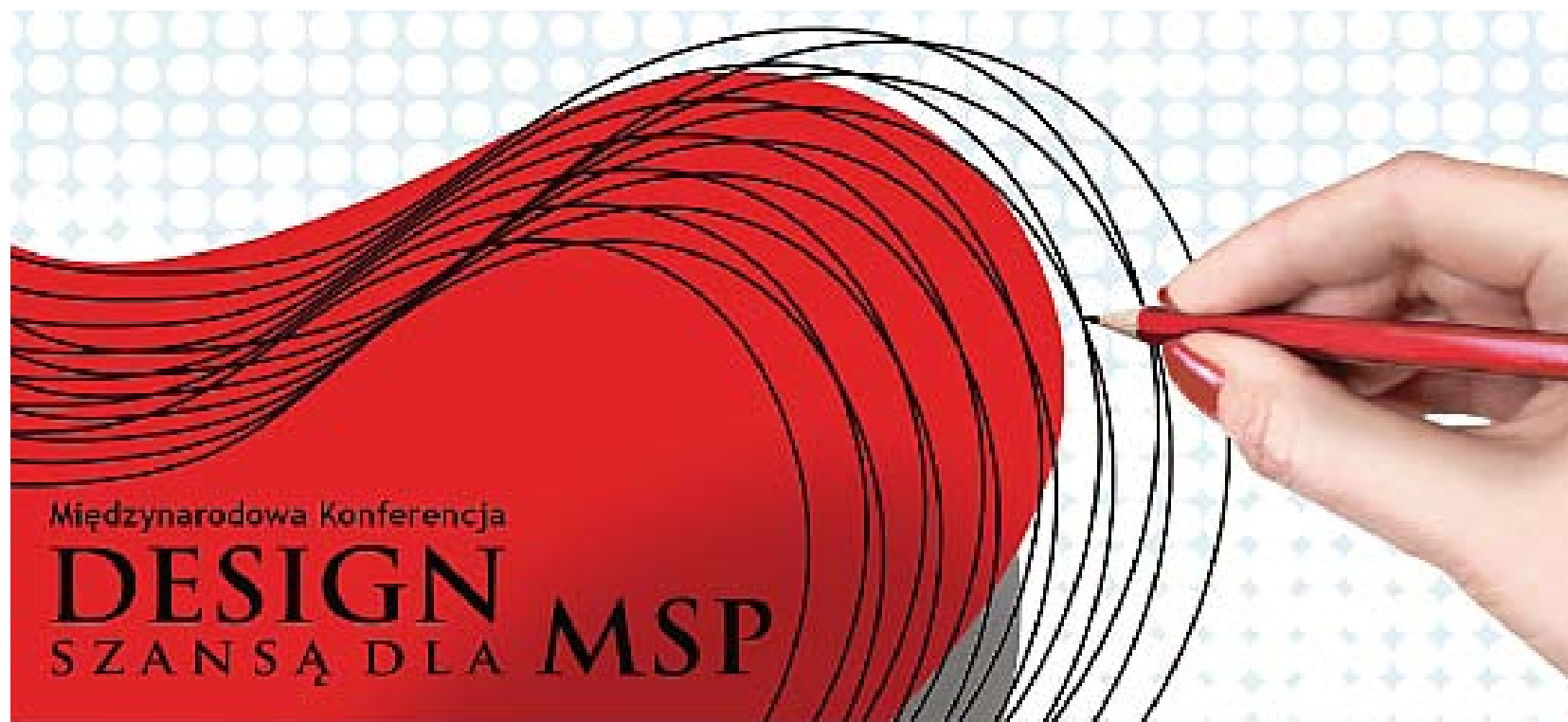


VI międzynarodowa konferencja Innowacyjność Kobiet w Nowoczesnej Gospodarce - Design szansą dla MŚP

Panel II - Współpraca MŚP z projektantami Firmy MŚP szansą dla Dizajnu.

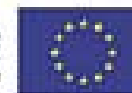


INNOWACYJNA
GOSPODARKA
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI



URZĄD PATENTOWY
REPUBLICYKI POLSKIEJ

UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI FUNDUSZ
ROZWOJU REGIONALNEGO



Program:

<http://www.uprp.pl/o-wydarzeniu/Menu09,764,27,index,pl/>

Jak zwiększyć efektywność współpracy przedsiębiorca – projektant?

Badania rynku i potrzeb użytkownika. Inwestycja w design a osiągnany zysk

Moderator: Zdzisław Sobierajski, przedsiębiorca, animator współpracy z projektantami, Polska

Goście panelu:

Jonathan Ball, Design Council, Wielka Brytania

Niti Bhan, założycielka i właścicielka, Emerging Futures Lab, Indie

Wojciech Dominik, Dyrektor, Uniwersytecki Ośrodek Transferu Technologii, Uniwersytet Warszawski, Polska

Anna Vonhausen, Projektantka, SITAG Formy siedzenia Sp. z o.o., Polska

Frank Zierenberg, Menedżer Projektu i Kierownik Oddziału, iF international Forum Design, Niemcy

Design to praca zespołowa.

“Design to praca zespołowa. Tu w Wielkopolsce odnajdziemy ją w tradycji rzemieślniczych cechów, ale także w codzienności wielu lokalnych przedsiębiorstw, które swój sukces zbudowały na kooperacji i współpracy”

Anna Vonhausen, Dyrektorka kreatywna marki SITAG - Red Dot winner 2012.

“Współczesny design produktowy polega na projektowaniu współpracy zespołów i budowaniu dobrych relacji pomiędzy ludźmi. Produkty powstają przy okazji takich procesów.”

Zdzisław Sobierajski - przedsiębiorca

“Jak dobrze zrozumieć problem to dobrze zaprojektuję produkt.”

Paulina Kordos - projektantka aparatury medycznej - Red Dot winner 2011 i 2012, German Design Award nominate 2012

“Design błahych przedmiotów przestał mieć wartość i sens.”

Piotr Voelkel - przedsiębiorca

Projektowanie polega na definiowaniu problemów i poszukiwaniu sensownych rozwiązań.

Proces zaprojektowania współpracy дизайнера z MŚP nie różni się niczym od procesu zaprojektowania wygodnego krzesła.

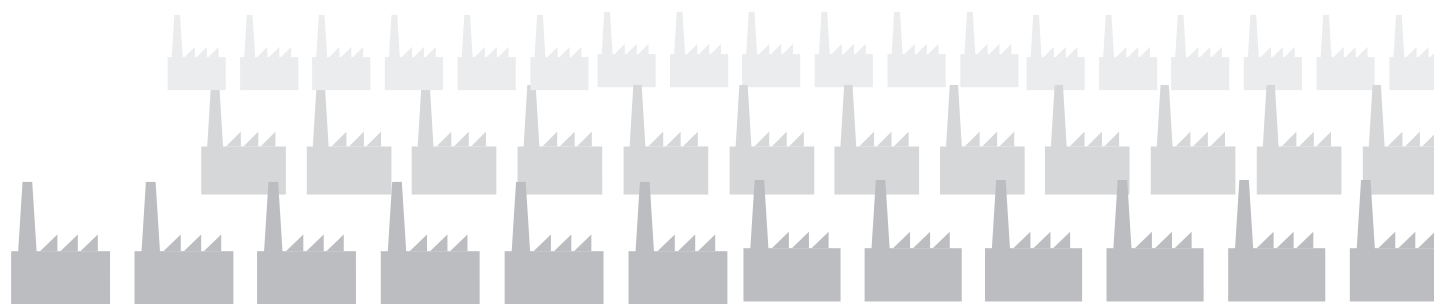


W Polsce jest półtora miliona małych i średnich firm, które często posiadają unikatowe technologie.

15% z nich deklaruje że wdrażają innowacje.

Jeśli tylko 10% z tych firm podejmie współpracę z projektantami to stworzą 150 tys. nowych miejsc pracy.

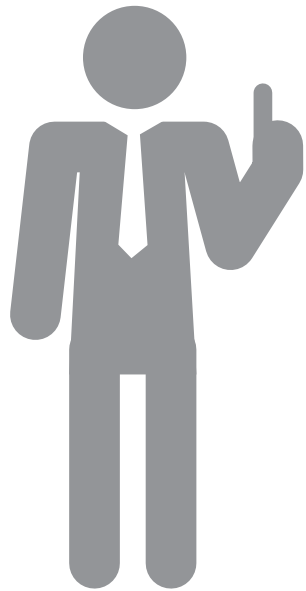
Skoro ponad 300 absowentów dizajnu corocznie kończy studia, to dlaczego tylko 10 % z nich pozostaje w zawodzie?



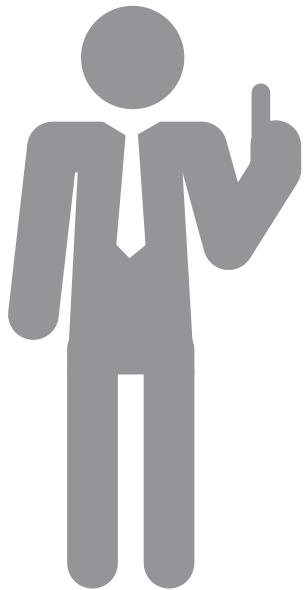
Absolwent



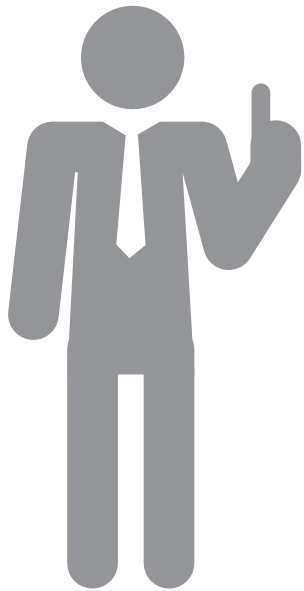
Pouczanie właścicieli firm MŚP o zbawiennej roli dizajnu zwykle się nie sprawdza.



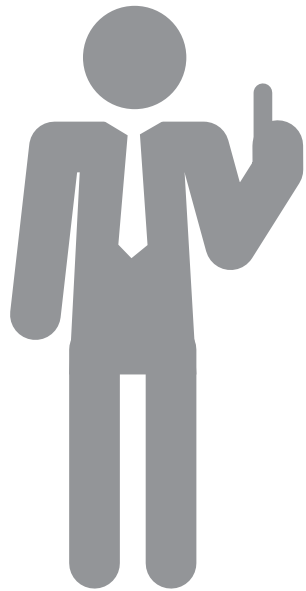
Pouczanie właścicieli firm MŚP o zbawiennej roli dizajnu zwykle się nie sprawdza.



Pouczanie właścicieli firm MŚP o zbawiennej roli dizajnu zwykle się nie sprawdza.



Pouczanie właścicieli firm MŚP o zbawiennej roli dizajnu zwykle się nie sprawdza.



Często polski biznes i polscy dizajnerzy to dwa “Światy równoległe”.



designerzy

firmy MŚP

Co zobaczy przedsiębiorca na wystawach dizajnu?



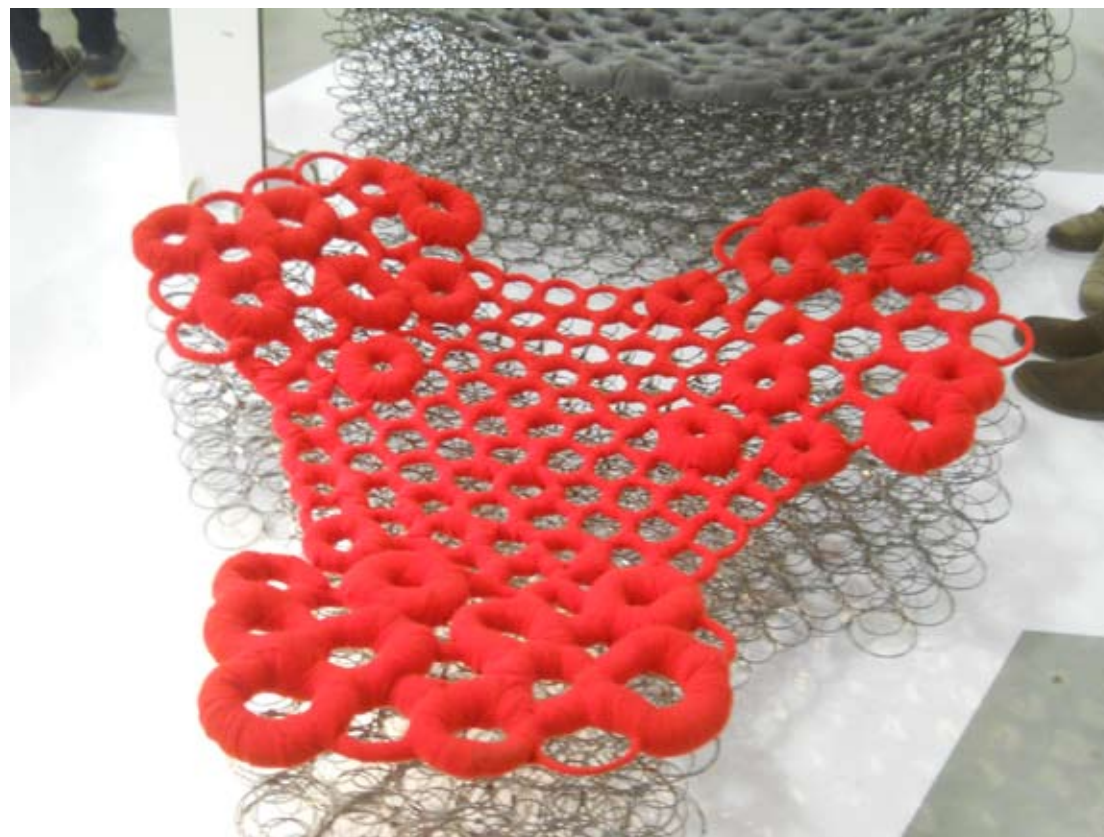
Co zobaczy przedsiębiorca na wystawach dizajnu?



Co zobaczy przedsiębiorca na wystawach dizajnu?



Co zobaczy przedsiębiorca na wystawach dizajnu?



Promując dizajn tworzymy podaż ale nie generujemy popytu.



Reklama i promocja dizajnu to droga do nikąd. W efektywnej gospodarce lepiej jest wzmacniać popyt.

Publiczne środki inwestujemy w firmy MŚP. Wtedy one wygenerują popyt na dizajn.

Sektor MŚP jest miejscem pracy dla 68,9% wszystkich zatrudnionych w polskiej gospodarce.

Ten wskaźnik jest nieznacznie wyższy niż średnia Europy (67,4%).

87% Firm MŚP wykorzystuje własne środki do finansowania swego rozwoju

19% korzysta z kredytu bankowego

6% z leasingu

tylko 1% firm MŚP wspiera inwestycje dotacjami krajowymi i unijnymi

źródło: Broszura PARP Małe i średnie przedsiębiorstwa w Polsce na tle świata, Unii europejskiej i państw regionu. str22 akapit 5.

15% firm polskich firm SME deklaruje wdrażanie innowacji

16% węgierskich

20% słowackich

34% czeskich

68% niemieckich deklaruje wdrażanie innowacji

Firma szwedzka (Szwecja jest liderem Europy) przeznaczą na R&D ponad 3 mld EUR.

Polska firma MŚP wdrażająca innowacje liczy przeciętnie 10 pracowników i przeznaczą na R&D 809 tys EUR.

Poziom przeżywalności polskich MŚP jest jednym z najniższych w Europie.

MŚP to firmy rodzinne - w 2009 roku w 74% tych firm pracowali wyłącznie właściciele i członkowie ich rodzin a przeciętne zatrudnienie nie przekraczało 4 osób.

Wśród nowych MŚP pierwszy rok przeżywają trzy, na cztery nowopowstałe firmy. (77%)

Firmy sektora MŚP mają ogromny potencjał rozwojowy.

Kim są właściciele MŚP?

Dwie, na trzy firmy MŚP zakładają mężczyźni.

Co trzecia firma zakładana jest przez osoby przed 30-tką.

Firmy MŚP najczęściej podejmują kooperację jedynie w zakresie zakupu i sprzedaży.

Bardzo rzadko angażują się we wspólne projekty prorozwojowe (R&D i Design)

Polskie firmy cechuje niska skłonność do zrzeszania się.

Tylko 8% firm MŚP potwierdza członkostwo w jakiegokolwiek organizacji biznesowej.

Zapraszam do dyskusji:

Jakie praktyczne działania i programy są adresowane do firm MŚP?

Czy instytucje wspierające MŚP opierają swoje programy na rzetelnym badaniu potencjału i potrzeb?

Czy dla małej firmy dizajn, to zbędny koszt czy planowa inwestycja w promocję marki i rozwój portfolio produktów?

Jak firma MŚP może zarobić pieniądze na dizajnie?

Czy źle zaprojektowany re-design może zrujnować małe przedsiębiorstwo?

Jakie są bariery mentalne i kompetencyjne współpracy przedsiębiorcy z projektantem?

Czy dizajnerzy potrafią otworzyć drzwi do MŚP? A może łatwiej będzie wykuć dziurę i zaprojektować nowe wejście?

Re-branding i opracowanie nowej strategii, jako mocny fundament kolejnego etapu rozwoju firmy.

Jonathan Ball zaprezentował program rebrandingu brytyjskiej firmy transportowej która w efekcie współpracy z grupą dizajnerów nie tylko zmieniła identyfikację wizualną marki ale, jak podkreślają właściciele firmy, zmieniła mentalność zarządu i wszystkich pracowników. Wrożono efektywną strategię rozwoju marki.

Punktem wyjścia były badania potrzeb klientów oraz analiza mocnych stron firmy. Dzięki temu dizajnerzy razem z pracownikami firmy udoskonalili komunikację, poprawili serwis oraz zaprojektowali nowe usługi.

W pierwszym roku Firma osiągnęła przychód z nowych transakcji i pozyskanych klientów wielkości pół miliona funtów, przy inwestycji w dizajnerów na poziomie 40 tys funtów.

Jonathan podkreślił że najważniejsza korzyść ze współpracy z dizajnerami jaką podkreślali właściciele, to “edukacja świadomości” kierownictwa oraz pracowników firmy.



Jonathan Ball

Współpraca MŚP z projektantem na rynkach wschodzących. Im wcześniej tym lepiej!

Niti Bhan opowiadała o swoich doświadczeniach na rynkach wschodzących, szczególnie w Afryce Południowej. Zwróciła uwagę na mentalność właścicieli małych firm, którzy zwykle są przekonani że strategie, dizajn i budowa marki są przeznaczone tylko dla dużych przedsiębiorstw.

Trzeba dostrzec rolę dizajnera jako człowieka skupionego na zaprojektowaniu rynkowego produktu czy usługi, z jego umiejętnością w zakresie badań potrzeb użytkownika, szybkiego prototypowania, oraz wiedzy do rzetelnej analizy tego, co rynek chce i potrzebuje.

Gdy Dizajner jest partnerem przedsiębiorcy, to firma nie może być zbyt mała lub nie będzie zbyt wcześnie, by wnieść jego umiejętności w planowanie strategii rozwoju małego biznesu.

Im wcześniej właściciele i dizajnezry zaczną współpracę tym lepiej to zaprojektują. Szybciej zarobią pieniądze.

**Founder and Owner,
Emerging Futures Lab**



Niti Bhan

Znaczenie dizajnu w rozwoju marki.

Anna Vonhausen opowiadała o roli projektantów w rozwoju marki SITAG. Trzy fotele nagrodzone Red Dot powstały jako synergia współpracy dizajnerów, technologów, handlowców i pracowników produkcyjnych.

Pani Anna podkreślała ogromną odpowiedzialność zarządu firmy przy podejmowaniu decyzji o projektowaniu i finansowaniu wdrożenia nowych produktów.

Z punktu widzenia inwestora, strona kosztowa przedsięwzięcia jest najważniejszym kryterium. Design musi dawać wymierne zyski. Porażek, akcjonariusze nigdy nie wybaczą.

Ergonomia, ekonomia i funkcjonalność są podstawą rozwoju marki, a całość takiego procesu jest solidnie oparta na networkingu i dobrych relacjach z klientami, pracownikami oraz dostawcami.



Anna Vonhausen

Dizajnerzy projektują dla sławy a przedsiębiorcy dla pieniędzy.

Frank Zierenberg zaprezentował pozycję i historię konkursu IF Design Award. W odróżnieniu od Red Dot są tam zgłaszane wyłącznie produkty przemysłowe. (industrial design)

Pomimo tego że rynek niemiecki, w obszarze współpracy firm z dizajnerami jest postrzegany jako wzorcowy, to jednak częste są przypadki nieporozumień wynikających z różnych podejść do projektowania produktu czy usług. (dizajnu).

Frank podkreślał że wielu niemieckich dizajnerów ma artystyczne podejście do swojej pracy, co często nie znajduje zrozumienia u właścicieli małych firm.

Przytoczył wyniki ankiety w której firmy MŚP wypowiedziały się czego oczekują od dizajnera. Innowacyjność i kreacja były na dalekich pozycjach.

Na pierwszym miejscu była **terminowość!!!**



Frank Zierenberg

Programy stażowe wpływają na wzrost zatrudnienia absolwentów.

Profesor Wojciech Dominik z Uniwersytetu Warszawskiego, zaprezentował pracę Uniwersyteckiego Ośrodka Transferu Technologii, ideę oraz efekty realizowanego przez tą instytucję programu "Staż dla innowacji".

W tym projekcie, pozyskano kilkadziesiąt firm które opracowały własne programy stażowe kierując się swoimi wewnętrznymi potrzebami. Z drugiej strony UOTT zatrudnił ponad setkę absolwentów UW i skierował ich do pracy w tych firmach. Całość przedsięwzięcia była finansowana ze środków publicznych. Firmy nie ponosiły żadnych kosztów, a stażyści otrzymywali wynagrodzenie z UOTT na poziomie średniej krajowej. Stażyści nie "nosili kawy" tylko wykonywali powierzoną im pracę zgodnie z wcześniej przygotowanym i zaakceptowanym programem stażu. Obie strony były monitorowane i rozliczane z realizacji tej współpracy. Stażyści musieli wykonać konkretną, potrzebną firmie robotę.

W efekcie dobrych relacji i efektywnej współpracy aż 90% stażystów dostało propozycję pracy i zostało zatrudnionych w tych firmach.

Zastanawiający jest fakt, że mimo starań UOTT, w kolejnych latach nie uzyskał środków na realizację staży w takiej formule.



prof. Wojciech Dominik





Created in Poland

Podsumowanie:

To, co łączyło wypowiedzi panelistów można by zawrzeć w takim zdaniu:

Najtrudniej jest zaprojektować dobrą relację dizajnera z przedsiębiorcą.

Gdy to się już stanie, to potem są już tylko same korzyści dla obu stron.

Ważnym czynnikiem wspomagającym proces otwierania się właścicieli MŚP na współpracę z dizajnerami, jest prezentowanie dobrych przykładów efektywnej współpracy nawiązanych przez inne (podobne) firmy.

Dizajnerzy współpracujący z firmami MŚP muszą zadbać o wymierne efekty ekonomiczne takiej współpracy. Małe firmy nie mają budżetów na "drugie podejście" a dizajnerzy muszą zrozumieć specyfikę funkcjonowania takich firm. Szkoły Dizajnu tego nie uczą. Trzeba się dogadać. Programy stażowe są najbardziej efektywną drogą do nawiązania stałej współpracy firm i absolwentów.

Powinniśmy dbać o rozwój popytu na dizajn. Dotychczasowe finansowanie i promocja dizajnerów oraz dizajnu, generuje podaż ale nie wygenerowało popytu na dizajn. Dlatego inwestujemy i wspieramy MŚP. Tam powstaną dziesiątki tysięcy miejsc pracy dla absolwentów polskich szkół. Dizajn (produktu, usług, marki) najlepiej zacząć w momencie startu nowej firmy. Dla dizajnu nie ma zbyt małych firm.

Dizajn w małej firmie jest bardziej efektywny niż w wielkim koncernie. Dlatego warto współpracować.

Dizajn nie jest samoistną wartością. Budujemy efektywne relacje. Pracujemy zespołowo. Tylko praca w zespole pozwoli zarobić pieniądze. Zespołowe zaprojektowanie sukcesu rynkowego produktu czy usługi, przyniesie dochody właścicielowi MŚP oraz da pracę dla dizajnerów.

Promocja Dizajnu nie przysporzy pracy dizajnerom. Najlepszą rekomendacją dizajnu są półki sklepowe z dobrze zaprojektowanymi produktami. Projektujemy zyski firm sektora MŚP. Nowe produkty oraz miejsca pracy dla dizajnerów powstaną przy okazji takich procesów.

Dziękuję za Państwa uwagę.

Zdzisław Sobierajski

www: sobierajski.pl

e-mail: biuro@sobierajski.pl



Materiały zawarte w tej prezentacji pochodzą z recyklingu innych prezentacji ;-)