

2015

Diagnoza stanu
design

PROJEKTANCI design managerowie

26/03/15

Diagnoza stanu design w Polsce

projekt realizowany na zlecenie Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości w ramach *Ewaluacji zapotrzebowania na wsparcie w zakresie wzornictwa przemysłowego (dizajnu)*, finansowany z środków pomocy technicznej POIG.

Celem badania jest identyfikacja:

- specyfiki rynku design-u w Polsce;
- praktyk związanych z wykorzystaniem design-u w polskich przedsiębiorstwach
- korzyści dostarczanych przedsiębiorstwom przez design;
- barier rozwoju oraz wykorzystania design-u w Polsce.

Niniejszy raport jest jednym z elementów badania **Diagnoza stanu design**
www.parp.gov.pl/design

badanie zrealizowano na przełomie 2014/2015 roku na grupie 281 respondentów w tym:

- **239 projektantów**
- **54 design managerów**
zastosowano technikę CAWI (Computer-Assisted Web Interview)

Wsparcia w zakresie realizacji badania oraz konsultacji narzędzia badawczego udzieliły:

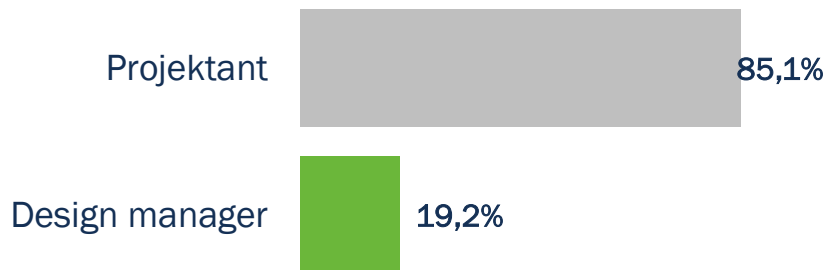


CHARAKTERYSTYKA

(respondentów)

Charakterystyka respondentów

Respondent, (N=281)



Status zawodowy: (N=281)

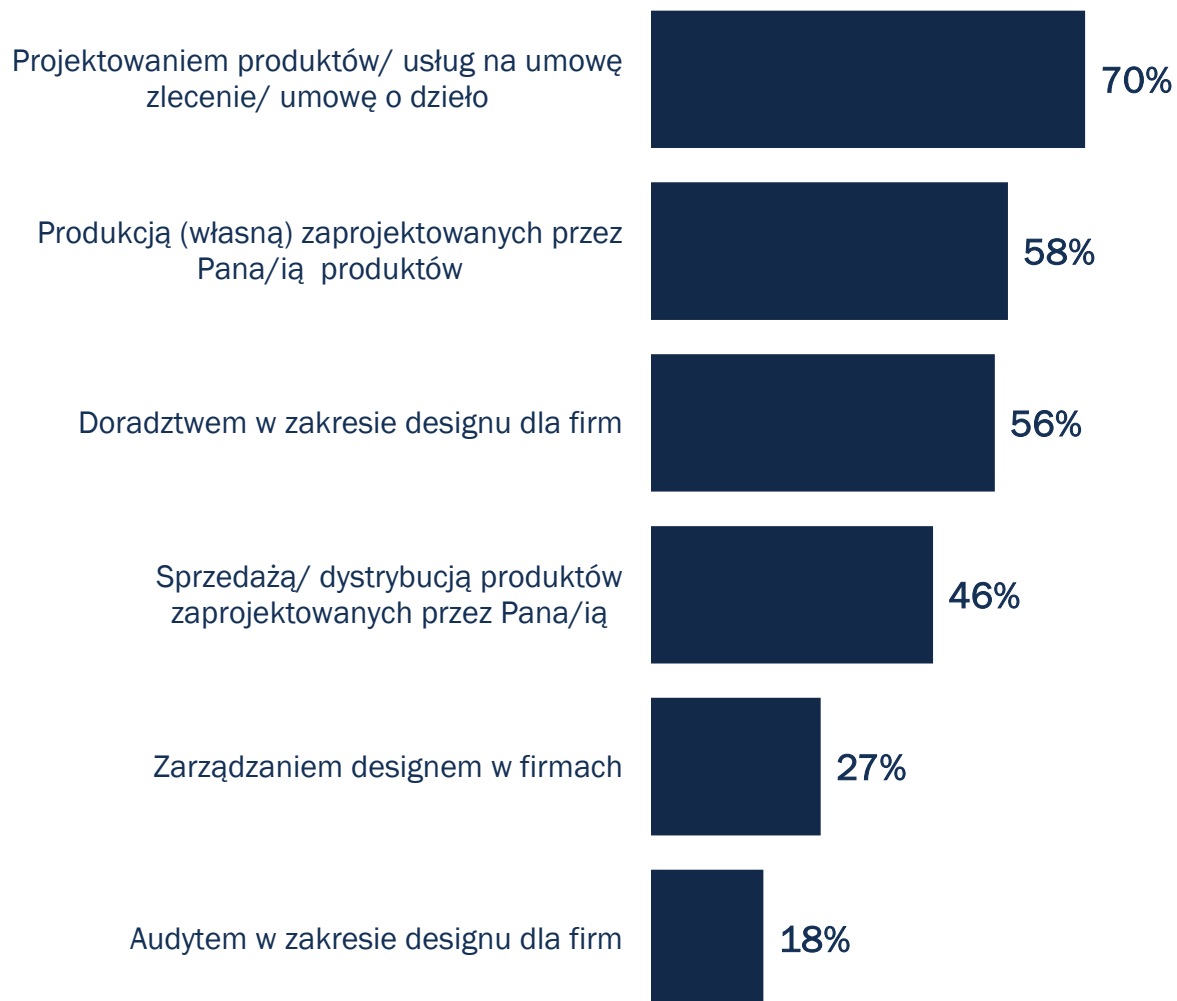


Etap rozwoju jako projektant:
(Projektanci, N=239)



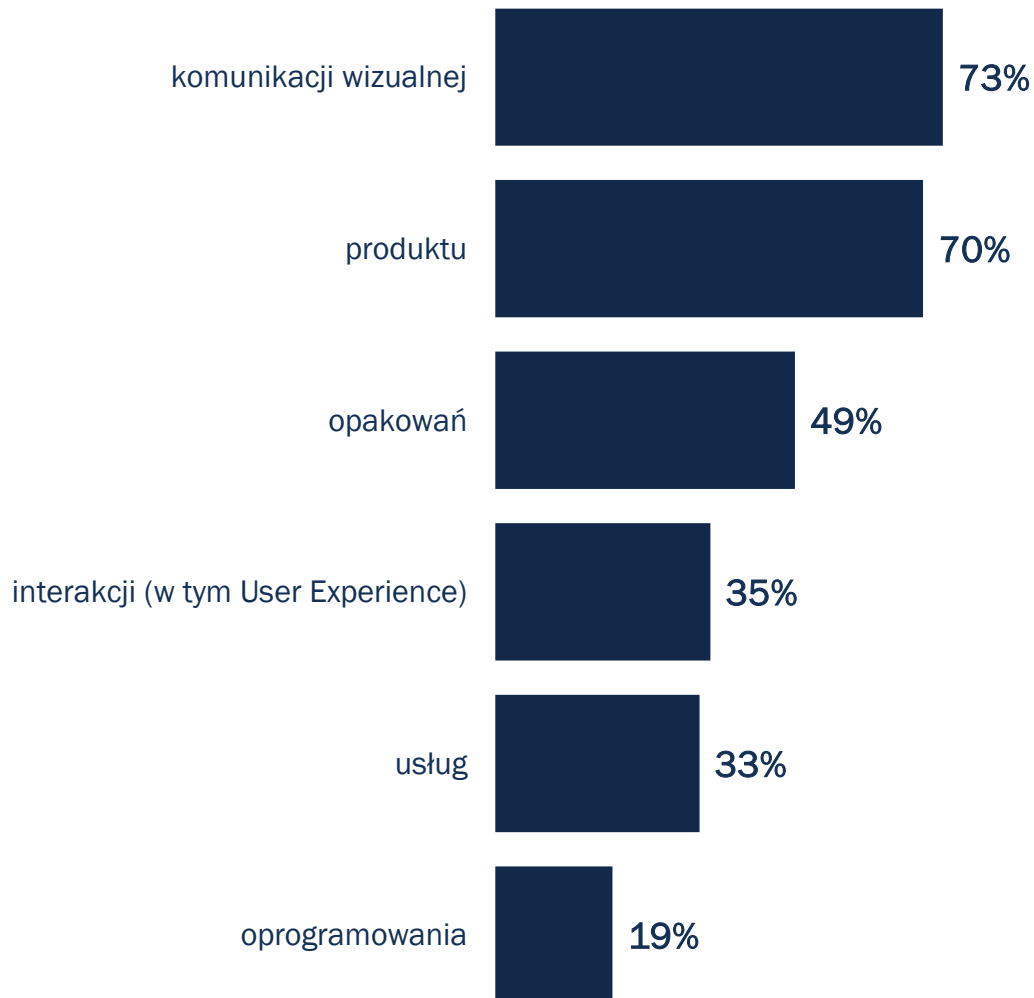
Obszar działalności

Czy w ciągu ostatnich 3 lat osobiście zajmował się: (Wszyscy badani, N=281)



Projekty design

Czy w ciągu ostatnich 3 lat projektował(a) Pan(i) produkty i/lub usługi w którejs z poniższych kategorii: (Wszyscy badani, N=281)



Branża dla której projektuje...

Dla firm z jakiej branży respondent projektował: (Wszyscy badani, N=281)



35%

(w ciągu ostatnich 3 lat)
badanych projektowało
na zlecenie zagranicznych
podmiotów

46%

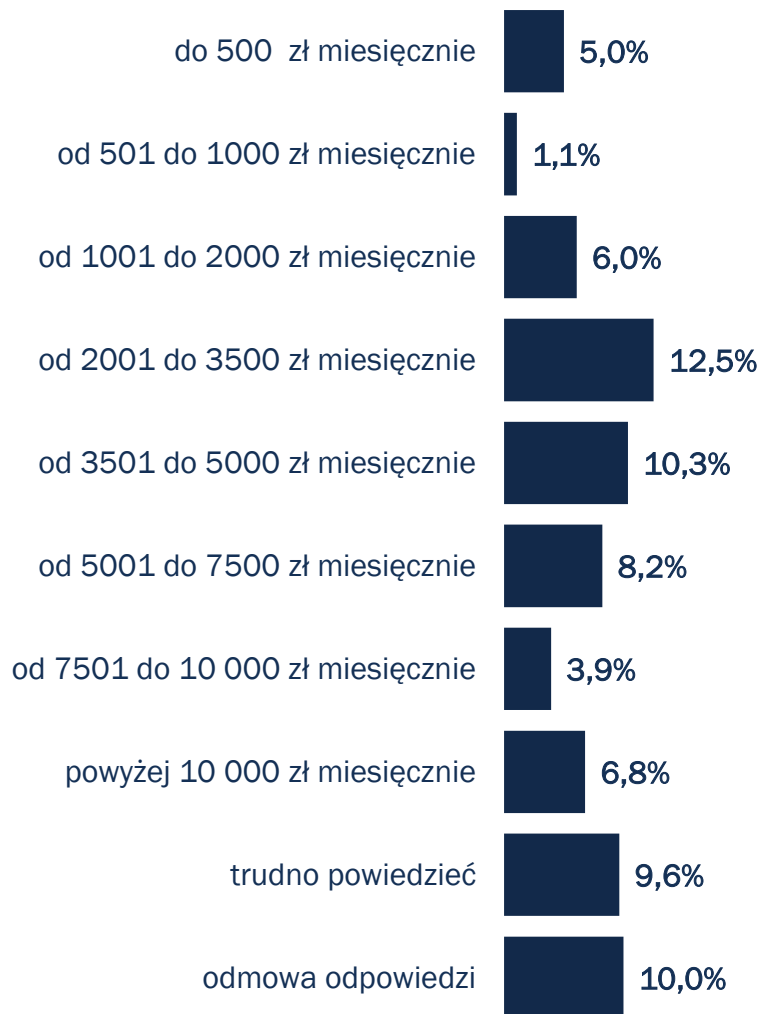
badanych wskazuje,
że ich projekt odniósł
sukces rynkowy

sukces rynkowy

- wzrost sprzedaży danego produktu na rynku,
- zwiększenie udziału w rynku danej marki produktu itp.,
- zwiększenie przychodów firmy dzięki wprowadzeniu produktu na rynek,
- nagroda/ wyróżnienie za zaprojektowany produkt lub usługę.

przychody

Średnia wielkość miesięcznych przychodów z projektowania: (Projektanci, N=239)



24% zarabia poniżej 3500 zł

Projektowanie jako źródło przychodów....

40,9%

...jedyne źródło przychodów

26,3%

...główne, ale nie jedyne źródło przychodów

8,2%

...jedno z wielu, ale nie główne źródło przychodów

3,2%

...jedynie dodatkowe źródło przychodów

3,5%

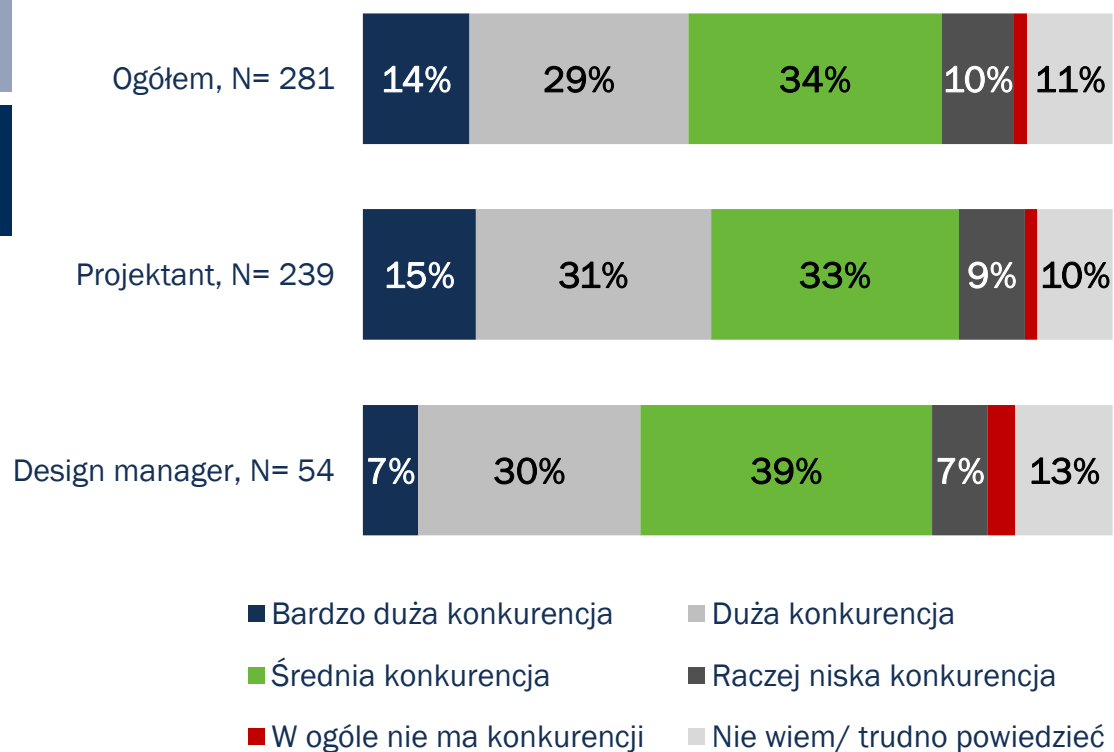
...inna sytuacja/
trudno
powiedzieć

WSPÓŁPRACA

PROJEKTANTÓW (i) PRZEDSIĘBIORCÓW

Konkurencja na rynku...

Jak ocenia Pan(i) konkurencję wśród projektantów działających na polskim rynku?



...na polskim rynku mamy do czynienia z silną konkurencją (43% wskazań)

Pozyskiwanie kontraktów (zawsze/często)

W jaki sposób zazwyczaj dociera Pan(i) do swoich klientów/ zleceniodawców?



„własne kontakty”;
„z polecenia” lub
„z inicjatywy samego klienta” to **dominujące formy pozyskiwania zleceniodawców**

Jedynie, co piąty badany wskazuje, że aktywnie szuka zleceń.

Jedynie 13% badanych przygotowuje indywidualną ofertę z którą następnie się zgłasza do klienta

■ Ogółem, N= 281
■ Projektant, N= 239
■ Design manager, N= 54

% Odpowiedzi “zawsze” oraz “często”

Nigdy....

W jaki sposób zazwyczaj dociera Pan(i) do swoich klientów/ zleceniodawców?

74%

...NIE korzysta z pośrednictwa instytucji zewnętrznych wspierających rozwój designu

51%

...NIE przygotowuje indywidualnej oferty dla firmy, a następnie zgłaszam się do niej

50%

...NIE startuje w przetargach/ konkursach ofert ogłaszanych przez producentów/ przez firmy

39%

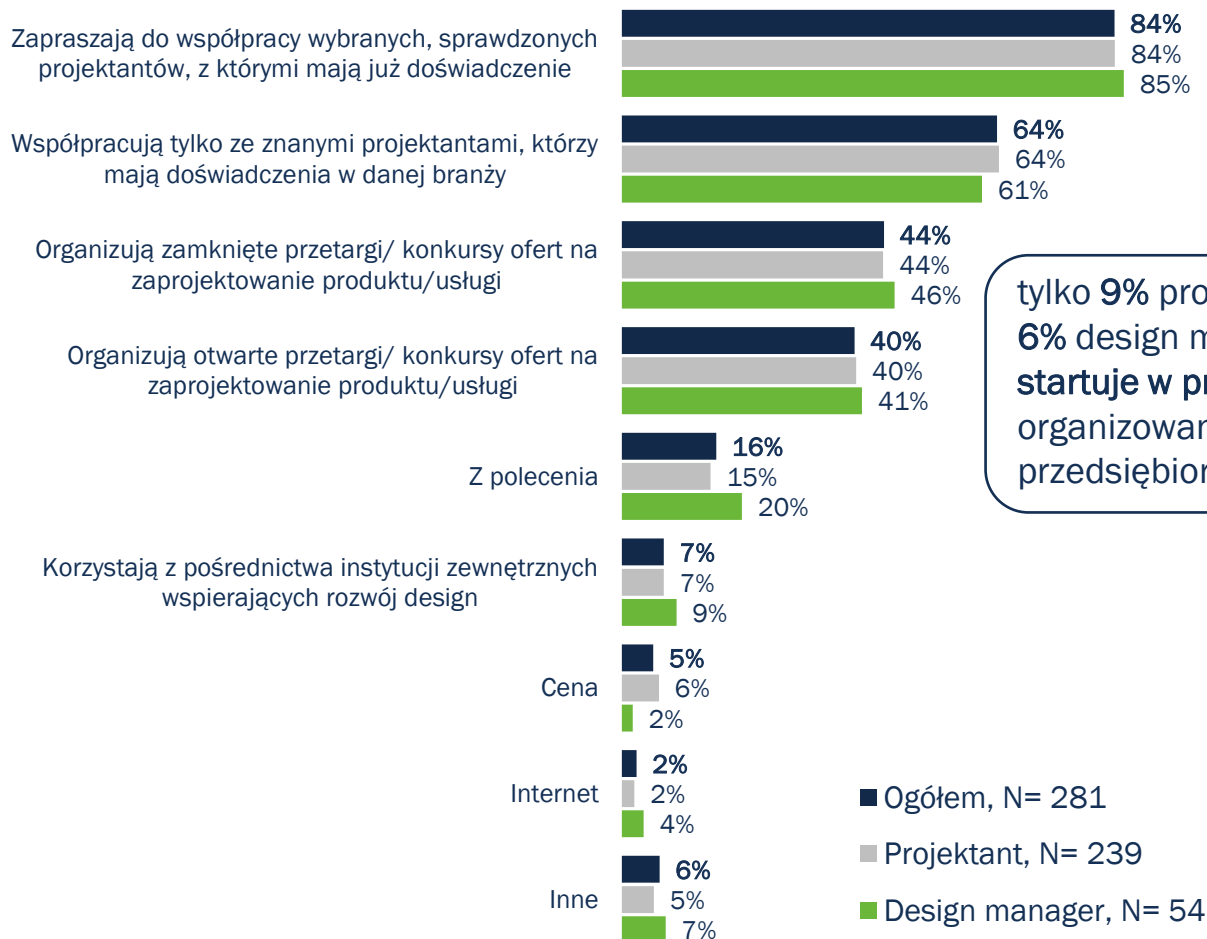
...NIE nawiązuje kontaktów z potencjalnymi klientami na targach/ wystawach

29%

...NIE szuka aktywnie zleceń związanych z projektowaniem

Co decyduje o wyborze projektanta...

Jak wg Pana(i) doświadczenia, firmy wybierają wykonawcę usług projektowych?

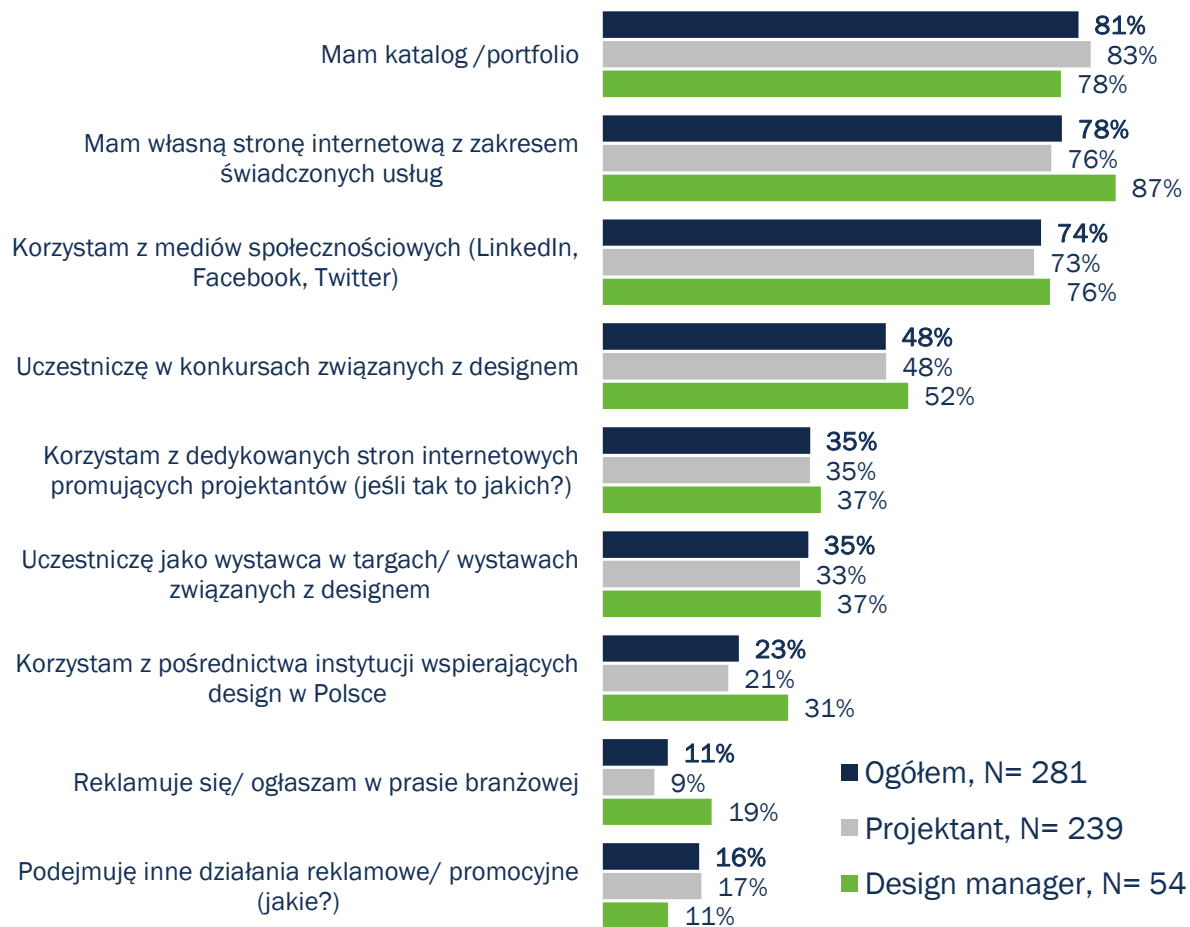


tylko **9%** projektantów i **6%** design managerów startuje w przetargach organizowanych przez przedsiębiorstwa

% Odpowiedzi "Zawsze" oraz "często"

Promocja...

Czy stosuje Pan(i) następujące działania reklamowe/ promocyjne....? *Możliwych wiele odpowiedzi*



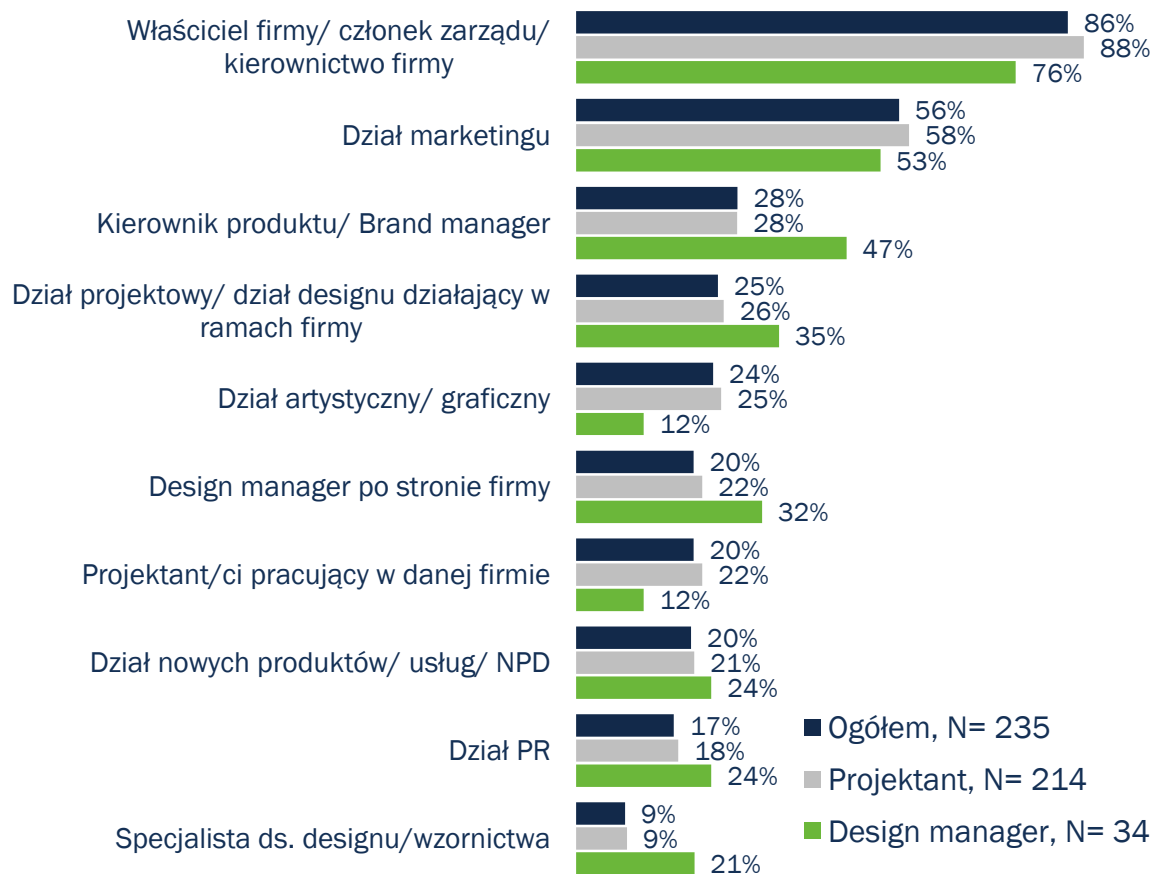
Co piąty badany nie posiada swojego portfolio!

% Odpowiedzi "Tak"

Współpraca...

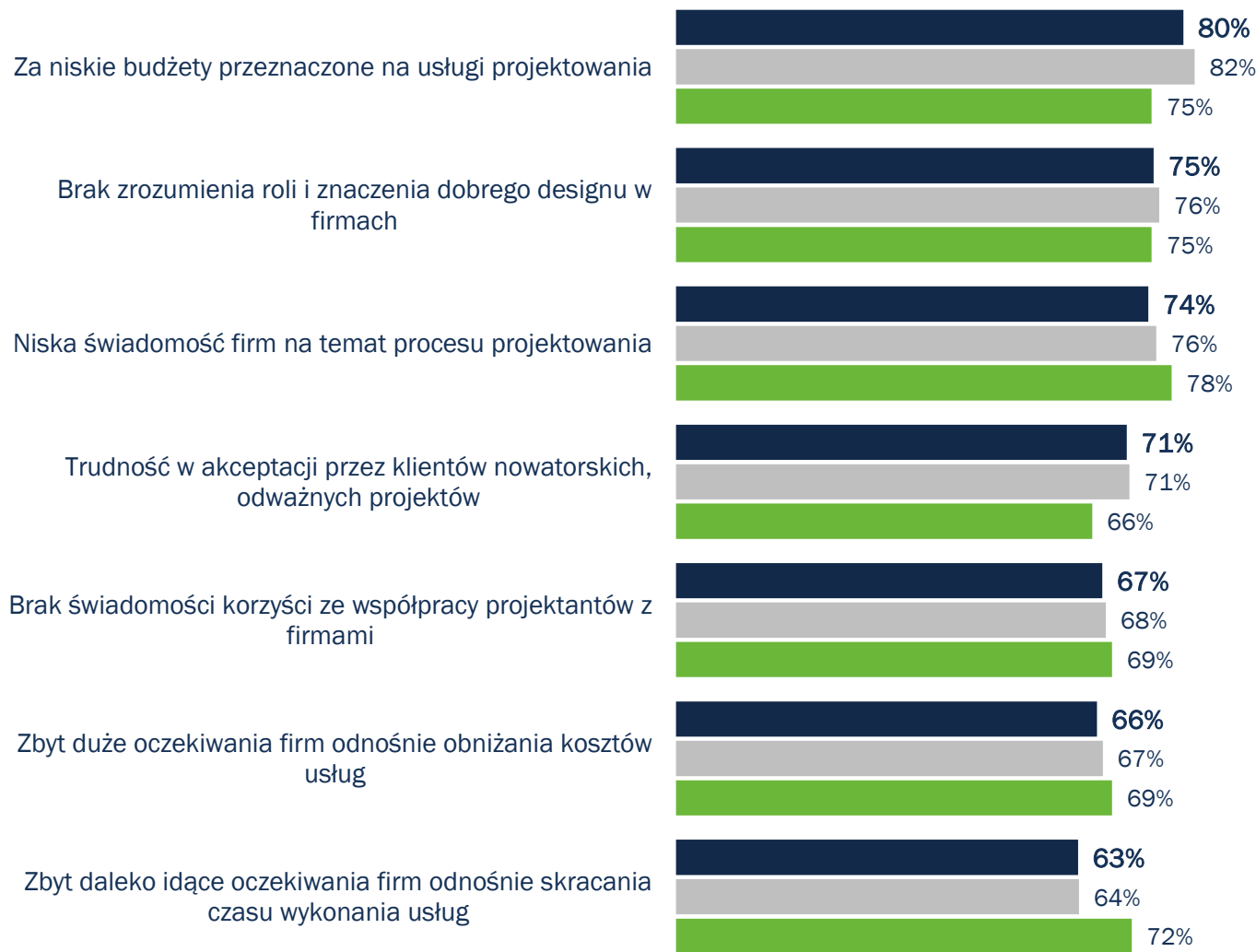
Z kim zazwyczaj Pan(i) kontaktuje się (pracuje) po stronie firmy/ zleceniodawcy,

- który zamawia u Pana(i) zaprojektowanie produktu/ usługi?
- dla którego pracuje Pan(i) jako design manager?



Najczęstsze problemy

Na jakie problemy napotyka Pan(i) w swojej pracy z firmami przy projektowaniu produktów/ usług? (1)



■ Ogółem, N= 235

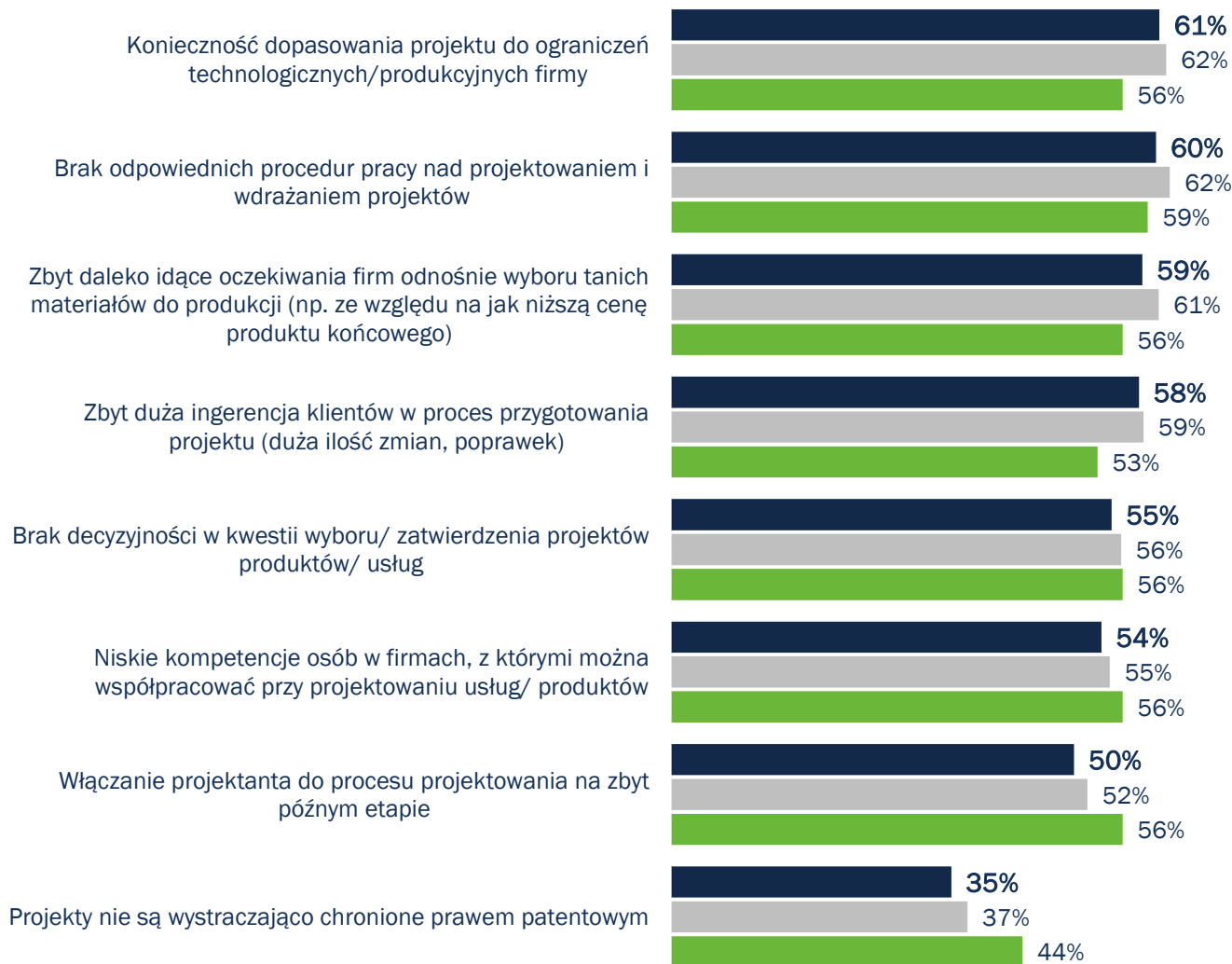
■ Projektant, N= 214

■ Design manager, N= 32

% Odpowiedzi "Zawsze" oraz "często"

Najczęstsze problemy cd.

Na jakie problemy napotyka Pan(i) w swojej pracy z firmami przy projektowaniu produktów/ usług? (2)



■ Ogółem, N= 235

■ Projektant, N= 214

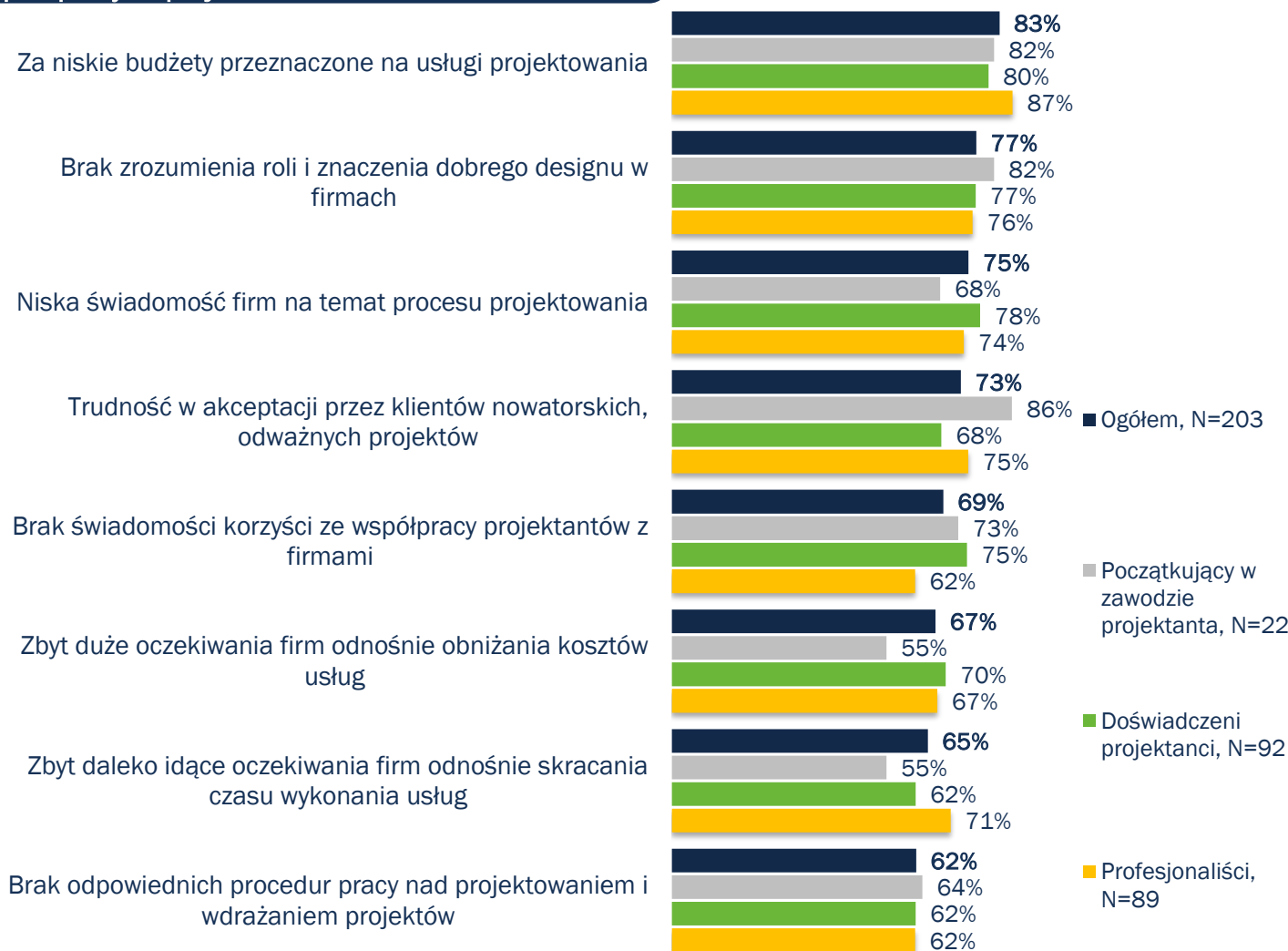
■ Design manager, N= 32

% Odpowiedzi "Zawsze" oraz "często"

Najczęstsze problemy

perspektywa projektantów ...

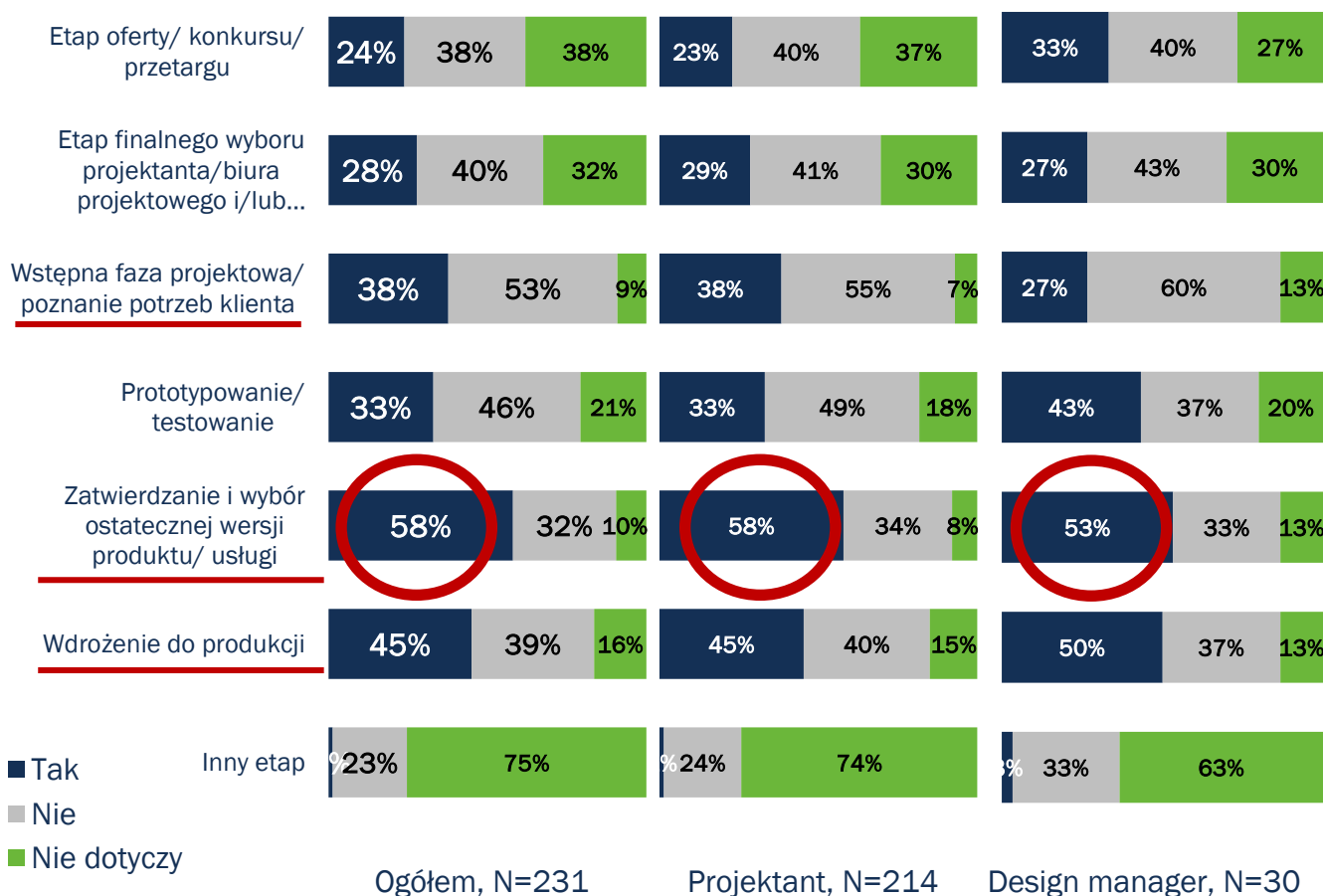
Na jakie problemy napotyka Pan(i) w swojej pracy z firmami przy projektowaniu produktów/ usług?



% Odpowiedzi "Zawsze" oraz "często"

Najczęstsze problemy /ETAP

Czy na następujących etapach procesu projektowania usługi/ produktu napotyka Pan(i) jakieś problemy we współpracy z firmą, dla której Pan(i) projektuje?



1

Klient bardzo często nie wie czego chce...

- ...już na początkowym etapie i trudno mu zdefiniować potrzebę, oczekuje od projektanta, że ten mu to *wymyśli*.
- ...bardzo trudno otrzymać brief od klienta doprecyzowujący szczegóły projektowanie często ma charakter loterii, że może coś się odbiorcy spodoba i to wybiorą.
- ...i klient wyznacza do prowadzenia osoby o niskim stopniu decyzyjności i znajomości tematu.
- ...i zmieniał bardzo często zdanie.
- oczekiwanie klienta co do przedstawienia zbyt dużej ilości projektów wstępnych oraz, w przypadku gdyby koncepcje zaproponowane przez projektanta się nie spodobały, zapłaty za ich przygotowanie.
- zbyt obszerny brief sugerujący w zasadzie, że klient „chce wszystko”.

2

„Złe przygotowanie do przeprowadzenia procesu projektowania po stronie klienta: brak wytycznych (materiałów wyjściowych), opieszałość w ich przygotowaniu, brak zdecydowania w fazie uzgodnień

- problemy z otrzymaniem wyczerpujących informacji na temat produktu, problemy z otrzymaniem informacji technicznych dotyczących projektu. wstępnych”
- brak rzetelnych badań dotyczących potrzeb klienta, postawa podążania za konkurencją,
- oczekiwania były czasami wykluczające się nawzajem (np. ma być luksusowe wnętrze ale z płyty OSB bo tanio).
- dalsze zwiększanie oczekiwań klienta, po wcześniejszym zaakceptowaniu zakresu (...)
- brak przygotowania do realizacji projektu
- (...) częste zmiany założeń projektowych przedłożonych do wyceny. Chęć testowania różnych rozwiązań, zmiana warunków brzegowych, na koszt firmy projektowej bez założenia tego w budżecie.
- angażowanie projektanta na etapie, gdy podjęte już zostały kluczowe stateczne decyzje warunkujące kształt projektu

Najczęstsze problemy

wstępna
faza
projektowa

inne
wskazania

- brak decyzyjności
- zbyt wiele osób prezentujących swoje pomysły. Chaos.
- brak dokładnego budżetu
- za mały budżet w stosunku do oczekiwań
- brak świadomości projektowej
- mylenie roli projektanta z rolą prawnika, marketingowca, ekonomisty, projekt menagera
- brak świadomości złożoności procesu projektowego oraz czasu jaki należy na niego poświęcić
- sprzeczne informacje, częste zmiany założeń projektowych, świadomość klienta budowana na podstawie kolejnych wersji niestety koszty tej nauki ponosi projektant, brak konkretnych badań i analiz, interpretacja badań i analiz do założonych przez klienta tez itp..
- brak otwartości na opinie, przekonania, propozycje projektantów.
- czasem pomija się potrzeby klienta i kieruje się opinią handlowców
- narzucanie własnych pomysłów niweczając pracę projektanta
- brak zaangażowania klienta - 'Niech Pan teraz projektuje' brak świadomości, że należy rozdzielić prywatny gust od oczekiwań wobec projektu - projekt nie powstaje dla menadżera/właściciela a dla użytkowników (postawa '*nie kupiłbym tego, nie podoba mi się*')

Najczęstsze problemy

zatwierdzenie
i wybór
ostatecznej wersji

1

Brak decyzyjności

- Problem z podjęciem decyzji przez klienta. Radykalna zmiana zdania na temat wyglądu produktu wtedy, gdy jest już za późno. Brak zaufania do projektanta. Wdrażanie na ostatnią chwilę, na siłę elementów, które niszczą koncepcję projektu. Nieumiejętność sformułowania i zakomunikowania w sposób czytelny dla projektanta swoich oczekiwań.
- (...) Brak decyzyjności oraz chęci wzięcia odpowiedzialności za wybór. Dlatego w wielu miejscach powoływane są "zespoły", które mają na celu ocenić i wybrać produkt. Niestety zespoły są zbyt duże, a powołane do zespołu osoby chcą koniecznie coś do niego wnieść mimo braku wiedzy o projekcie. Taki zespół zamiast wybierać wersję produktu próbuje sztucznie stworzyć go od nowa - mimo, że każda z wersji spełnia wymogi projektu. Często także na tym etapie klienci próbują połączyć wszystkie wersje w jedną, aby nie ryzykować z nietrafionym wyborem.
- Ktoś musi podjąć ryzyko decyzji. Jeśli decydent nie jest właścicielem firmy błędna decyzja wpływa na jego pozycję w firmie.
- Brak zdecydowania, strach przed odważniejszymi projektami, zachowawczość.
- Zbyt wiele poprawek, zbyt wielu decydentów
- Podejmowanie decyzji przez zbyt dużą liczbę osób, poleganie na własnych gustach osób które nie są projektantami i przez to wybór mało ciekawych propozycji (mało odważnych projektów)

2

Zmiany założeń i koncepcji

- Wprowadzanie niekończących się zmian, ulepszeń, poprawek w wybranej wersji projektu.
- „To poprawmy może jeszcze to...”
- Zbyt wiele uwag do finalnych wersji mimo wcześniejszych akceptacji
- Mnogość poprawek, zmiana koncepcji, próba ulepszenia „na siłę”
- Klient wkraczał w moje kompetencje projektanta, narzucając zmiany odnośnie estetyki produktu nieuzasadnione wymogami technicznymi.
- Klient jest niezdecydowany, nie wie czego chce ale i tak nie podoba mu się to co widzi i narzuca swoją wolę, którą co chwilę zmienia.
- Wątpliwości oraz obawy że zaproponowana ostateczna wersja produktu nie spełni oczekiwań komercyjnych i nie znajdzie akceptacji wśród klienta docelowego.
- „Chciałbym, zobaczyć kilka innych wersji” - porównywanie do konkurencji lub wręcz ściąganie pomysłów konkurencji.

Najczęstsze problemy

wdrożenie
do produkcji

1

Koszty wdrożenia

- Koszt produkcji - trzeba było zmieniać projekt.
- Kurczący się budżet, złe oszacowanie przez klienta swoich możliwości finansowych. Chęć obniżenia kosztów produkcji, ponosi za sobą kompromisy szkodliwe dla jakości i wyglądu projektu.
- Obniżanie kosztów produkcji. Zmiany w projektach / dopasowanie do budżetu. Zmiany budżetu powodujące zmiany projektu. Trudności z płatnościami, akceptacją. Odpowiedzialność projektanta za podwykonawcę.
- Obniżanie kosztów produkcji (w efekcie zmiana projektu).
- Próba cięcia kosztów przy znacznej utracie jakości, bez chęci słuchania moich uwag na ten temat, potem zawód jakością.
- Nacisk na skrócenie czasu i obniżenie kosztów.
- Obniżanie kosztów poprzez obniżenie jakości, bez konsultacji z projektantem.

2

Kolejne zmiany projektu

- Bardzo często bywa, że klienci nie są w stanie przestać "udoskonalać produkt". Oczekują szybkich zmian, które często ingerują w założenia projektu jakby zapominając, że aby doprowadzić projekt do tego etapu konieczne były często setki godzin pracy.
- Całkowite zmienianie koncepcji na finalnym etapie wdrażania projektu. Dokładanie kolejnych funkcjonalności na zbyt późnym etapie.
- Ograniczanie pierwotnie ustalonych kosztów lub zmniejszanie/zwiększanie nakładu często wymuszające zmianę technologii.
- ...niedoprecyzowane założenia pociągają za sobą nieoczekiwane zmiany konstrukcyjne lub materiałowe,
- Zmiany wynikające z braku informacji o ograniczeniach technicznych, technologicznych, budżetowych, brak umiejętności / wiedzy, chęci podwykonawców lub producentów.
- ...konflikt między założeniami klienta, a możliwościami technologicznymi
- Zmiana ostatecznej formy produktu bez uzgodnienia z projektantem
- Brak konsultacji przy wprowadzaniu zmian (czasem daleko idących).
- Nagłe zmiany w dostępności technologii i materiałów produkcji

Najczęstsze problemy

wdrożenie
do produkcji

3

Jakość

- Niska jakość wykonania, obniżanie kosztów poprzez obniżenie jakości, bez konsultacji z projektantem.
- Niezgodność realizacji z przygotowanym projektem.
- Wybór odpowiedniej firmy, niedokładność realizacji projektu na etapie produkcji, materiały niskiej jakości.
- Brak poprawności technologicznej wzoru.
- Za mało uwagi poświęcane detalom.
- Problemy ze ścisłą realizacją projektu.
- Jakość finalnego wykonania produktu często różni się na niekorzyść od pierwotnych założeń.
- Próba cięcia kosztów przy znacznej utracie jakości, bez chęci słuchania moich uwag na ten temat, potem zawód jakością.

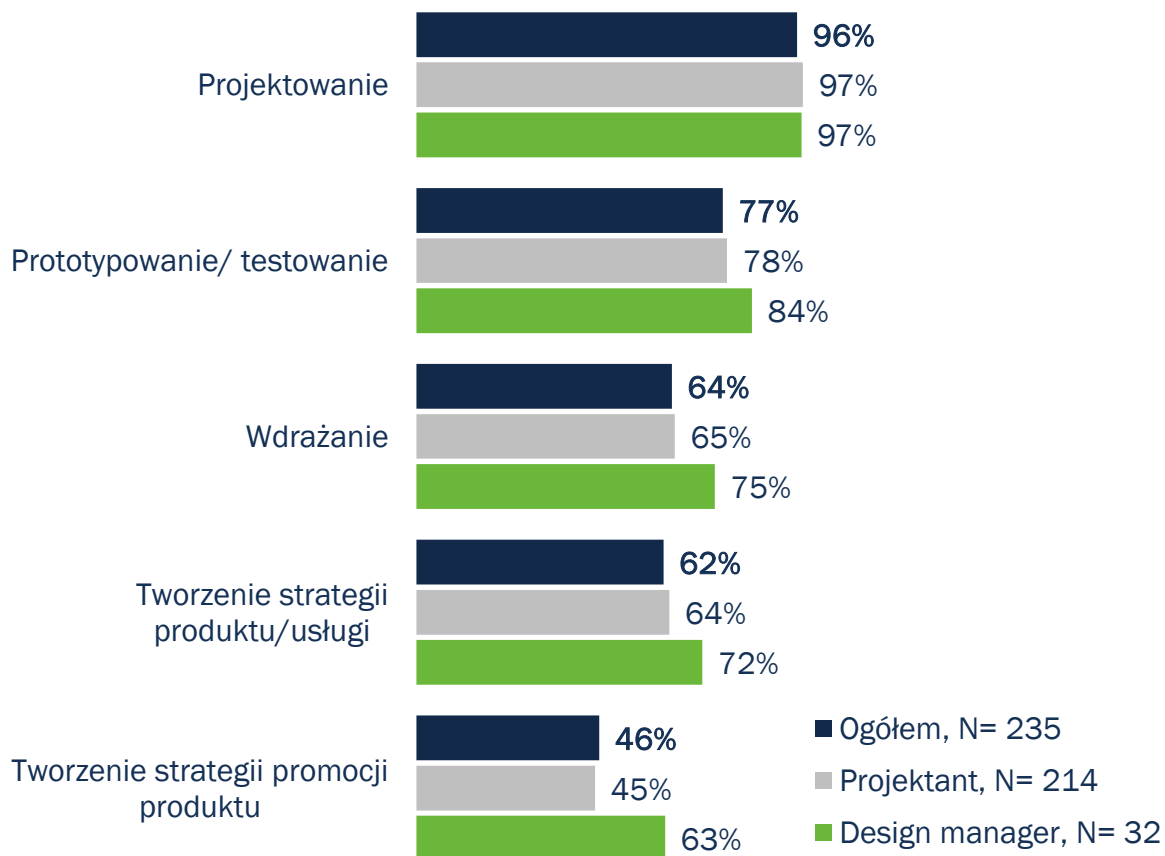
4

Problemy techniczne, technologiczne, materiałowe

- Problemy technologiczne związane z niewłaściwą analizą budżetu dot. zmian technologicznych parku maszynowego.
- Ograniczenia technologiczne podwykonawcy/producenta, o których wcześniej nie informował.
- Nieprzestrzegane przez firmy terminy, niezgranie w zespole (firmy), problemy techniczne i wykonawcze (dokładność wykonania, stosowane materiały).
- Możliwość produkcji, cena produkcji, możliwości techniczne.
- Wybieranie tanich materiałów.
- "kolizja" bieżącej produkcji z wprowadzeniem nowego wyrobu;
- Problemy z dostępnością wysokiej jakości materiałów lub brak możliwości wykonania bardziej złożonego projektu.

Rola projektanta / ETAPY ...

Biorąc Pana(i) dotychczasową praktykę zawodową w projektach realizowanych dla firm, jak ocenił(a)by Pan(i) swoją rolę jako projektanta w następujących etapach procesu projektowania?



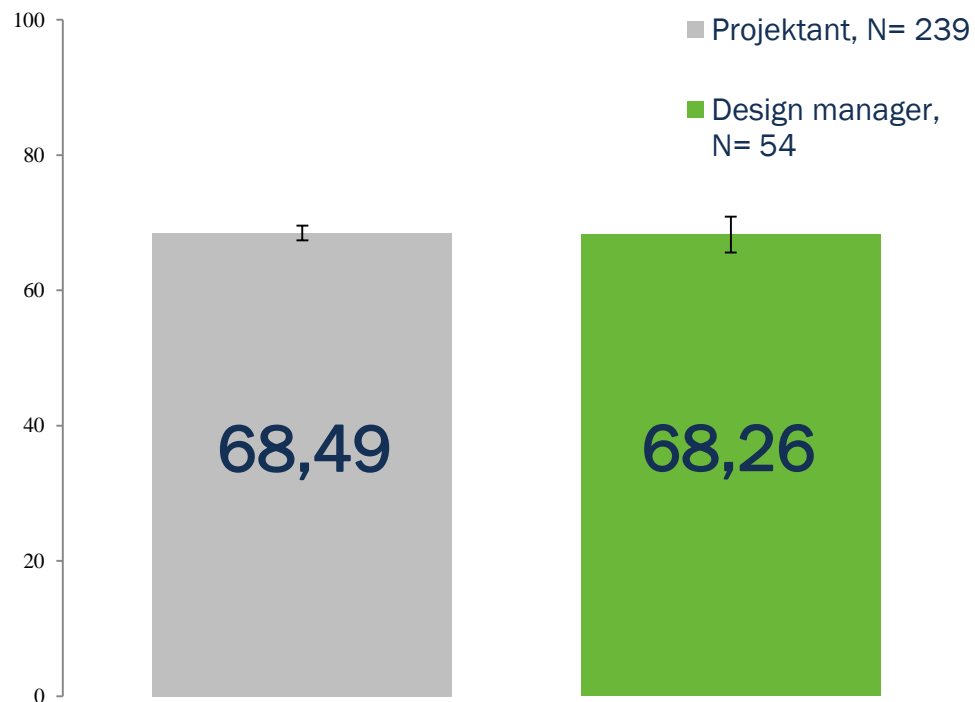
Odpowiedzi: "Kluczowa", "Bardzo ważna" oraz "Ważna"



ROLA DESIGN

Czy design ma wpływ na sukces produktu?

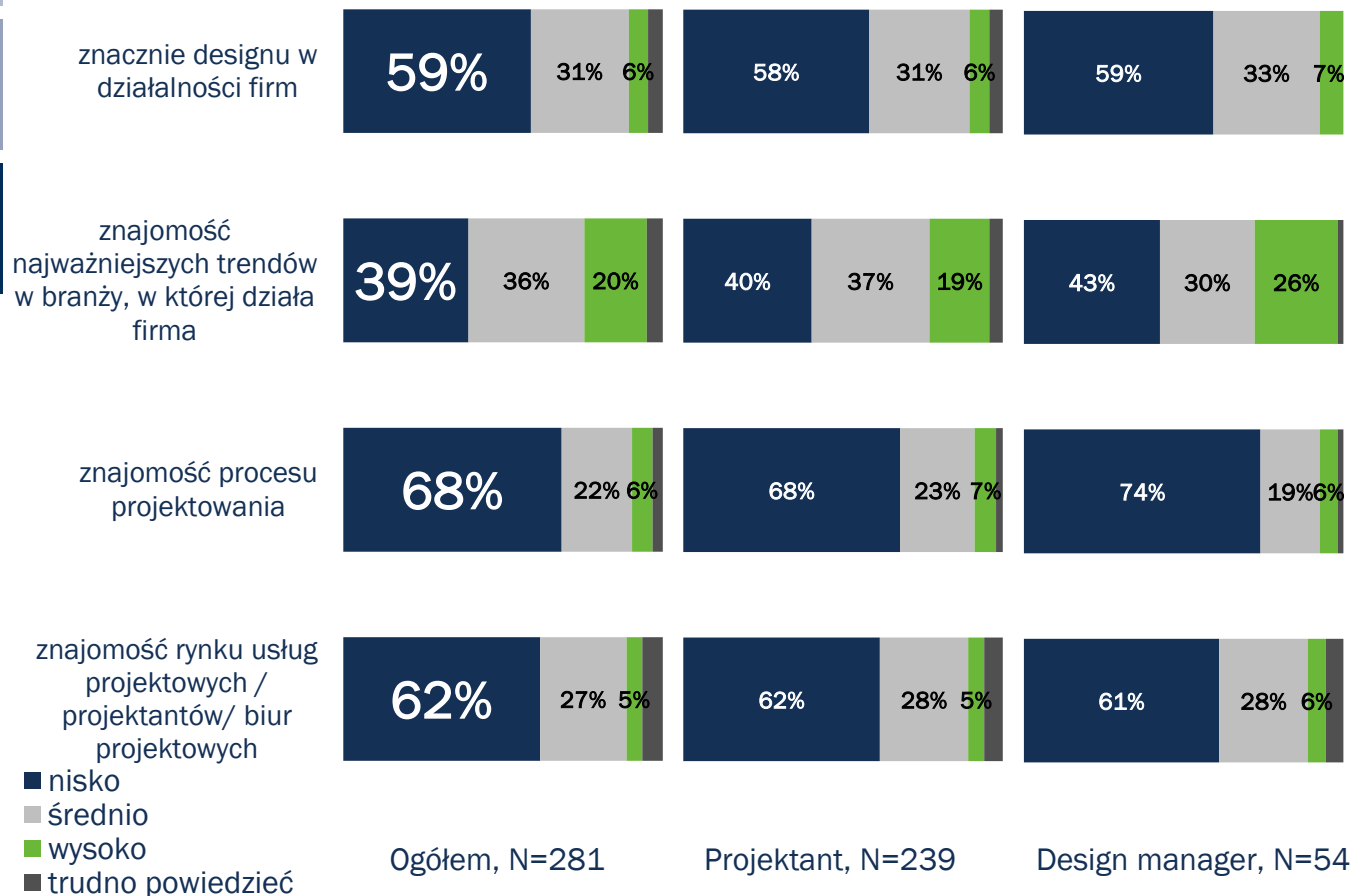
W jakim stopniu - Pana(i) zdaniem - design decyduje o sukcesie produktu/ usługi na rynku?
 Proszę ocenić na skali od 0 do 100% gdzie 0 oznacza brak wpływu a 100% oznacza całkowity wpływ.



Wartości średnie, skala od 1 do 100%

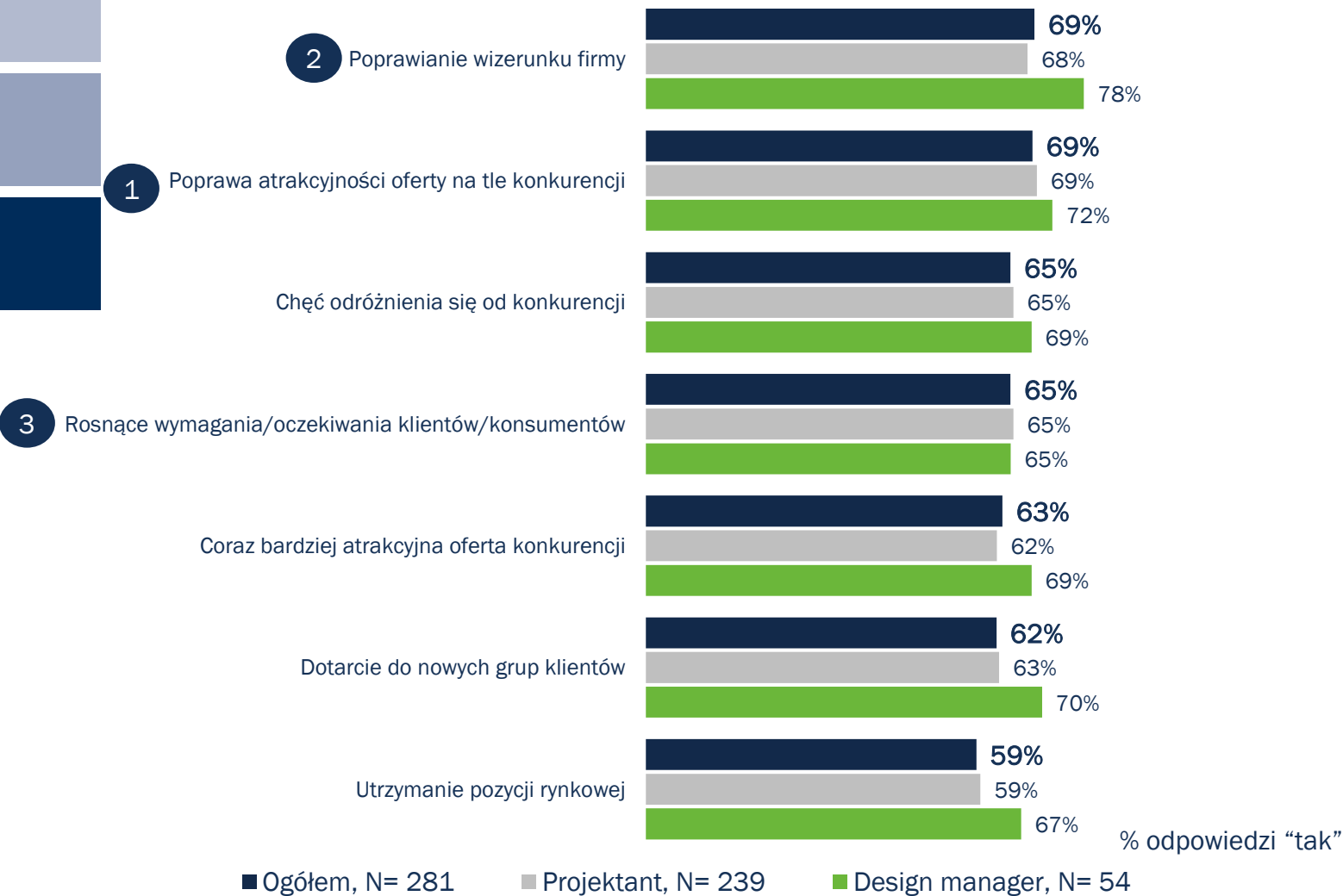
Czego przedsiębiorcy nie wiedzą o designie?

Jak Pan(i) ocenia następujące aspekty wiedzy na temat designu w polskich przedsiębiorstwach...?



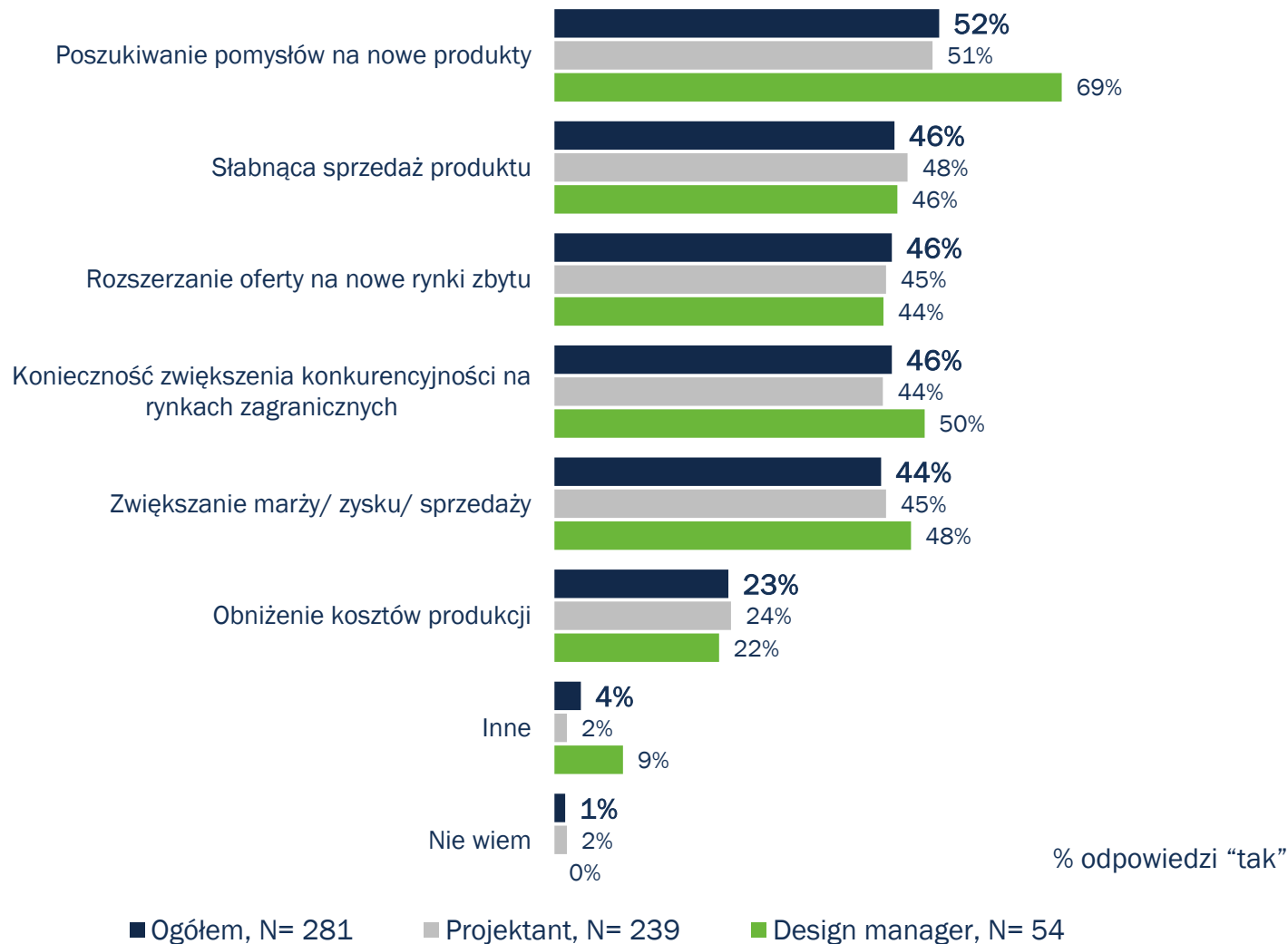
Motywacja firm...

Dlaczego Pana(i) zdaniem firmy w Polsce w ogóle projektują nowe produkty/ usługi?



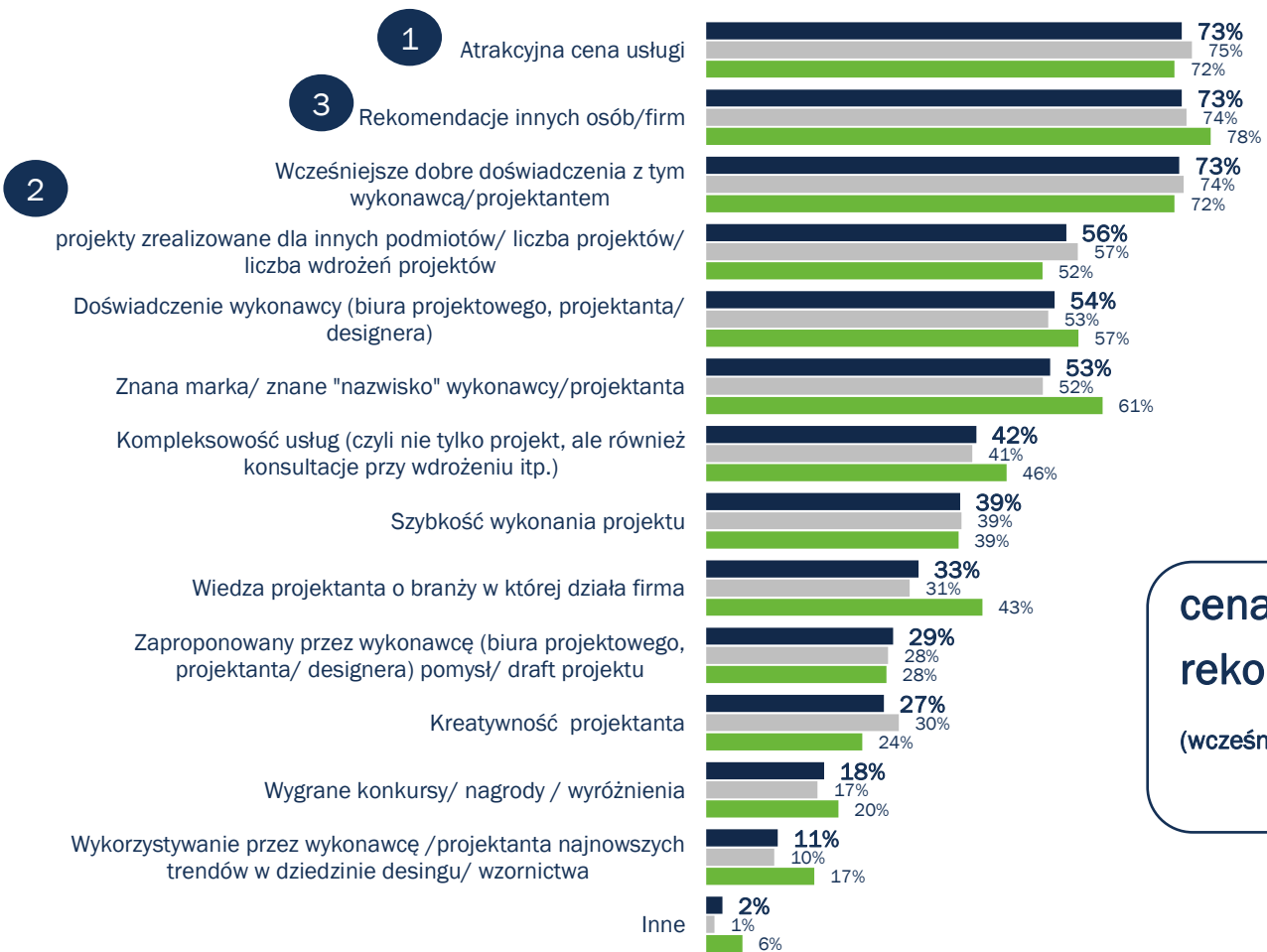
Motywacja firm ... cd.

Dlaczego Pana(i) zdaniem firmy w Polsce w ogóle projektują nowe produkty/ usługi?



o wyborze wykonawcy decyduje...

Czym najczęściej kierują się firmy wybierając wykonawcę usług projektowych?

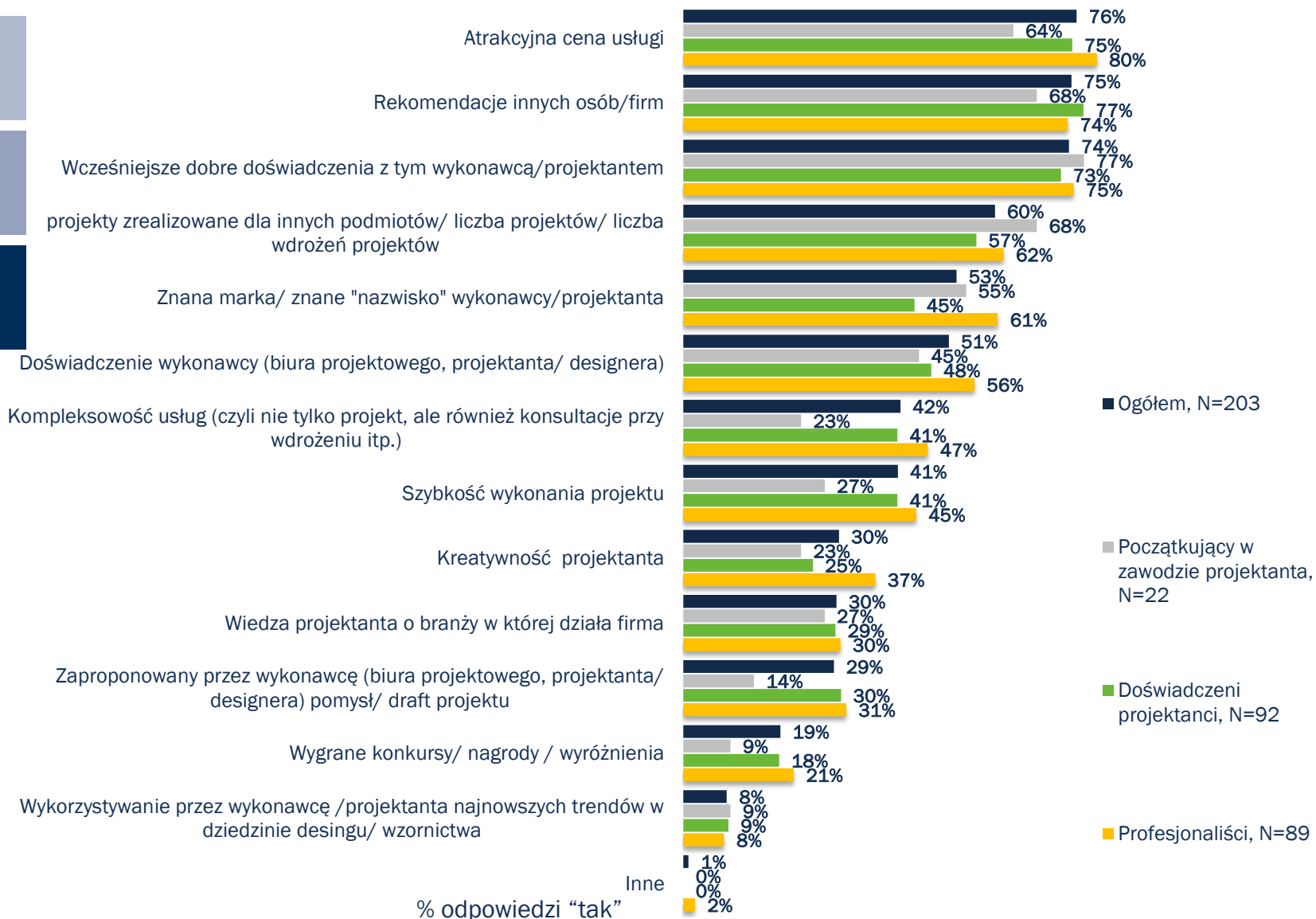


cena
rekomendacje
 (wcześniejsza) **współpraca**

■ Ogółem, N= 281 ■ Projektant, N= 239 ■ Design manager, N= 54

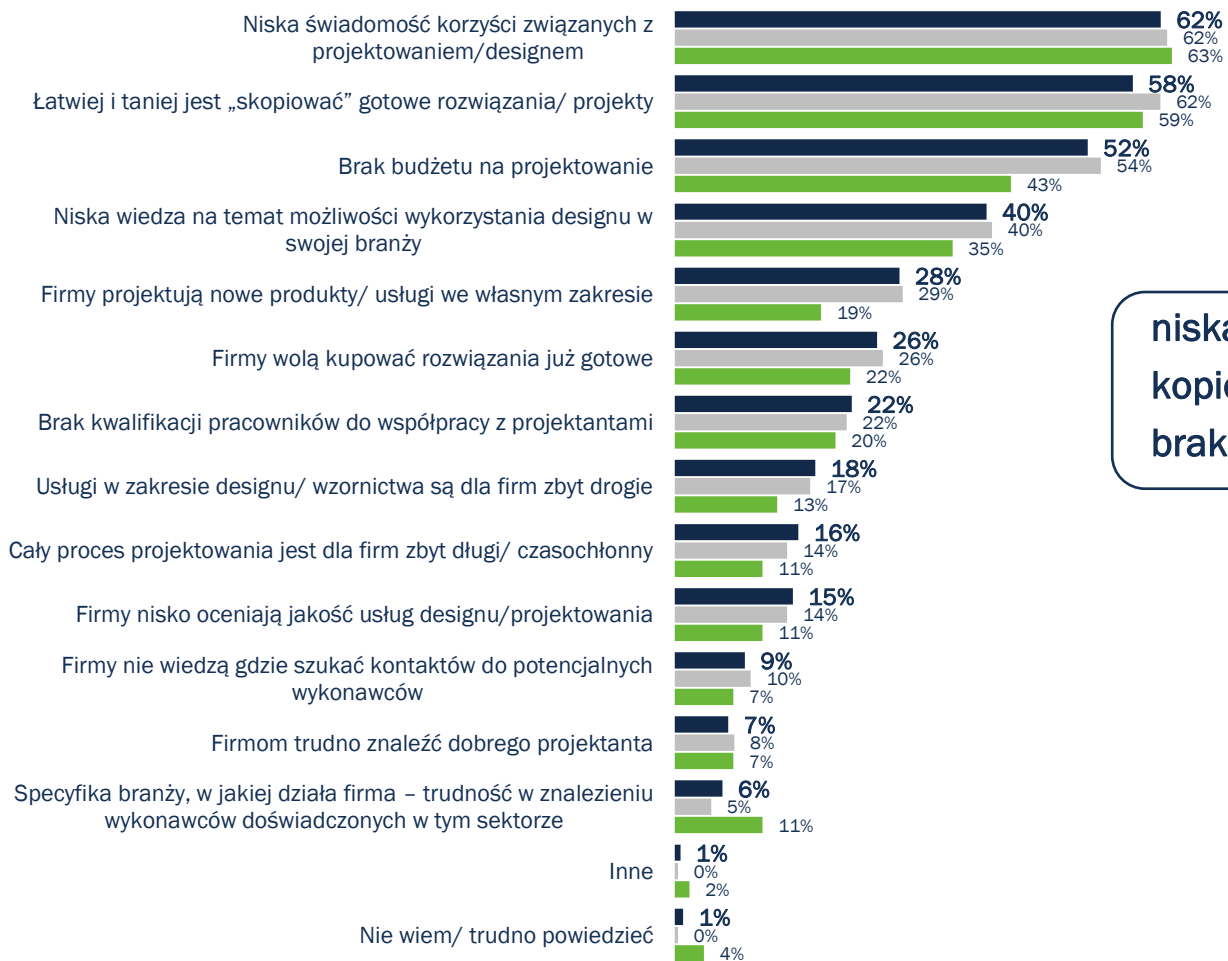
% odpowiedzi "tak"

o wyborze wykonawcy decyduje... cd./ zdaniem projektantów



Nie korzystają....

Które z poniższych powodów wskazałyby Pan(i) jako najważniejsze, dla których polskie firmy nie korzystają lub korzystają bardzo rzadko z usług profesjonalnych projektantów?



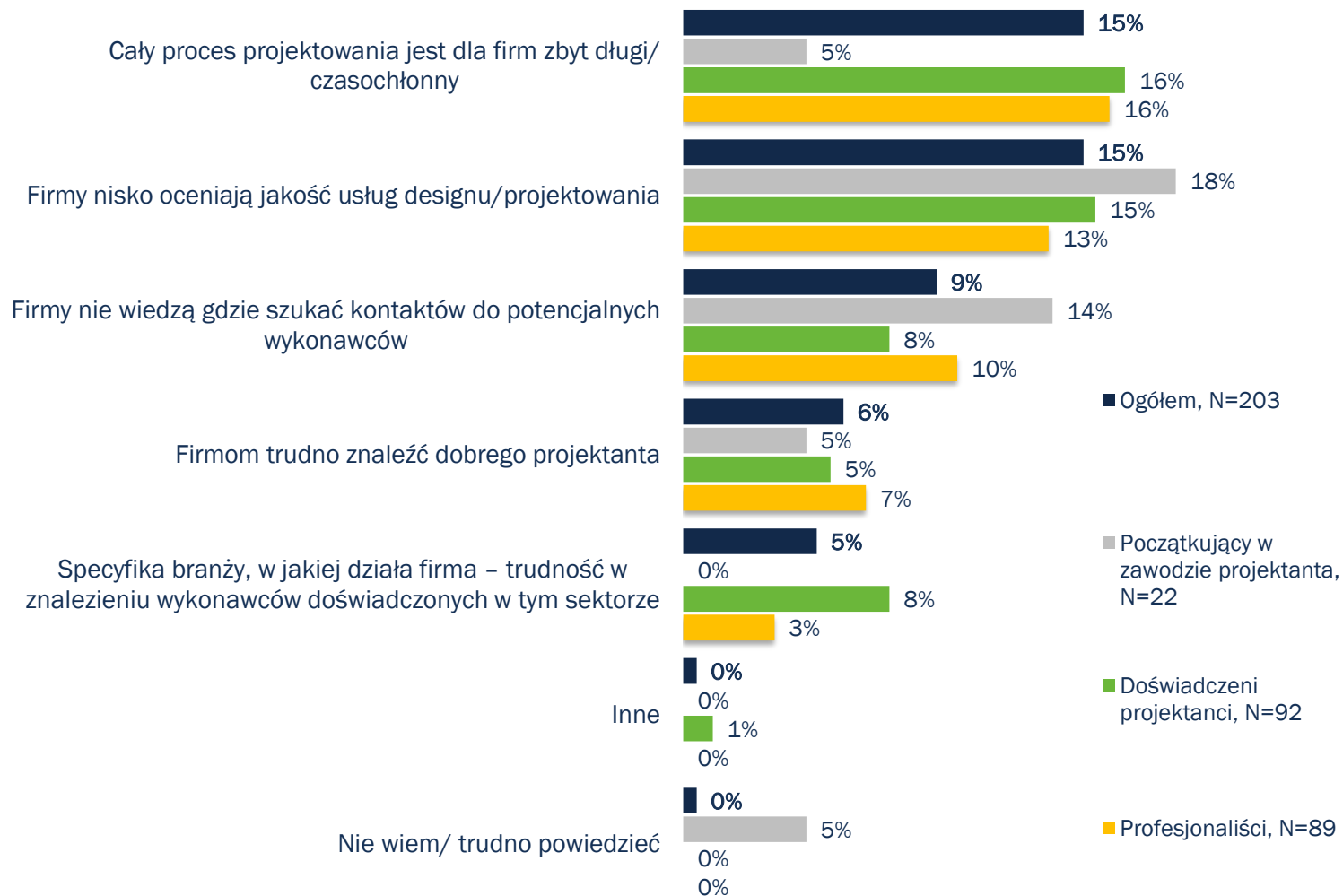
niska świadomość
kopiowanie (jest łatwiejsze)
brak środków

Nie korzystają.../ zdaniem projektantów



% odpowiedzi “tak”

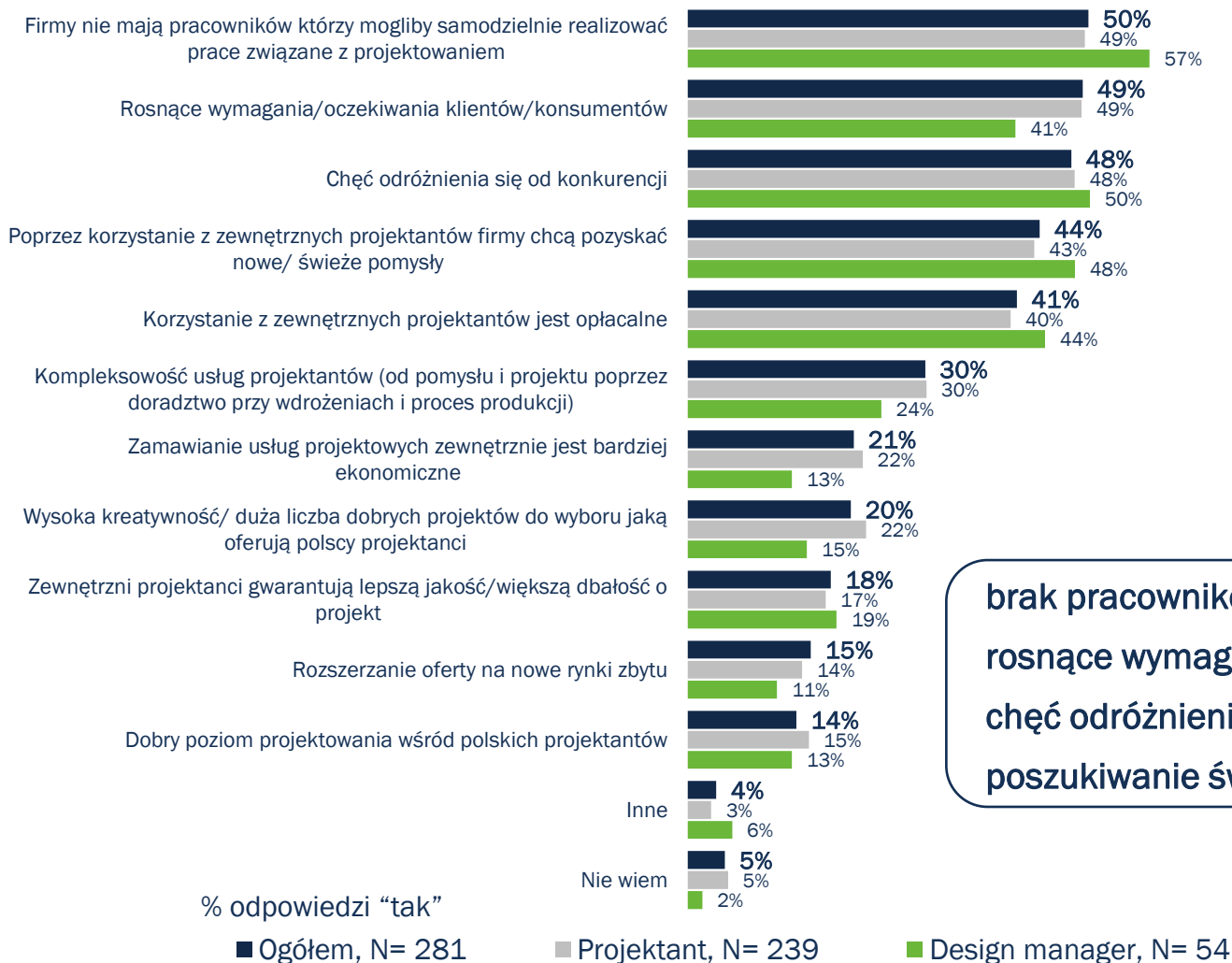
Nie korzystają... cd. / zdaniem projektantów



% odpowiedzi "tak"

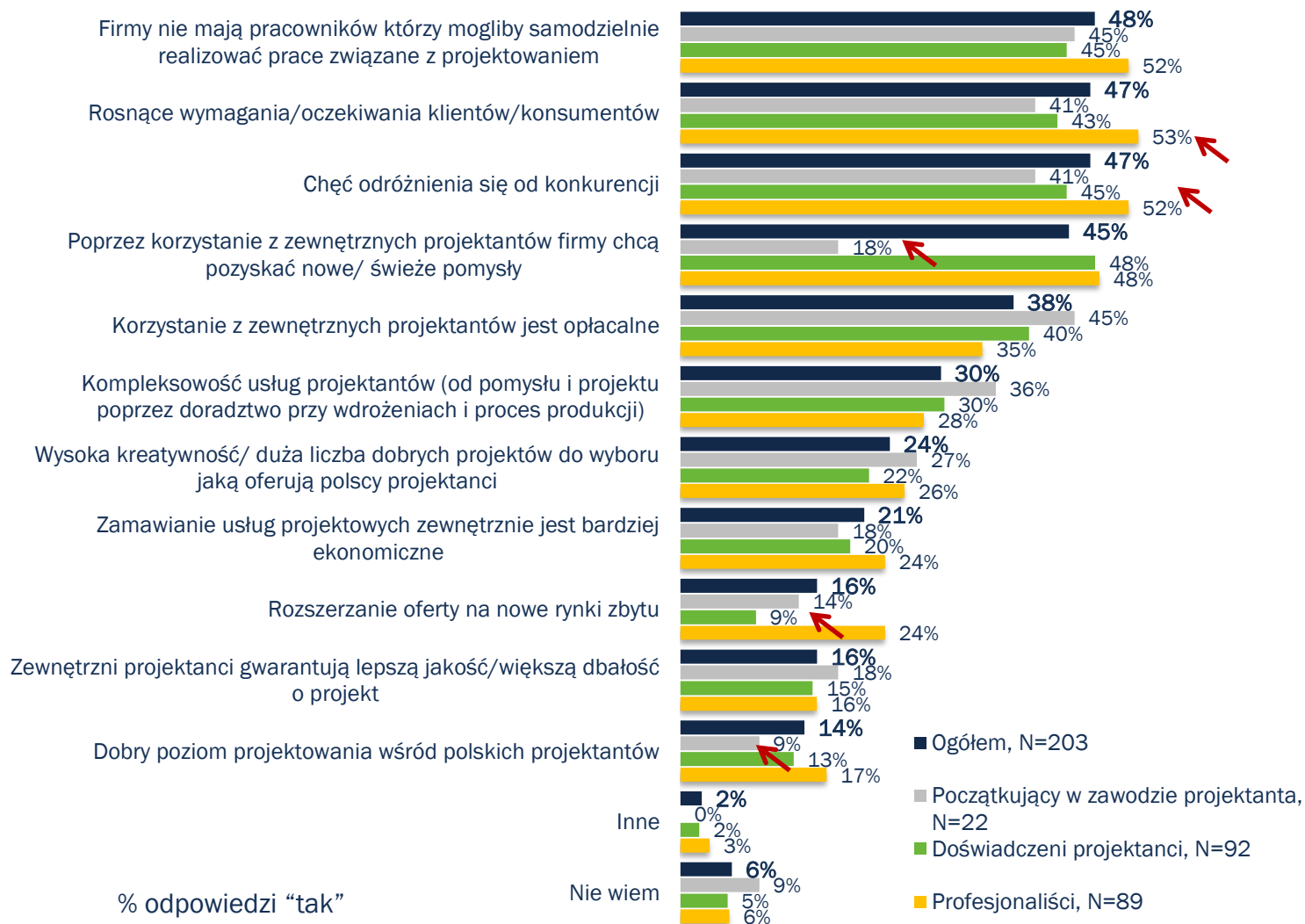
Firmy korzystają z profesjonalnych usług design...

Jeżeli firmy korzystają z usług profesjonalnych projektantów, to jakie Pana(i) zdaniem są główne motywy ich działania?



brak pracowników ... 2
 rosnące wymagania klientów 3
 chęć odróżnienia się od konkurencji
 poszukiwanie świeżych pomysłów 1

Firmy korzystają z profesjonalnych usług design.../ zdaniem projektantów

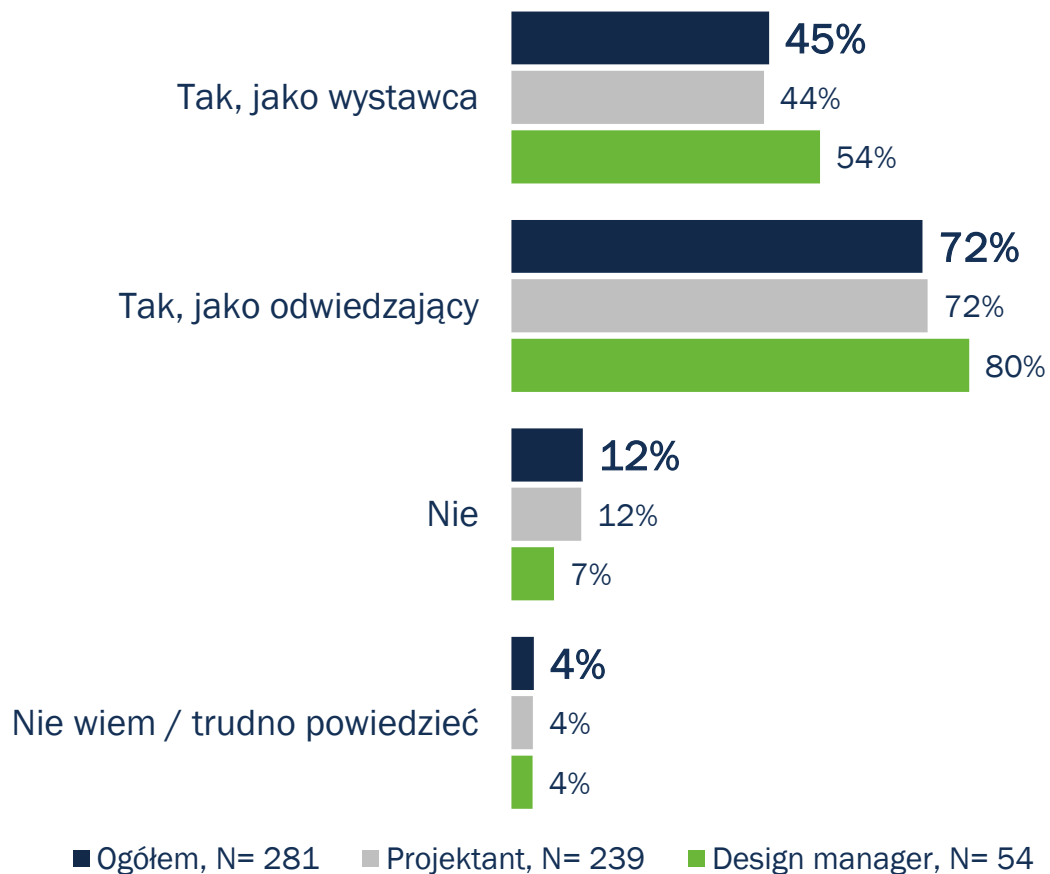


OTOCZENIE

RYNKU DESIGN

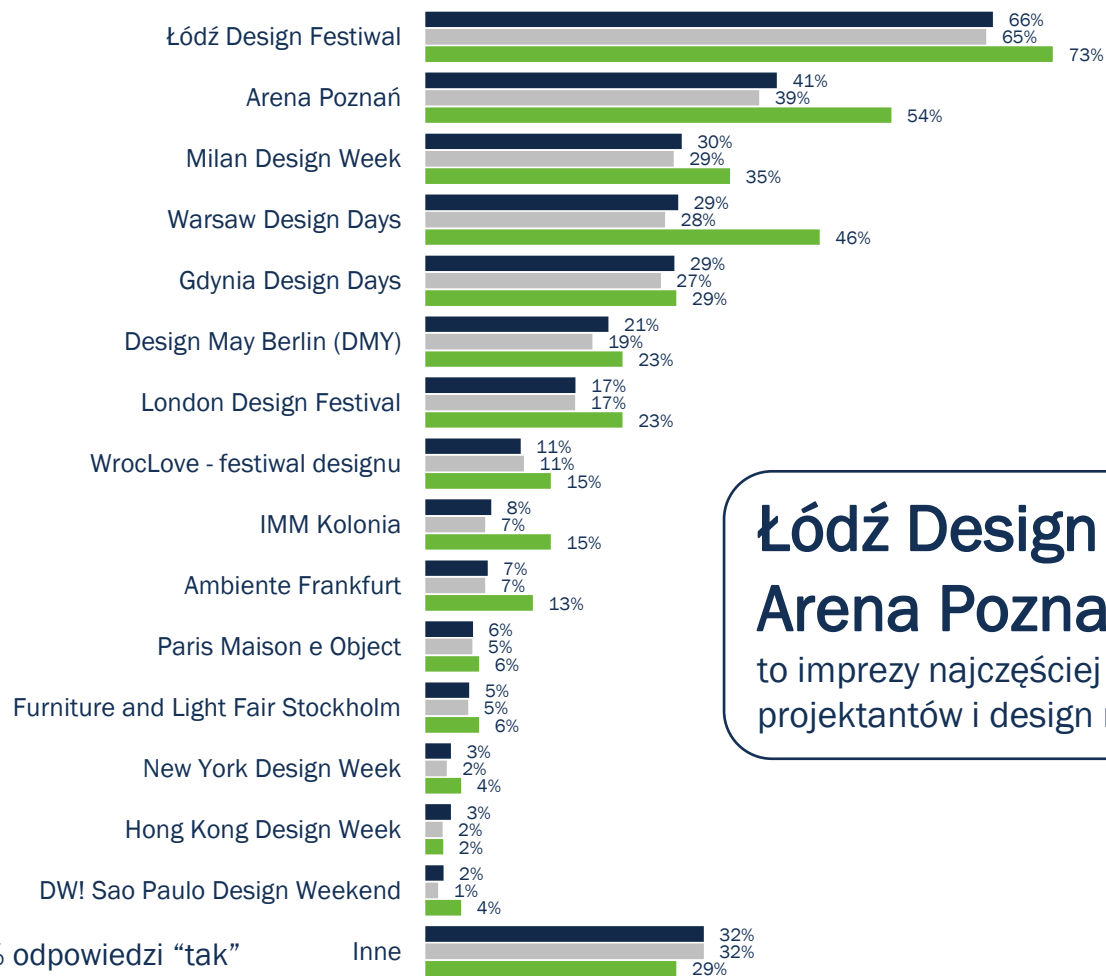
Udział w festiwalach, targach, wystawach...

Czy w ciągu ostatnich 3 lat brał(a) P. udział w festiwalach, targach, wystawach związanych z designem?



Udział w wydarzeniach...

W których z poniższych wydarzeń związanych z designem brał(a) Pan(i) udział?

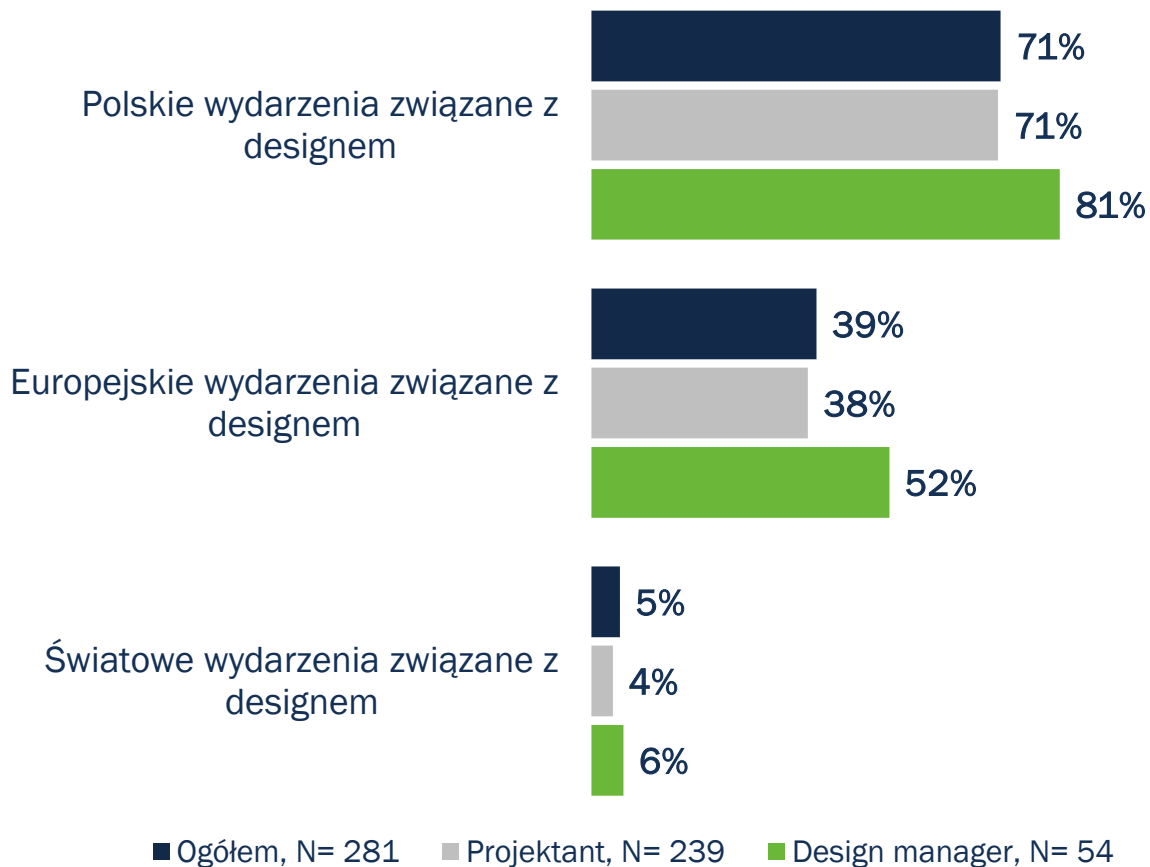


Łódź Design Festiwal
Arena Poznań

to imprezy najczęściej odwiedzane przez projektantów i design managerów

Udział w wydarzeniach polskie/europejskie/światowe ...

W których z poniższych wydarzeń związanych z designem brał(a) Pan(i) udział?
% respondentów, którzy wymienili przynajmniej jedno polskie, europejskie bądź światowe wydarzenie



% odpowiedzi "tak"

Wiedza i inspiracje...

Z jakich źródeł czerpie Pan(i) wiedzę/informacje na temat designu?



% odpowiedzi "tak"

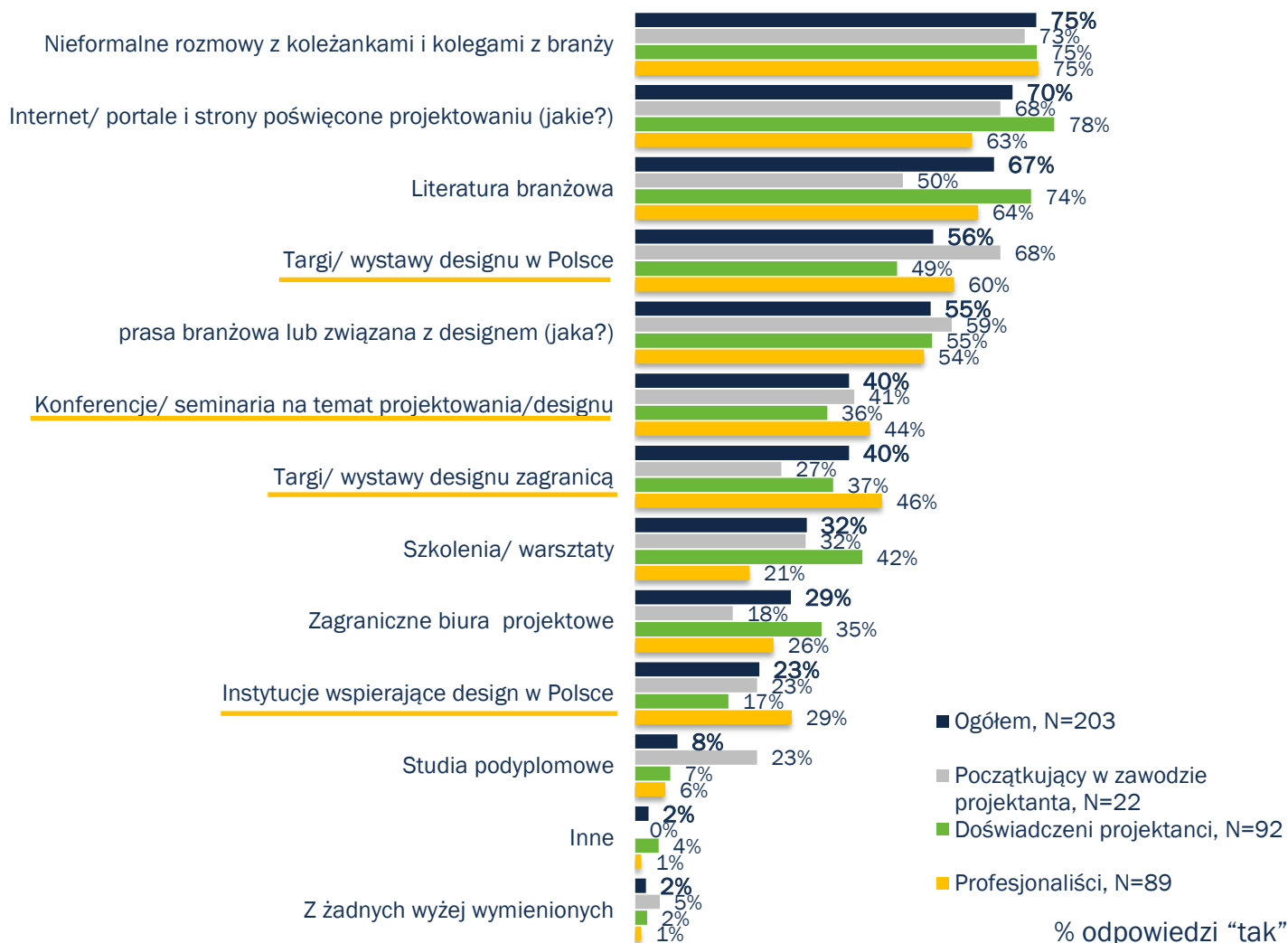
■ Ogółem, N= 281

■ Projektant, N= 239

■ Design manager, N= 54

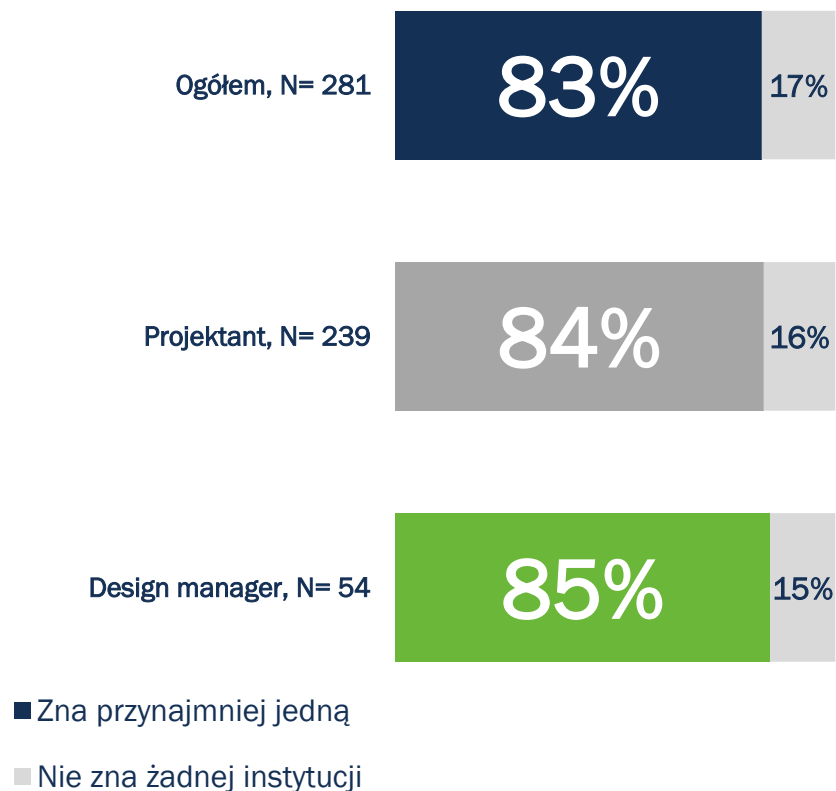
Wiedza i inspiracje.../ PROJEKTACI

Z jakich źródeł czerpie Pan(i) wiedzę/informacje na temat designu?



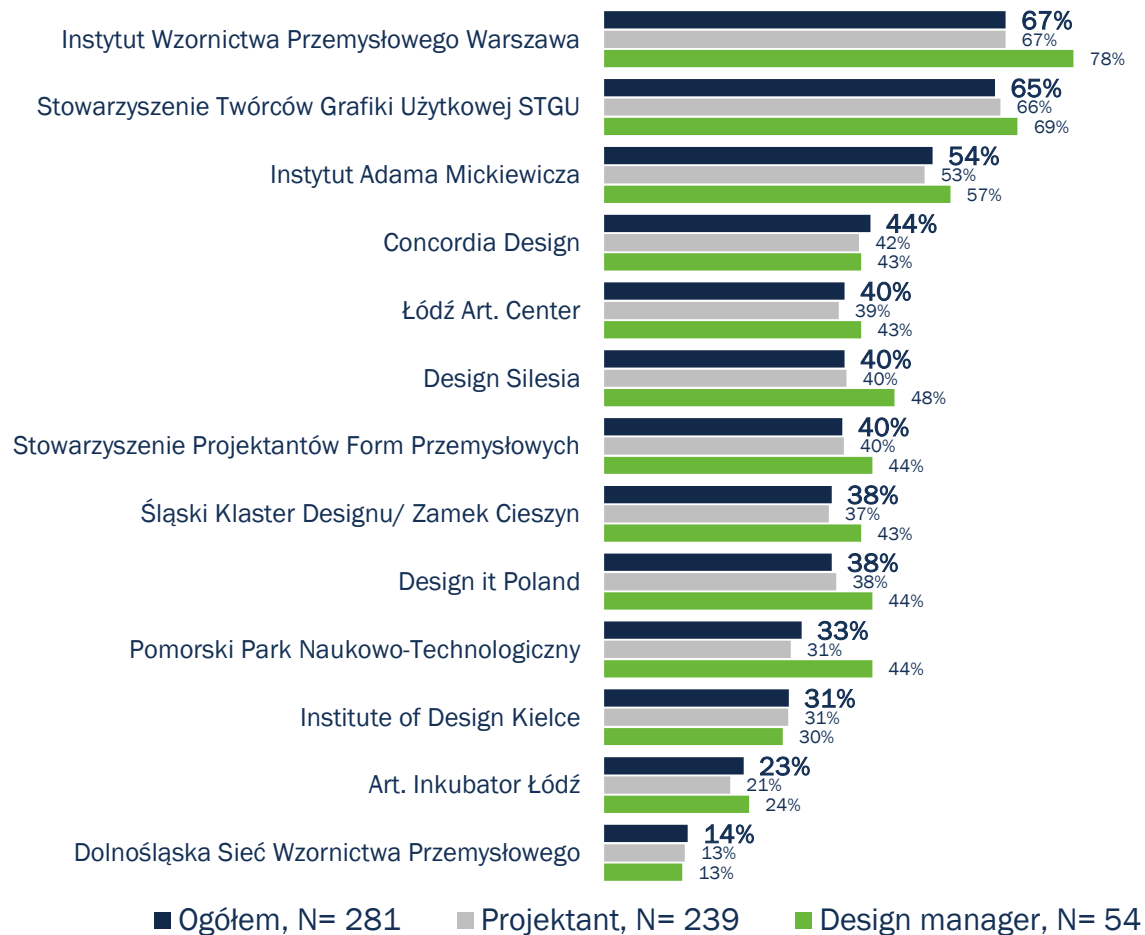
Instytucje wspierające rozwój designu

Czy zna Pan(i) jakieś instytucje wspierające rozwój design w Polsce?



Znajomość instytucji

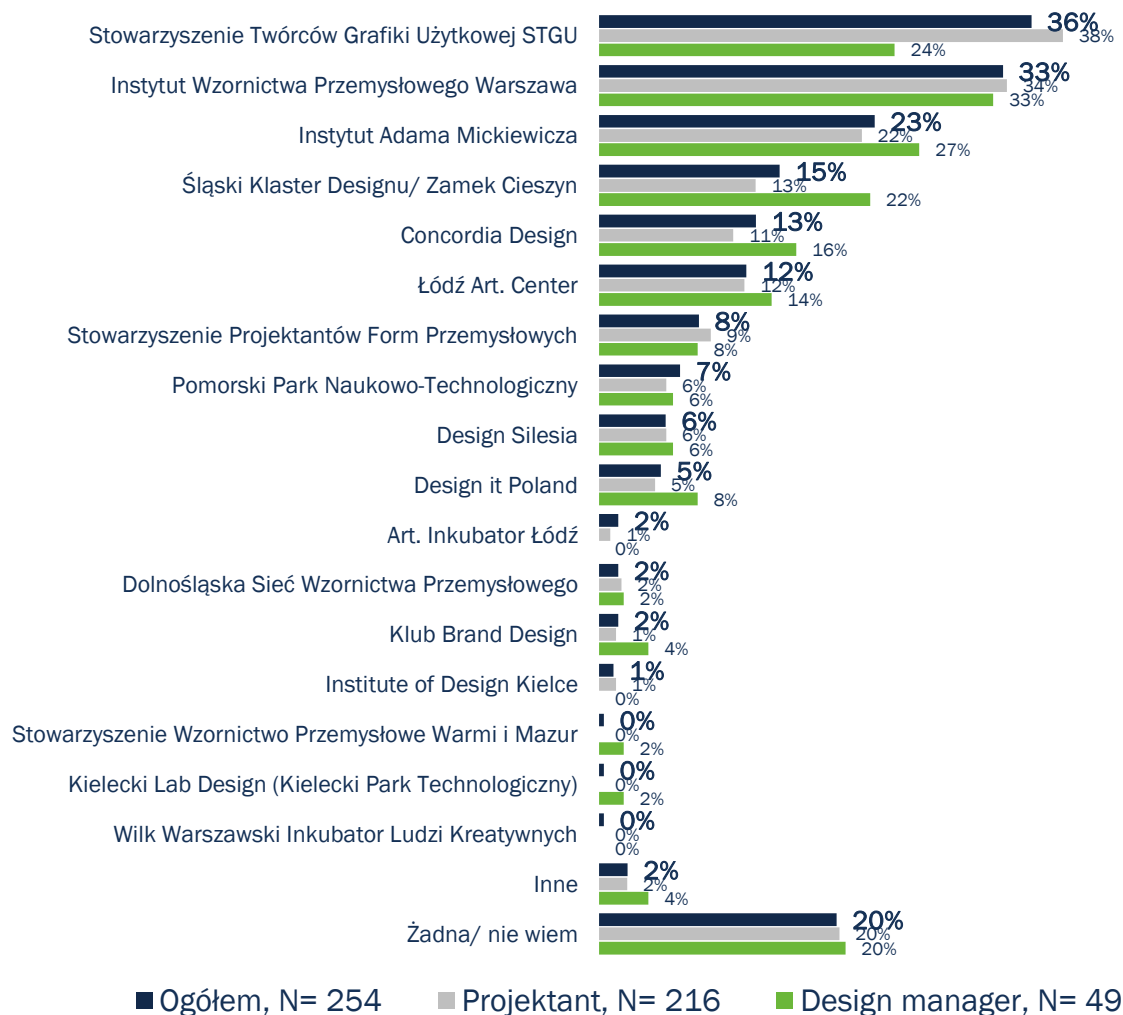
Które z następujących instytucji Pan(i) zna? (1)



% odpowiedzi "tak"

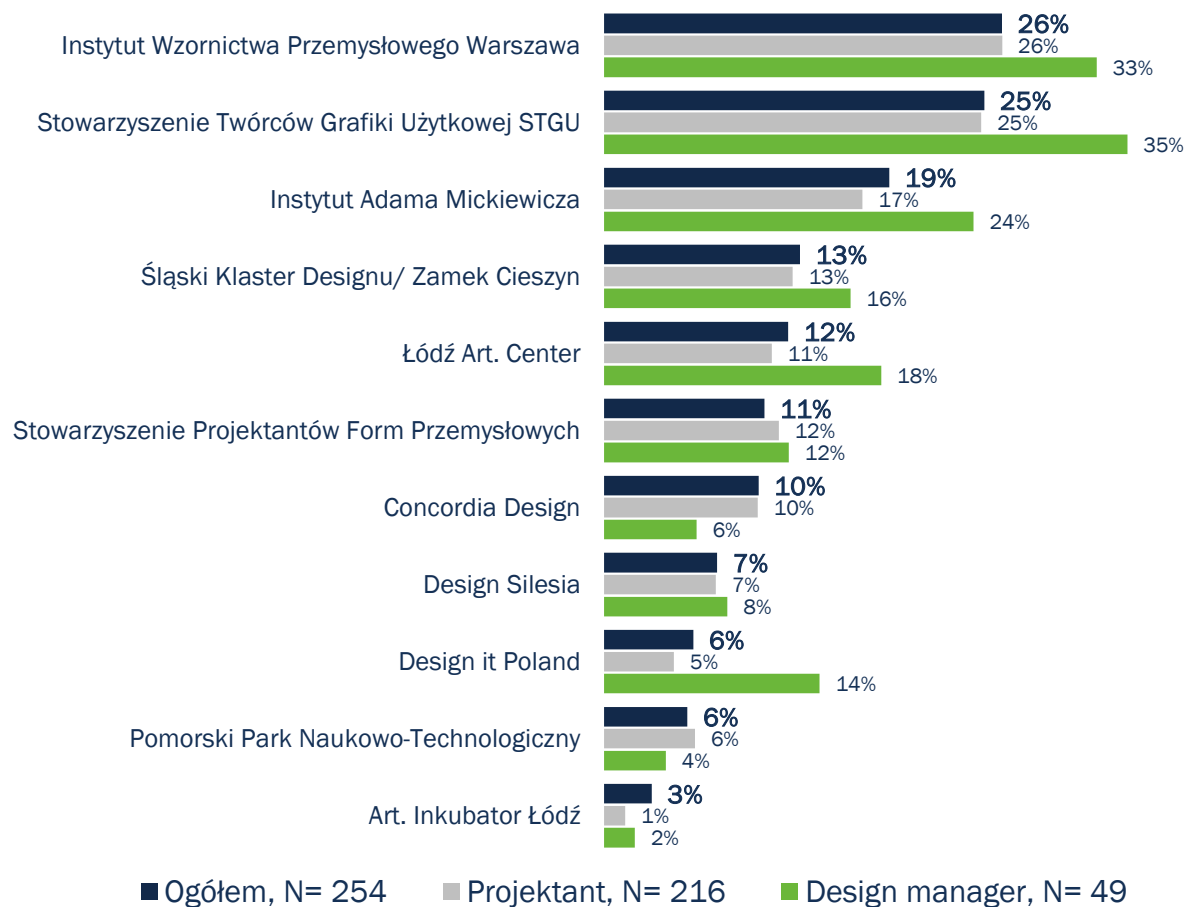
Najważniejsza instytucja

Która ze wskazanych instytucji, Pana(i) zdaniem, odgrywa kluczową rolę w zakresie wspierania rozwój designu w Polsce?



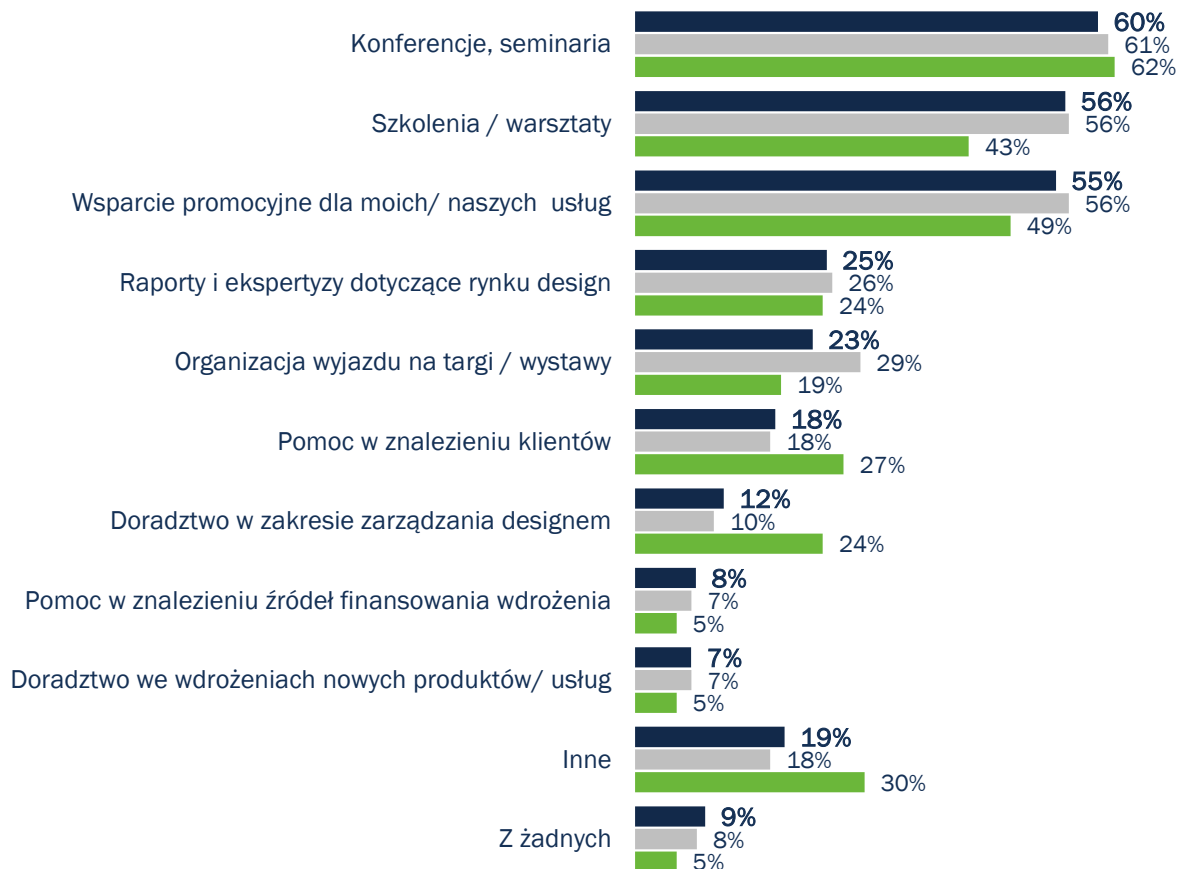
Korzystanie z usług instytucji

Czy korzystał(a) Pan(i) z usług tych/ tej instytucji? (1)



Korzystanie z usług instytucji... cd.

Z jakich usług *instytucji* dotychczas Pan(i) korzystał?



■ Ogółem, N= 165

■ Projektant, N= 137

■ Design manager, N= 37

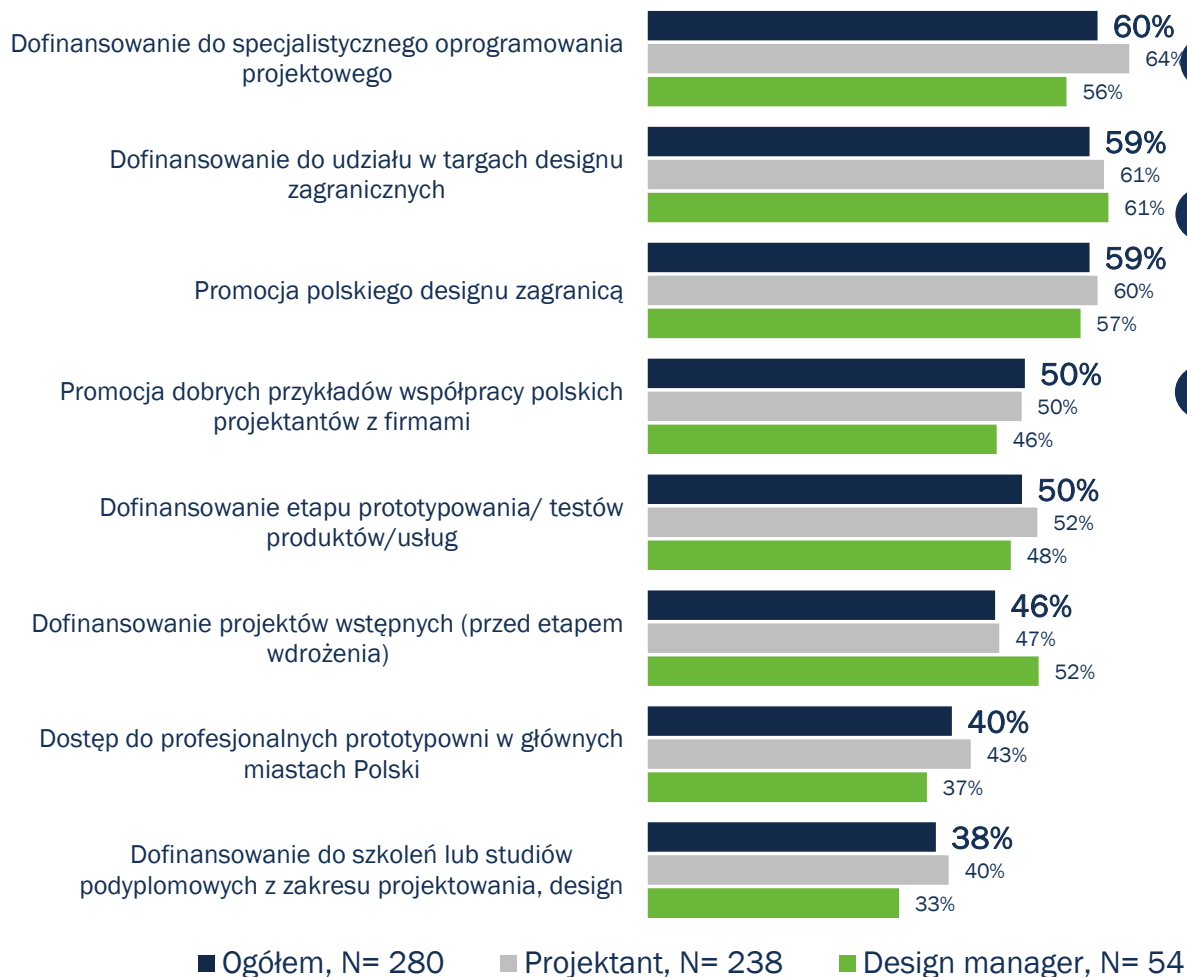
% odpowiedzi „tak”

instrumenty wsparcia

jakich potrzebują projektanci

Zapotrzebowanie na instrumenty wsparcia

Poniżej znajduje się lista instrumentów wsparcia publicznego w zakresie designu. Którymi z nich był(a)by Pan(i) zainteresowany(a)? (1)



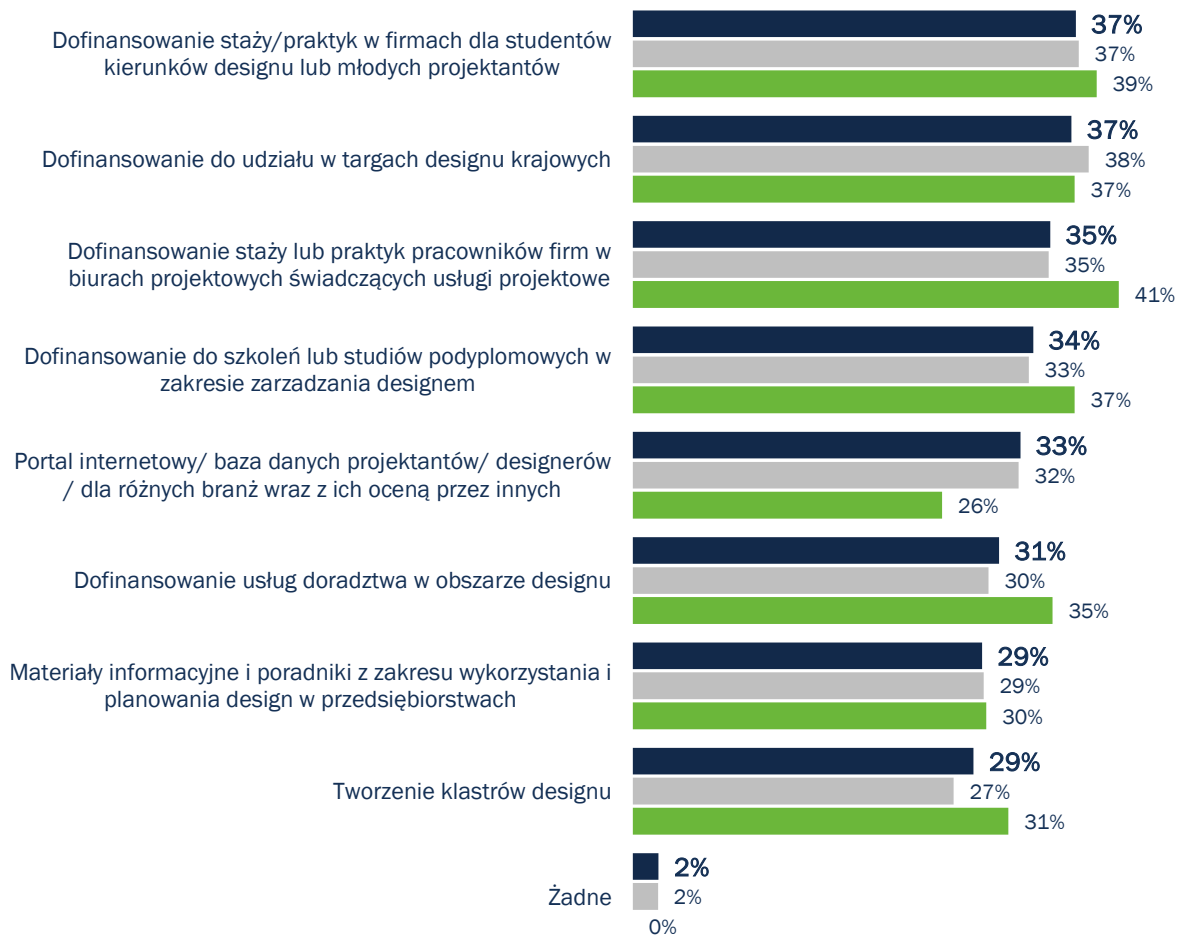
1 specjalistyczne oprogramowanie

2 udział w zagranicznych targach

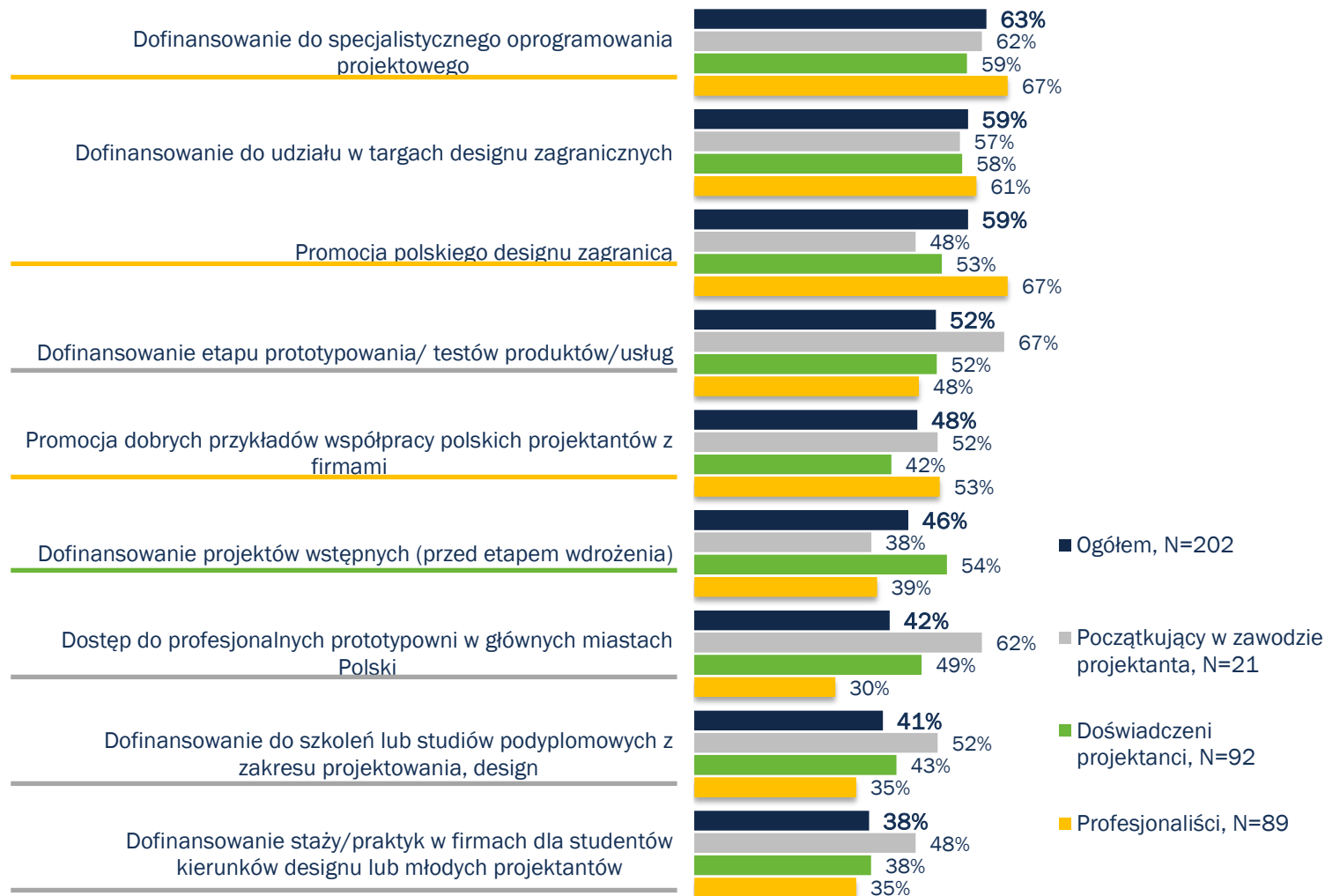
3 promocja polskiego designu zagranicą

Zapotrzebowanie na instrumenty wsparcia cd.

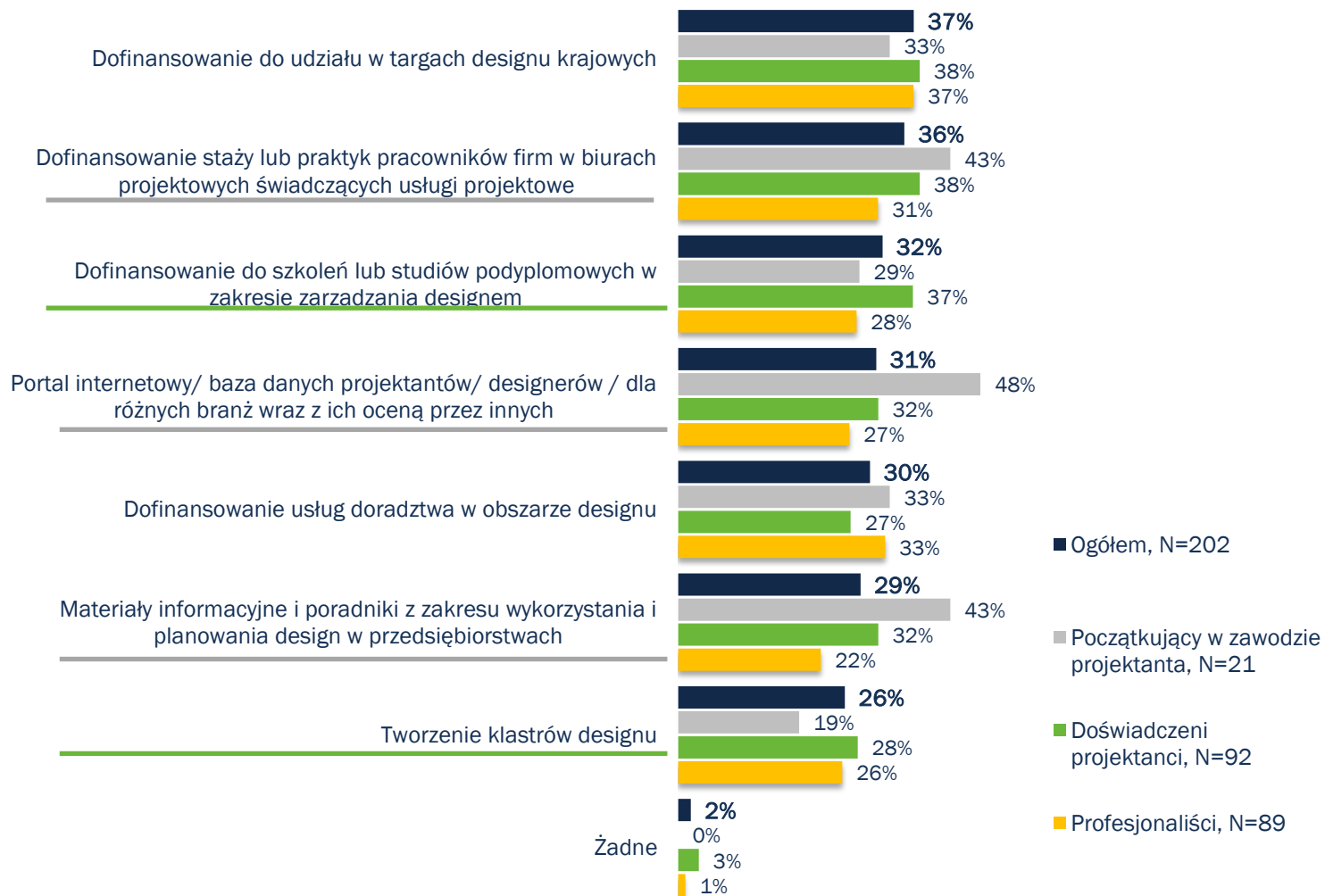
Poniżej znajduje się lista instrumentów wsparcia publicznego w zakresie designu. Którymi z nich był(a)by Pan(i) zainteresowana? (2)



Zapotrzebowanie na instrumenty wsparcia/ PROJEKTANCI

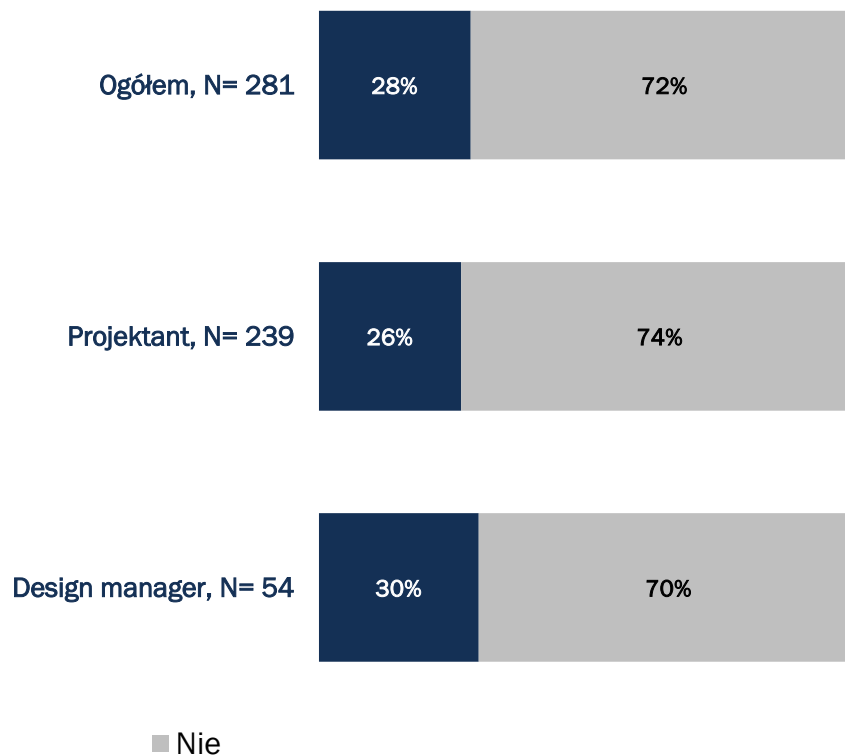


Zapotrzebowanie na instrumenty wsparcia / PROJEKTANCI cd.



Zapotrzebowanie na instrumenty wsparcia (inne)

Czy był(a)by Pan(i) zainteresowany(a) innymi instrumentami wsparcia publicznego?
Tak (Jakimi?)



Diagnoza stanu design w Polsce
www.parp.gov.pl/design

Kontakt

Biuro prasowe PARP

Miłosz Marczuk, Rzecznik prasowy PARP

media@parp.gov.pl

Tel. 22 432 82 34;

Kom. 696 488 150

Departament Rozwoju Przedsiębiorczości i Innowacyjności

Agnieszka Haber Kierownik sekcji ewaluacji

agnieszka_haber@parp.gov.pl

Tel. 22 432 83 65; 694 476 925