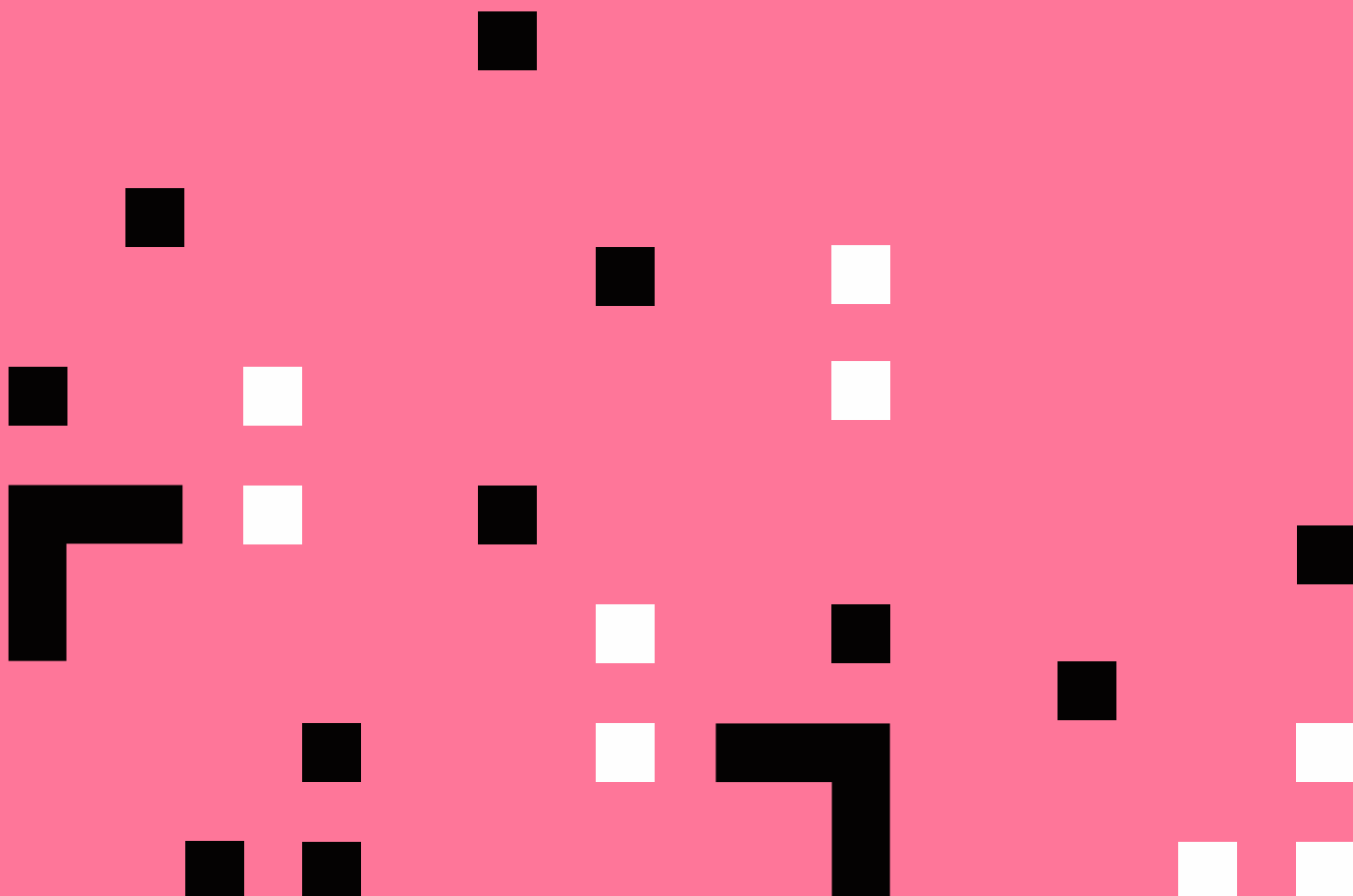


Raport Specjalistyczny dla Obszaru: Design

Załącznik nr 2 – podsumowanie badań w grupie przedsiębiorców

Raport za rok 2024





Dąbrowa Górnicza, marzec 2025

Raport z badań przeprowadzonych przez Akademię WSB w Dąbrowie Górniczej w ramach Regionalnego Obserwatorium Designu w zakresie oceny przez przedsiębiorców stanu rozwoju designu w województwie śląskim.

Raport składa się z następujących części:

- I. Opis metodyki badawczej
- II. Prezentacja wyników badania
- III. Podsumowanie
- IV. Podsumowanie badania jakościowego przeprowadzonego metodą zogniskowanego wywiadu grupowego (FGI) w dniu 4 lutego 2025 roku

I. Opis metodyki badawczej

Wprowadzenie

Badanie zrealizowane zostało w ramach projektu "PPO WSL 2030. Utworzenie Regionalnego Obserwatorium Innowacji", współfinansowanego przez Unię Europejską ze środków Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego Programu Fundusze Europejskie dla Śląskiego 2021-2027. Przeprowadzenie badania dotyczyło działalności Regionalnego Obserwatorium Designu, które współtworzy konsorcjum: Zamek Cieszyn, Akademia WSB w Dąbrowie Górniczej oraz Instytucja Kultury Katowice Miasto Ogrodów im. Krystyny Bochenek.

Za przeprowadzenie badania i opracowanie raportu odpowiadała Akademia WSB w Dąbrowie Górniczej – jako Partner Projektu. Badanie zostało przeprowadzone przez dr hab. Joannę Kurowską-Pysz, prof. AWSB przy zaangażowaniu pracowników Katedry Zarządzania oraz doktorantów Akademii WSB w Dąbrowie Górniczej, w drugiej połowie 2024 roku, na terenie województwa śląskiego. Raport z badania przygotowany został przez Dagmarę Szmął, członka zespołu projektowego, w I kwartale 2025 roku.

Podejście badawcze

Celem badania była ocena wybranych obszarów i aspektów współpracy przedsiębiorców z usługodawcami z branży designu, w tym projektantami indywidualnymi oraz firmami projektowymi. Badanie dotyczyło w szczególności następujących zagadnień:

- charakter współpracy: długość, częstotliwość, podstawy prawne, kryteria wyboru oraz główne obszary,
- ocena wpływu współpracy na ofertę przedsiębiorców: nowe produkty/usługi, redesign, kanały dystrybucji, zrównoważony rozwój, komunikacja marketingowa,
- wpływ współpracy na finansową sytuację przedsiębiorców i ich konkurencyjność,



- obszary współpracy, ich skala i istotność: innowacje, redesign, nowe metody produkcji i sprzedaży, prace badawczo-rozwojowe, kampanie reklamowe, zmiany organizacyjne,
- czynniki ograniczające współpracę przedsiębiorstw z projektantami z województwa śląskiego,
- branże wymagające większej aktywności projektantów oraz obszary działalności przedsiębiorstw potrzebujących wsparcia projektowego,
- ocena wkładu środowiska projektowego w rozwój innowacyjności województwa śląskiego oraz czynniki ograniczające to zaangażowanie,
- oczekiwania przedsiębiorców dotyczące wsparcia instytucji otoczenia biznesu w zakresie usług projektowych.

Przyjęto, iż cel badania można osiągnąć stosując podejście jakościowe tj. formułując wnioski w oparciu o analizę wyników badań prowadzonych w ograniczonej liczebnościowo i dobranej w sposób celowy grupie respondentów. W ramach badania starano się pozyskać wiedzę o charakterystyce badanego zjawiska współpracy przedsiębiorców i projektantów lub firm projektowych w województwie śląskim, co pozwoliło na udzielenie odpowiedzi na pytania takie jak: "co", "ile", "jak silnie", "jak często", "w jakiej części", „dlaczego”. Pewne zależności i trendy rysują się w wyniku tych badań.

Wyniki badania zostały zanonimizowane. Zgodnie z podejściem jakościowym, z uwagi na wielkość próby i sposób doboru przedsiębiorstw do badań, wyniki badań przedstawione w niniejszym raporcie w sposób łączny, bez wyodrębniania wyników dotyczących określonych podkategorii respondentów np. w kryterium przedsiębiorstwa czy reprezentowanej branży.

Narzędzie badawcze

Badanie przeprowadzono przy wykorzystaniu kwestionariusza ankiety, składającego się z 20 pytań o charakterze zamkniętym, półotwartym i otwartym. Tak zaprojektowane pytania miały na celu uzyskanie zarówno konkretnych danych liczbowych, jak i otwartych odpowiedzi, które pozwoliły na uzyskanie pogłębionego obrazu współpracy przedsiębiorstw z projektantami i firmami projektowymi. Badanie przeprowadzono techniką CAWI (Computer-Assisted Web Interview). Respondenci wypełniali ankiety elektroniczne samodzielnie, co zapewniło wysoką elastyczność udziału w badaniu i sprzyjało dotarciu do szerszej grupy przedsiębiorców.

Grupa docelowa – dobór i wielkość próby

Grupą docelową badań byli przedsiębiorcy reprezentujący sektor przemysłowy i usługowy, działający na terenie województwa śląskiego i korzystający z usług projektantów lub firm projektowych funkcjonujących na terenie województwa śląskiego.

Dobór próby do badania miał charakter nielosowy i nieanonimowy. Potencjalni respondenci zostali wyselekcjonowani z różnych branż przemysłowych i usługowych, w tym co najmniej z pięciu różnych sektorów. W badaniu zapewniono udział co najmniej 15 przedsiębiorców reprezentujących sektor małych i średnich przedsiębiorstw (MSP), co pozwoliło uwzględnić również perspektywę mniejszych firm w kontekście ich współpracy z projektantami i firmami projektowymi.



Dobór próby przeprowadzono w oparciu na metodę kuli śnieżnej tj. przedsiębiorcy, którzy zgodzili się na udział w badaniu byli proszeni o wskazanie kolejnych przedsiębiorców spełniających kryteria badania. Dzięki temu badaniem można było objąć przedsiębiorstwa reprezentujące różnorodność biznesową województwa śląskiego i różne punkty widzenia dotyczące analizowanych zagadnień.

Prośbę o udział w badaniu skierowano do 71 przedsiębiorstw, a ostatecznie w badaniu udział wzięło 50 respondentów. Wielkość próby została dobrana w taki sposób, aby umożliwić uzyskanie wiarygodnych i rzetelnych wyników przy jednoczesnym zachowaniu efektywności badania, które miało charakter jakościowy.

Przebieg badania

Badanie realizowano w taki sposób, iż w pierwszej kolejności typowano firmy, które spełniały kryteria udziału w badaniu. Korzystając z ogólnie dostępnych danych (telefon lub adres email) nawiązywano kontakt z wytypowanymi przedsiębiorstwami, przedstawiając im cele projektu dotyczącego utworzenia Regionalnego Obserwatorium Designu wraz z informacją o dofinansowaniu ze środków Unii Europejskiej, a następnie zachęcano do udziału w badaniu ankietowym i zachęcano do korzystania z innych działań oferowanych przez Obserwatorium np. szkoleń. Ankiety kierowano tylko do tych przedsiębiorstw, których przedstawiciele w rozmowie telefonicznej wyrazili zgodę na udział w badaniu i wskazali pracownika, który posiada wiedzę umożliwiającą udzielenie odpowiedzi na zawarte w ankiecie pytania.

Następnie ankietę kierowaną była drogą elektroniczną do wyznaczonego pracownika na wskazany adres. Ogółem wysłano 71 próśb o wypełnienie ankiety. Otrzymano 50 kompletnych odpowiedzi, które spłynęły do bazy danych. Akademia WSB monitorowała spływ wypełnionych ankiet, a w przypadku opóźnienia kontaktowała się z adresatami ankiet z prośbą o udzielenie odpowiedzi.

Odnosząc się do przebiegu badania warto zaznaczyć, iż duża grupa przedsiębiorstw, do których kierowano prośbę o udział w badaniu odmawiała przyjęcia ankiety, stwierdzając, iż nie współpracuje z projektantami ani firmami projektowymi, podczas gdy analiza mediów potwierdza, że firmy te posiadają m.in. własne strony internetowe, czy też oferują pod własnymi markami produkty i usługi, których powstanie wymagało skorzystania z usług projektowych (np. etykieta, opakowanie itp.). Wskazuje to na niską świadomość dużej grupy przedsiębiorstw w regionie co do faktu korzystania z usług projektowych we własnej działalności biznesowej.



II. Prezentacja wyników badania

1. Współpraca firm z projektantami

Respondenci udzielali odpowiedzi na pytanie jednokrotnego wyboru i odnosili się do uśrednionej oceny współpracy reprezentowanego przedsiębiorstwa z wszystkimi projektantami lub / i firmami projektowymi.

Pytanie nr 1.

Z iloma Projektantami/Firmami Projektowymi współpracuje Państwa Firma?

Odpowiedzi respondentów na pytanie nr 1 przedstawia Tabela 1.

Tabela 1. Współpraca firm z projektantami

Wariant odpowiedzi	Liczba udzielonych odpowiedzi
1. Współpracujemy tylko z jednym Projektantem	6
2. Współpracujemy tylko z jedną Firmą Projektową	4
3. Współpracujemy z jednym Projektantem i jedną Firmą Projektową	8
4. Współpracujemy z jednym Projektantem i więcej niż jedną Firmą Projektową	1
5. Współpracujemy z jedną Firmą Projektową i więcej niż jednym Projektantem	4
6. Współpracujemy z większą liczbą Projektantów i Firm Projektowych	27
7. Nie wiem	0

Źródło: wyniki badań



Odpowiedzi respondentów na pytanie nr 1 potwierdzają prawidłowość doboru próby. Każda z 50 firm biorących udział w badaniu współpracuje z przynajmniej jednym projektantem lub firmą projektową. Znaczną część respondentów współpracuje z więcej niż jednym projektantem/firmą projektową (38). Z większą liczbą projektantów/firm projektowych współpracuje 27 ankietowanych. Pozostali przedsiębiorcy wskazali na współpracę z jednym projektantem lub jedną firmą projektową (12).

Analiza odpowiedzi respondentów wskazuje, że większość badanych przedsiębiorstw różnicuje zaangażowanie projektantów i firm projektowych oraz angażuje większą liczbę takich usługodawców, co wskazuje na raczej dobre rozpoznanie przez te firmy branży designu i pozytywny stosunek do korzystania z usług projektowania.

2. Okres współpracy firm z projektantami

Respondenci udzielali odpowiedzi na pytanie jednokrotnego wyboru i odnosili się do uśrednionej oceny współpracy reprezentowanego przedsiębiorstwa z wszystkimi projektantami lub / i firmami projektowymi.

Pytanie nr 2.

Od jak dawna Państwa firma współpracuje z projektantem/firmą projektową?

Tabela 2. Współpraca firm z projektantami

Wariant odpowiedzi	Liczba udzielonych odpowiedzi
1. Krócej niż 2 lata	9
2. Od 2 do 5 lat	9
3. Od 5 do 10 lat	9
4. Dłużej niż 10 lat	20
5. Nie wiem	3

Źródło: wyniki badań



Większość respondentów (38) ma przynajmniej 2-letnie doświadczenie we współpracy z projektantami lub firmami projektowymi; 20 firm współpracuje z projektantem lub firmą projektową od ponad 10 lat, 29 firm wskazuje współpracę trwającą powyżej 5 lat; 9 firm współpracuje z projektantami krócej niż 2 lata. 3 przedsiębiorców nie zna okresu tej współpracy.

Respondenci deklarują długotrwałą współpracę z projektantami lub/i firmami projektowymi (29 ankietowanych ma ponad 5-letnie doświadczenie takiej współpracy, natomiast 38 badanych wskazuje na ponad 2-letni staż). Wskazuje to, że przedsiębiorcy mają świadomość co do roli designu w rozwoju przedsiębiorstw. Kilkuletnie korzystanie z usług projektantów lub firm projektowych może świadczyć również o zadowoleniu przedsiębiorców z jakości świadczonych usług.

3. Częstotliwość współpracy firm z projektantami i firmami projektowymi

Respondenci udzielali odpowiedzi na pytanie jednokrotnego wyboru i odnosili się do uśrednionej oceny współpracy reprezentowanego przedsiębiorstwa z wszystkimi projektantami lub / i firmami projektowymi.

Pytanie nr 3.

Z jaką częstotliwością Państwa Firma współpracuje z Projektantem/Firmą Projektową?

Tabela 3. Częstotliwość współpracy firm z projektantami

Wariant odpowiedzi	Liczba udzielonych odpowiedzi
1. Stała współpraca	22
2. Doraźna współpraca w miarę rzeczywistych potrzeb naszej firmy	16
3. Inny model współpracy	11
4. Nie wiem	1

Źródło: wyniki badań



22 z 50 badanych firm wskazało na stałą współpracę z projektantami lub firmami projektowymi, a 16 korzysta z doraźnej współpracy, w miarę rzeczywistych potrzeb. 11 przedsiębiorców wskazało inny model współpracy. Jeden respondent nie zna modelu współpracy.

Stała współpraca z projektantem lub firmą projektową (22 odpowiedzi), jest jak widać dosyć częstą praktyką i potwierdza, iż dla przedsiębiorców ma znaczenie stałe, bieżące wsparcie ze strony indywidualnych projektantów lub firm projektowych. Z kolei doraźne zlecenia wskazują na preferowanie elastyczności współpracy w zależności od projektów i aktualnych potrzeb rozwojowych firm. Często jest to także model stosowany w mniejszych firmach, które mogą nie mieć zasobów do stałej kooperacji.

4. Podstawy współpracy firm z projektantami

Respondenci udzielali odpowiedzi na pytanie wielokrotnego wyboru i odnosili się do uśrednionej oceny rodzaju podstawy współpracy reprezentowanego przedsiębiorstwa z wszystkimi projektantami lub / i firmami projektowymi.

Pytanie nr 4.

Na jakich warunkach Państwa Firma współpracuje z Projektantem/Firmą Projektową?

Tabela 4. Podstawa prawna współpracy firm z projektantami

Wariant odpowiedzi	Liczba udzielonych odpowiedzi
1. Umowa o pracę z Projektantem	7
2. Umowa zlecenie/o dzieło z Projektantem	16
3. Kontrakt z Firmą Projektową	15
4. Staż studencki, praktyki studenckie dla Projektantów	1
5. Zatrudnienie Projektantów w modelu B2B	6
6. Zróżnicowane zasady współpracy	17



7. Nie wiem	5
-------------	---

Źródło: wyniki badań

17 respondentów stosuje zróżnicowane podstawy prawne współpracy z projektantami i firmami projektowymi. Najczęstszą formą współpracy jest umowa zlecenie/o dzieło z projektantem – 16 zaznaczeń lub kontrakt z firmą projektową – 15 zaznaczeń. 7 przedsiębiorców zatrudnia na etat projektanta, a 6 firm wskazało jako podstawę kooperacji model B2B. Tylko 1 przedsiębiorca korzysta z formuły: staż studencki, praktyki studenckie dla projektantów.

Umowa zlecenie/o dzieło z projektantem oraz kontrakty z firmami projektowymi są dominującą formą współpracy z usługodawcami z branży designu w badanych firmach (31). Prawdopodobnie elastyczność tych modeli, polegająca na tym, iż konstrukcja i czas zatrudnienia uzależnione są od realizowanych projektów i aktualnych potrzeb, jest cechą decydującą o ich wyborze.

Ta forma kooperacji może być również efektem niechęci projektantów do ponoszenia kosztów, w szczególności kosztów daninowych ale też kosztów mediów i innych stałych obciążeń, związanych z zakładaniem i prowadzeniem własnej działalności. Potwierdzeniem tej hipotezy może być zdecydowanie mniejsze zainteresowanie współpracą w modelu B2B – jedynie 6 odpowiedzi.

Wskazanie przez dużą grupę firm zróżnicowanych zasady współpracy, m.in. akcent na umowę zlecenie/dzieło oraz kontrakt, wskazuje, iż przedsiębiorcy preferują model projektowy oparty na współpracy z niezależnymi ekspertami, co pozwala na dostosowanie umowy (dobór konkretnego projektanta, firmy projektowej) do specyficznych potrzeb danego projektu.

5. Kryteria wyboru projektanta/firmy projektowej

Respondenci udzielali odpowiedzi na pytanie wielokrotnego wyboru i odnosili się do uśrednionej oceny kryteriów na których opiera się dobór projektantów lub / i firm projektowych przez badane przedsiębiorstwo.

Pytanie nr 5.

Czym się Państwo kierowaliście przy wyborze Projektanta/Firmy Projektowej?

Tabela 5. Kryteria wyboru projektanta/firmy projektowej



Wariant odpowiedzi	Liczba udzielonych odpowiedzi
1. Doświadczenie Projektanta/Firmy Projektowej	30
2. Posiadane referencje i rekomendacje	20
3. Renoma marki Projektanta/Firmy Projektowej	9
4. Stosunek kosztu do jakości usługi	17
5. Posiadane dyplomy/certyfikaty/nagrody	7
6. Terminowość realizacji usług	15
7. Rzetelność świadczenia usług	19
8. Wysoka jakość obsługi klienta i dobra atmosfera współpracy	10
9. Inne	11
10. Nie wiem	4

Źródło: wyniki badań

Najczęściej wskazywanymi przez respondentów kryteriami wyboru są: doświadczenie projektanta (30 odpowiedzi), referencje i rekomendacje (20 odpowiedzi), rzetelność świadczenia usług (19 odpowiedzi), oraz stosunek kosztu do jakości usługi (17 odpowiedzi). Najrzadziej kierowano się posiadanymi dyplomami/certyfikatami/ nagrodami (7 odpowiedzi) oraz renomą marki (9 odpowiedzi).

Wybór usługodawcy z branży designu, oparty przede wszystkim na takich kryteriach jak doświadczenie oraz referencje i rekomendacje wskazuje na dużą wagę, jaką przedsiębiorcy przykładają do warsztatu oraz umiejętności projektantów lub / i firm projektowych. Dodatkowo wskazanie jako warunku rzetelności wykonania oraz efektywności kosztowej świadczy o wysokich oczekiwaniach w zakresie profesjonalizmu, ale za rozsądną cenę.

Renoma marki nie ma decydującego znaczenia przy wyborze partnera w projektowaniu, tak jak i posiadane certyfikaty, bowiem w kontekście designu, widocznie kluczowe jest dla przedsiębiorców, aby usługodawca dobrze rozumiał specyfikę projektu, potrzeby firmy, oraz aby mógł dostarczyć rozwiązania dostosowane do



realnych wymagań. Renoma marki projektanta może być mniej istotna, jeśli nie jest związana bezpośrednio z umiejętnościami, które są ważne dla danego projektu, a o umiejętnościach świadczą właśnie wskazane doświadczenie i referencje. Poza tym ankietowani, przypuszczalnie chcą uniknąć wyższych opłat za usługi, a wysoka renoma i rozpoznawalność projektanta może się z tym bezpośrednio wiązać.

Wybór projektanta lub firmy projektowej opiera się zatem na praktycznych aspektach współpracy: rzetelności, terminowości, optymalizacji kosztu świadczonych usług. Renoma marki lub posiadane certyfikaty mogą być bardziej abstrakcyjne, a przedsiębiorcy wolą brać pod uwagę bardziej przydatne kryteria, takie jak rzeczywiste doświadczenie w pracy nad podobnymi projektami.

6. Obszary współpracy firm z projektantami

Respondenci udzielali odpowiedzi na pytanie wielokrotnego wyboru i odnosili się do uśrednionej oceny zakresu współpracy reprezentowanego przedsiębiorstwa z wszystkimi projektantami lub / i firmami projektowymi.

Pytanie nr 6.

W jakim zakresie korzystają Państwo z usług Projektanta/firmy Projektowej?

Tabela 6. Obszary współpracy firm z projektantami

Wariant odpowiedzi	Liczba udzielonych odpowiedzi
1. Projektowanie i rozwój produktów oraz usług	22
2. Wytwarzanie produktów oraz usług	12
3. Marketing, reklama, promocja itp.	23
4. Rozwiązywanie problemów dotyczących bieżącej działalności firmy	14
5. Realizacja projektów innowacyjnych i badawczo-rozwojowych	18
6. Inne	8



7. Nie wiem	3
-------------	---

Źródło: wyniki badań

Trzy główne obszary współpracy badanych przedsiębiorstw z wszystkimi projektantami lub / i firmami projektowymi to: marketing, reklama, promocja (23 odpowiedzi), projektowanie i rozwój produktów oraz usług (22 odpowiedzi) oraz realizacja projektów innowacyjnych i badawczo-rozwojowych (18 odpowiedzi).

Dwa główne obszary kooperacji są powiązane ze standardową ofertą projektantów w zakresie tj. wzornictwa przemysłowego (projektowanie, rozwój, wytwarzanie produktów oraz usług – 34 odpowiedzi) oraz projektowania graficznego (marketing, reklama, promocja – 23 odpowiedzi). Relatywnie duża liczba odpowiedzi (18) dotyczących współpracy zakresie realizacji projektów innowacyjnych i badawczo-rozwojowych potwierdza, iż design jest elementem strategii innowacyjnych w przedsiębiorstwach, co może wiązać się z wykorzystaniem funduszy europejskich na badania, rozwój i na innowacje. 14 przedsiębiorców wskazało, że projektanci biorą udział w rozwiązywaniu problemów dotyczących bieżącej działalności ich firmy. Dostrzeżenie roli projektantów i firm projektowych w tym obszarze skutkować może zapotrzebowaniem na stałą współpracę. Dzięki zrozumieniu potrzeb użytkowników oraz analizie trendów rynkowych, projektanci mogą wprowadzać zmiany, które poprawiają efektywność procesów, jakość produktów/usług oraz zdolność przedsiębiorcy do adaptacji w dynamicznie zmieniającym się otoczeniu rynkowym.

7. Ocena współpracy firm z projektantami i firmami projektowymi

7.1. Ocena wpływu współpracy z projektantami i firmami projektowymi na działalność przedsiębiorcy

Respondenci udzielali odpowiedzi na pytanie jednokrotnego wyboru i odnosili się do uśrednionej oceny istotności współpracy reprezentowanego przedsiębiorstwa z wszystkimi projektantami lub / i firmami projektowymi w odniesieniu do działalności ich firm. Respondenci określali stopień, w jakim zgadzają się z podanymi stwierdzeniami.

Pytanie nr 7.1.

(Współpraca z Projektantem/Firmą Projektową) ma istotne znaczenie dla funkcjonowania naszej Firmy:

Tabela 7.1. Ocena wpływu współpracy z projektantami na działalność przedsiębiorcy



Wariant odpowiedzi	Liczba udzielonych odpowiedzi
1. Zdecydowanie się nie zgadzam	5
2. Raczej się nie zgadzam	3
3. Ani się nie zgadzam, ani zgadzam	10
4. Raczej się zgadzam	17
5. Zdecydowanie się zgadzam	15

Źródło: wyniki badań

Dla 32 firm współpraca z projektantami ma istotne znaczenie dla funkcjonowania ich przedsiębiorstw (15 badanych zdecydowanie się z tym twierdzeniem zgadza oraz 17 raczej się zgadza). Dla 8 firm to twierdzenie nie było zgodne z rzeczywistą sytuacją w ich przedsiębiorstwie (5 badanych zdecydowanie się nie zgadza, 3 badanych raczej się nie zgadza). Niezdecydowanych było 10 respondentów.

Wyniki potwierdzają, iż przedsiębiorcy zdają sobie sprawę z roli designu w kształtowaniu ich pozycji na rynku, gdyż większość z nich dostrzega pozytywny związek między korzystaniem z tych usług a funkcjonowaniem firmy. Akcent na istotność tej współpracy może oznaczać, że design jest traktowany jako ważny element w strategii rozwoju firmy i przyczynić się do jej sukcesu. Odmienne zdanie w tej kwestii miała jedynie niewielka grupa ankietowanych.

7.2. Ocena współpracy badanych przedsiębiorstw z usługodawcami z branży designu dla kreowania w firmach nowego produktu/usługi

Respondenci udzielali odpowiedzi na pytanie jednokrotnego wyboru i odnosili się do uśrednionej oceny istotności współpracy reprezentowanego przedsiębiorstwa z wszystkimi projektantami lub / i firmami projektowymi w zakresie kreowania nowego produktu/ usługi zgodnie z potrzebami konkretnego klienta/segmentu rynku. Respondenci określali stopień w jakim zgadzają się z podanymi stwierdzeniami.

Pytanie nr 7.2.

(Współpraca z Projektantem/Firmą Projektową) ma istotne znaczenie dla kreowania nowego produktu/usługi zgodnie z potrzebami konkretnego klienta/segmentu rynku



Tabela 7.2. Ocena istotności współpracy badanych przedsiębiorstw z usługodawcami z branży designu dla kreowania w firmach nowego produktu/usługi.

Wariant odpowiedzi	Liczba udzielonych odpowiedzi
1. Zdecydowanie się nie zgadzam	6
2. Raczej się nie zgadzam	4
3. Ani się nie zgadzam, ani zgadzam	12
4. Raczej się zgadzam	8
5. Zdecydowanie się zgadzam	20

Źródło: wyniki badań

Ponad połowa (28) badanych przedsiębiorców zgadza się z stwierdzeniem, że współpraca z projektantami i firmami projektowymi ma istotne znaczenie dla kreowania nowego produktu/usługi zgodnie z potrzebami rynku (8 odpowiedzi – "raczej się zgadzam", 20 odpowiedzi – "zdecydowanie się zgadzam"). Odmienne zdanie wyraziło 10 respondentów (4 odpowiedzi – "raczej się nie zgadzam", 6 odpowiedzi – "zdecydowanie się nie zgadzam"). Niezdecydowanych było 10 firm.

Większość przedsiębiorców dostrzega istotny wpływ designu na kreowanie nowego produktu lub usługi w ich firmach, co ma związek ze zmieniającymi się potrzebami rynkowymi. Ocena pracy (kreacji) projektantów i firm projektowych w tym zakresie jest wysoka, bowiem walor istotności tej kreacji dla firmy zdecydowanie potwierdziło aż 20 przedsiębiorców.

Warto zauważyć, że mimo przekonania o wadze współpracy z projektantami i firmami projektowymi, nadal część firm nie dostrzega tej zależności lub preferują one inne metody rozwoju nowych produktów i usług (10 ankietowanych) lub nie mają w tym temacie zdania (10 ankietowanych).

7.3. Ocena współpracy przedsiębiorstw z usługodawcami z branży designu dla dostosowania w firmach istniejącego produktu/usługi do potrzeb konkretnego klienta/segmentu rynku

Respondenci udzielali odpowiedzi na pytanie jednokrotnego wyboru i odnosili się do uśrednionej oceny istotności współpracy reprezentowanego przedsiębiorstwa z wszystkimi projektantami lub / i firmami



projektowymi w zakresie dostosowania istniejącego produktu/usługi do potrzeb konkretnego klienta/segmentu rynku. Respondenci określali stopień w jakim zgadzają się z podanymi stwierdzeniami.

Pytanie nr 7.3.

(Współpraca z Projektantem/Firmą Projektową) ma istotne znaczenie dla dostosowania istniejącego produktu/usługi do potrzeb konkretnego klienta/segmentu rynku

Tabela 7.3. Ocena istotności współpracy badanych przedsiębiorstw z usługodawcami z branży designu dla dostosowania w firmach istniejącego produktu/usługi do potrzeb konkretnego klienta/segmentu rynku.

Wariant odpowiedzi	Liczba udzielonych odpowiedzi
1. Zdecydowanie się nie zgadzam	6
2. Raczej się nie zgadzam	3
3. Ani się nie zgadzam, ani zgadzam	10
4. Raczej się zgadzam	18
5. Zdecydowanie się zgadzam	13

Źródło: wyniki badań

Większość (31) przedsiębiorców zgadza się z stwierdzeniem, że współpraca z projektantami i firmami projektowymi ma istotne znaczenie dla dostosowania istniejącego produktu/usługi do potrzeb klienta lub rynku (18 – "raczej się zgadzam", 13 – "zdecydowanie się zgadzam"). Odmienne zdanie wyraziło 9 ankietowanych (3 – "raczej się nie zgadzam", 6 – "zdecydowanie się nie zgadzam"). Niezdecydowanych było 10 respondentów.

Większość przedsiębiorstw (31) dostrzega rolę usługodawców z branży designu w procesie redesignu produktu/usługi pod potrzeby rynku i ocenia ją jako istotną. Dostosowywanie oferty do zmieniających się potrzeb rynku odbywa się zatem w większości firm za pomocą usług projektowych. Jedynie 9 badanych przedsiębiorców było odmiennego zdania, co może wskazywać na inne perspektywy i doświadczenia w różnych branżach.



7.4. Ocena zakresu projektowania w firmach kanałów dystrybucji produktów i usług w efekcie współpracy z projektantami lub firmami projektowymi

Respondenci udzielali odpowiedzi na pytanie jednokrotnego wyboru i odnosili się do uśrednionej oceny istotności współpracy reprezentowanego przedsiębiorstwa z wszystkimi projektantami lub / i firmami projektowymi dla projektowania kanałów dystrybucji produktów i usług. Respondenci określali stopień w jakim zgadzają się z podanymi stwierdzeniami.

Pytanie nr 7.4.

(Współpraca z Projektantem/Firmą Projektową) ma istotne znaczenie dla projektowania kanałów dystrybucji produktów i usług

Tabela 7.4. Ocena istotności współpracy badanych przedsiębiorstw z usługodawcami z branży designu dla projektowania kanałów dystrybucji produktów i usług

Wariant odpowiedzi	Liczba udzielonych odpowiedzi
1. Zdecydowanie się nie zgadzam	6
2. Raczej się nie zgadzam	4
3. Ani się nie zgadzam, ani zgadzam	14
4. Raczej się zgadzam	20
5. Zdecydowanie się zgadzam	6

Źródło: wyniki badań

26 badanych przedsiębiorców zgadza się z stwierdzeniem, że współpraca z projektantami ma istotne znaczenie dla projektowania kanałów dystrybucji produktów i usług (20 odpowiedzi – "raczej się zgadzam", 6 odpowiedzi – "zdecydowanie się zgadzam"). Odmienne zdanie wyraziło 10 ankietowanych (4 odpowiedzi – "raczej się nie zgadzam", 6 odpowiedzi – "zdecydowanie się nie zgadzam"). Niezdecydowanych było 14 respondentów.

Docenienie projektantów w kreowaniu kanałów dystrybucji produktów i usług jest pozytywnym sygnałem, że szeroka oferta projektantów staje się bardziej rozpoznawalna i wykorzystywana w przedsiębiorstwach w województwie śląskim. Co do istotności tej roli przedsiębiorcy nie wyrażają jednak tak zdecydowanej pewności, co widoczne jest w przesunięciu ilości odpowiedzi ze zdecydowanie zgadzających się (tylko 6 odpowiedzi) na raczej zgadzających się (20 odpowiedzi) oraz większej liczby niezdecydowanych badanych (14 odpowiedzi).

7.5. Ocena zakresu projektowania w firmach komunikacji marketingowej w efekcie współpracy z projektantami lub firmami projektowymi

Respondenci udzielali odpowiedzi na pytanie jednokrotnego wyboru i odnosili się do uśrednionej oceny istotności współpracy reprezentowanego przedsiębiorstwa z wszystkimi projektantami lub / i firmami projektowymi w aspekcie komunikacji marketingowej z rynkiem. Respondenci określali stopień w jakim zgadzają się z podanymi stwierdzeniami.

Pytanie nr 7.5.

(Współpraca z Projektantem/Firmą Projektową) ma istotne znaczenie dla komunikacji marketingowej z rynkiem

Tabela 7.5. Ocena istotności współpracy badanych przedsiębiorstw z usługodawcami z branży designu dla komunikacji marketingowej z rynkiem

Wariant odpowiedzi	Liczba udzielonych odpowiedzi
1. Zdecydowanie się nie zgadzam	7
2. Raczej się nie zgadzam	5
3. Ani się nie zgadzam, ani zgadzam	8
4. Raczej się zgadzam	17
5. Zdecydowanie się zgadzam	13

Źródło: wyniki badań

Większość respondentów (30) zgadza się, że współpraca z projektantem/firmą projektową ma istotne znaczenie dla komunikacji marketingowej z rynkiem. Odmienne zdanie wyraziło 12 ankietowanych (5 odpowiedzi – "raczej się nie zgadzam", 7 odpowiedzi – "zdecydowanie się nie zgadzam"). Niezdecydowanych było 8 respondentów.

Projektanci kształtują wizualną tożsamość firmy i pomagają w tworzeniu spójnej i rozpoznawalnej marki co pozwala na wyróżnienie się na tle konkurencji i wpływa na atrakcyjność oferty. Ta wartość usług z branży designu została zauważona i doceniona przez większość przedsiębiorców wypełniających ankietę (30). 12 ankietowanych wyraziło odmienne zdanie – w zależności od branży, niektóre firmy mogą uznawać, że ich działania marketingowe są mniej zależne od estetyki lub designu, a bardziej od innych czynników, jak np. cena produktu/usługi, co może wpływać na ich stosunek do współpracy z projektantami.

7.6. Ocena wpływu współpracy firm z projektantami lub firmami projektowymi na strukturę kosztów

Respondenci udzielali odpowiedzi na pytanie jednokrotnego wyboru i odnosili się do uśrednionej oceny związku pomiędzy współpracą reprezentowanego przedsiębiorstwa z wszystkimi projektantami lub / i firmami projektowymi a strukturą kosztów w ich przedsiębiorstwach. Respondenci określali stopień w jakim zgadzają się z podanymi stwierdzeniami.

Pytania nr 7.6.

(Współpraca z Projektantem/Firmą Projektową) przekłada się na strukturę kosztów w naszej Firmie

Tabela 7.6. Ocena związku pomiędzy współpracą reprezentowanego przedsiębiorstwa z wszystkimi projektantami lub / i firmami projektowymi, a strukturą kosztów w ich przedsiębiorstwach

Wariant odpowiedzi	Liczba udzielonych odpowiedzi
1. Zdecydowanie się nie zgadzam	5
2. Raczej się nie zgadzam	7
3. Ani się nie zgadzam, ani zgadzam	15
4. Raczej się zgadzam	12
5. Zdecydowanie się zgadzam	11

Źródło: wyniki badań



23 badanych przedsiębiorców zgadza się, że współpraca z projektantem/firmą projektową przekłada się na strukturę kosztów w firmie (12 odpowiedzi – "raczej się zgadzam", 11 odpowiedzi – "zdecydowanie się zgadzam"). Odmienne zdanie wyraziło 12 respondentów (7 odpowiedzi – "raczej się nie zgadzam", 5 odpowiedzi – "zdecydowanie się nie zgadzam"). Niezdecydowanych było 15 respondentów.

Analiza wyników wskazuje, że więcej respondentów zgadza (23) niż nie zgadza się (12) ze stwierdzeniem, iż współpraca z projektantami przekłada się na strukturę kosztów w ich firmie. Znajduje to potwierdzenie w rzeczywistości, gdyż proces projektowy sam w sobie generuje koszty – zatrudnienia profesjonalistów, zakupu materiałów, oprogramowania, prototypowania, testowania itp. Jednak dla firm, które korzystają z usługi projektowania w minimalnym zakresie wpływ ten może być rzeczywiście nieznaczący. Należy też zwrócić uwagę na stosunkowo dużą liczbę respondentów niezdecydowanych (15) co może świadczyć, iż ankietowani nie mają wglądu lub nie znają struktury kosztów w swojej firmie.

7.7. Ocena skali kosztów współpracy firm z projektantami lub firmami projektowymi

Respondenci udzielali odpowiedzi na pytanie jednokrotnego wyboru i odnosili się do uśrednionej oceny wpływu współpracy reprezentowanego przedsiębiorstwa z wszystkimi projektantami lub / i firmami projektowymi na generowanie dużych kosztów w przedsiębiorstwie. Respondenci określali stopień w jakim zgadzają się z podanymi stwierdzeniami.

Pytanie nr 7.7.

(Współpraca z Projektantem/Firmą Projektową) generuje duże koszty w naszej Firmie

Tabela 7.6. Ocena wpływu kosztów współpracy firm z projektantami i firmami projektowymi na generowanie dużych kosztów w badanych przedsiębiorstwach

Wariant odpowiedzi	Liczba udzielonych odpowiedzi
1. Zdecydowanie się nie zgadzam	6
2. Raczej się nie zgadzam	8
3. Ani się nie zgadzam, ani zgadzam	18
4. Raczej się zgadzam	12



5. Zdecydowanie się zgadzam	6
-----------------------------	---

Źródło: wyniki badań

18 przedsiębiorców uważa, że współpraca z projektantem generuje duże koszty w ich firmie (12 odpowiedzi – "raczej się zgadzam", 6 odpowiedzi – "zdecydowanie się zgadzam"). Odmienne zdanie wyraziło 14 ankietowanych (8 odpowiedzi – "raczej się nie zgadzam", 6 odpowiedzi – "zdecydowanie się nie zgadzam"). Niezdecydowanych było 18 respondentów.

Analizując wyniki odpowiedzi na to pytanie trzeba zauważyć, że relatywnie duża liczba przedsiębiorców nie wypowiedziała się w tej sprawie (18 respondentów), co może świadczyć, iż respondenci nie znają poziomu kosztów ponoszonych na usługi z branży designu lub też uznali, że udzielanie odpowiedzi na to pytanie bez analizy dokumentów finansowych nie jest miarodajne. A zatem trudno jednoznacznie zinterpretować odpowiedzi na to pytanie. Jednak widać, iż więcej osób zgadza się (18) niż nie zgadza się (12) ze stwierdzeniem, iż współpraca z projektantami lub firmami projektowymi generuje duże koszty w ich przedsiębiorstwach. Projektowanie jest często kosztowną inwestycją, wymaga zatrudnienia nie tylko indywidualnych profesjonalistów, ale często całego zespołu profesjonalistów o zróżnicowanych kompetencjach. Często proces projektowania przeciąga się w czasie i wymaga zaangażowania różnych materiałów oraz technologii. Warto zaznaczyć, iż przeświadczenie o kosztowności zaangażowania usługodawców z branży designu może zniechęcać firmy do kooperacji z nimi.

7.8. Ocena wpływu współpracy firm z projektantami lub firmami projektowymi na strukturę przychodów

Respondenci udzielali odpowiedzi na pytanie jednokrotnego wyboru i odnosili się do uśrednionej oceny wpływu współpracy reprezentowanego przedsiębiorstwa z wszystkimi projektantami lub / i firmami projektowymi na generowanie przychodów przez przedsiębiorstwo. Respondenci określali stopień w jakim zgadzają się z podanymi stwierdzeniami.

Pytanie nr 7.8.

(Współpraca z Projektantem/Firmą Projektową) przekłada się na przychody w naszej Firmie

Tabela 7.8. Ocena wpływu kosztów współpracy firm z projektantami i firmami projektowymi na generowanie przychodów w badanych przedsiębiorstwach

Wariant odpowiedzi	Liczba udzielonych odpowiedzi

1. Zdecydowanie się nie zgadzam	5
2. Raczej się nie zgadzam	10
3. Ani się nie zgadzam, ani zgadzam	9
4. Raczej się zgadzam	18
5. Zdecydowanie się zgadzam	8

Źródło: wyniki badań

26 przedsiębiorców uważa, że współpraca z projektantem przekłada się na przychody w ich firmie (18 odpowiedzi – "raczej się zgadzam", 8 odpowiedzi – "zdecydowanie się zgadzam"). 15 respondentów wyraziło odmienne zdanie (10 odpowiedzi – "raczej się nie zgadzam", 5 odpowiedzi – "zdecydowanie się nie zgadzam"). Niezdecydowanych było 9 respondentów.

Efekty pracy projektanta/ów według badanych przedsiębiorców przekładają się na przychody ich firm – tak twierdzi 26 przedsiębiorców w stosunku do 15 mających przeciwne zdanie. To sugeruje, że około połowa przedsiębiorców dostrzega realne korzyści z inwestycji w usługi projektowe, gdyż przyczyniają się do wzrostu przychodów niezbędnych do finansowania działalności operacyjnej, inwestycji oraz rozwoju przedsiębiorstwa. 15 respondentów nie zauważyło w swoich firmach zależności pomiędzy inwestycją w design oraz zwiększonymi przychodami, być może ze względu na brak odpowiednich rezultatów dotychczasowej współpracy lub brak dostępu do danych finansowych firmy. Reasumując, choć większość ankietowanych dostrzega korzyści ze współpracy z usługodawcami z sektora designu, to jednak dla części przedsiębiorców wpływ tej współpracy na przychody ich firm pozostaje nieoczywisty lub trudny do zauważenia.

7.9. Ocena korzyści wynikających ze współpracy firm z projektantami lub firmami projektowymi

Respondenci udzielali odpowiedzi na pytanie jednokrotnego wyboru i odnosili się do uśrednionej oceny korzyści ze współpracy reprezentowanego przedsiębiorstwa z wszystkimi projektantami lub / i firmami projektowymi. Respondenci określali stopień w jakim zgadzają się z podanymi stwierdzeniami.

Pytanie nr 7.9.

(Współpraca z Projektantem/Firmą Projektową) generuje duże korzyści dla naszej Firmy

Tabela 7.9. Ocena korzyści wynikających ze współpracy firm z projektantami i firmami projektowymi

Wariant odpowiedzi	Liczba udzielonych odpowiedzi
1. Zdecydowanie się nie zgadzam	6
2. Raczej się nie zgadzam	4
3. Ani się nie zgadzam, ani zgadzam	13
4. Raczej się zgadzam	16
5. Zdecydowanie się zgadzam	11

Źródło: wyniki badań

27 przedsiębiorców uważa, że współpraca z projektantem generuje duże korzyści w ich firmie (16 odpowiedzi – "raczej się zgadzam", 11 odpowiedzi – "zdecydowanie się zgadzam"). Odmienne zdanie wyraziło 10 ankietowanych (4 odpowiedzi – "raczej się nie zgadzam", 6 odpowiedzi – "zdecydowanie się nie zgadzam"). Niezdecydowanych było 13 respondentów.

Nieco ponad połowa respondentów (27) twierdzi, że inwestycja w projektantów i firmy projektowe w istotny sposób przyczynia się do osiągania przez ich firmy korzyści. Jest to tym bardziej znaczące twierdzenie, iż projektowanie to proces często długofalowy, a inwestycje rzadko generują natychmiastowe zyski i korzyści, a na pewno szybciej generują koszty. Fakt, że przedsiębiorcy dostrzegają bezpośredni związek między pracą designerów, a korzyściami dla ich przedsiębiorstw można traktować jako bardzo pozytywną ocenę.

7.10. Ocena wpływu projektantów lub firm projektowych na wizerunek przedsiębiorców

Respondenci udzielali odpowiedzi na pytanie jednokrotnego wyboru i odnosili się do uśrednionej oceny wpływu współpracy reprezentowanego przedsiębiorstwa z wszystkimi projektantami lub / i firmami projektowymi na wizerunek ich firm. Respondenci określali stopień w jakim zgadzają się z podanymi stwierdzeniami.

Pytanie nr 7.10.

(Współpraca z Projektantem/Firmą Projektową) korzystnie wpływa na wizerunek naszej Firmy na rynku

Tabela 7.10. Ocena wpływu współpracy badanych firm z wszystkimi projektantami lub / i firmami projektowymi na ich wizerunek

Wariant odpowiedzi	Liczba udzielonych odpowiedzi
1. Zdecydowanie się nie zgadzam	7
2. Raczej się nie zgadzam	2
3. Ani się nie zgadzam, ani zgadzam	11
4. Raczej się zgadzam	19
5. Zdecydowanie się zgadzam	11

Źródło: wyniki badań

30 przedsiębiorców uważa, że współpraca z projektantami i firmami projektowymi korzystnie wpływa na wizerunek ich firmy (19 odpowiedzi – "raczej się zgadzam", 11 odpowiedzi – "zdecydowanie się zgadzam"). Odmienne zdanie wyraziło 9 ankietowanych (2 odpowiedzi – "raczej się nie zgadzam", 7 odpowiedzi – "zdecydowanie się nie zgadzam"). Niezdecydowanych było 11 respondentów.

Większość badanych przedsiębiorców widzi pozytywny związek między współpracą z projektantami oraz wizerunkiem ich firm. Jest to potwierdzenie ugruntowanej już opinii, że dzięki wykorzystaniu designu firma może lepiej komunikować swoje wartości, misję i ofertę, przyciągnąć uwagę klientów oraz odróżniać się od konkurentów. Współpraca z projektantem lub firmą projektową może też świadczyć o profesjonalnym podejściu przedsiębiorców do kreowania swojej oferty produktowo/usługowej i dbałości o fachowość tego procesu, co sprzyja budowaniu zaufania dla danej firmy.

9 przedsiębiorców nie uznaje korzystnego wpływu projektowania na ich wizerunek co może być spowodowane m.in. tym, iż firma nie działa w branży, gdzie ma to kluczowe znaczenie.

7.11. Ocena wpływ współpracy z projektantem lub firmą projektową na ofertę firmy w zakresie zrównoważonego rozwoju produktów/usług

Respondenci udzielali odpowiedzi na pytanie jednokrotnego wyboru i odnosili się do uśrednionej oceny wpływu współpracy reprezentowanego przedsiębiorstwa z wszystkimi projektantami lub / i firmami projektowymi na ofertę firmy w zakresie zrównoważonego rozwoju produktów/usług. Respondenci określali stopień w jakim zgadzają się z podanymi stwierdzeniami.

Pytanie nr 7.11.

(Współpraca z Projektantem/Firmą Projektową) pozwala nam oferować na rynku produkty/usługi bardziej ekologiczne i zrównoważone

Tabela 7.11. Ocena wpływu współpracy przedsiębiorstw z projektantami i firmami projektowymi na ofertę firmy w zakresie zrównoważonego rozwoju produktów/usług

Wariant odpowiedzi	Liczba udzielonych odpowiedzi
1. Zdecydowanie się nie zgadzam	8
2. Raczej się nie zgadzam	10
3. Ani się nie zgadzam, ani zgadzam	14
4. Raczej się zgadzam	14
5. Zdecydowanie się zgadzam	4

Źródło: wyniki badań

18 przedsiębiorców uważa, że współpraca z projektantami i firmami projektowymi pozwala im oferować na rynku produkty/usługi bardziej ekologiczne i zrównoważone (14 odpowiedzi – "raczej się zgadzam", 4 odpowiedzi – "zdecydowanie się zgadzam"). Odmienne zdanie wyraziło 18 ankietowanych (10 odpowiedzi – "raczej się nie zgadzam", 8 odpowiedzi – "zdecydowanie się nie zgadzam"). Niezdecydowanych było 14 respondentów.

Odpowiedzi na to pytanie potwierdziły, że zaangażowanie usługodawców z branży designu realnie wpływa na bardziej zrównoważoną ofertę przedsiębiorców na rynku. Jest to istotne, ponieważ implementacja rozwiązań z zakresu ESG na poziomie przedsiębiorstw, szczególnie z sektora MSP, jest stosunkowo nowym trendem, zarówno dla biznesu jak też dla designu. Być może dlatego aż 18 respondentów nie zgadza się z tezą, iż współpraca przedsiębiorstw z projektantami i firmami projektowymi wpływa na ofertę firmy w zakresie zrównoważonego rozwoju produktów/usług. Duża liczba niezdecydowanych respondentów (14) pozwala też przepuszczać, że część badanych przedsiębiorców może uważać, że kontekst ekologiczny produktów/usług ich nie dotyczy lub nie jest dla nich ważny

7.12. Ocena wpływu współpracy z projektantem lub firmą projektową na konkurencyjność przedsiębiorców na rynku



Respondenci udzielali odpowiedzi na pytanie jednokrotnego wyboru i odnosili się do uśrednionej oceny wpływu współpracy reprezentowanego przedsiębiorstwa z wszystkimi projektantami lub / i firmami projektowymi na konkurencyjność ich przedsiębiorstw. Respondenci określali stopień w jakim zgadzają się z podanymi stwierdzeniami.

Pytanie nr 7.12.

(Współpraca z Projektantem/Firmą Projektową) jest źródłem przewagi konkurencyjnej naszej Firmy

Tabela 7.12. Ocena wpływu współpracy z projektantem lub firmą projektową na konkurencyjność przedsiębiorców na rynku

Wariant odpowiedzi	Liczba udzielonych odpowiedzi
1. Zdecydowanie się nie zgadzam	7
2. Raczej się nie zgadzam	4
3. Ani się nie zgadzam, ani zgadzam	15
4. Raczej się zgadzam	12
5. Zdecydowanie się zgadzam	12

Źródło: wyniki badań

24 przedsiębiorców uważa, że współpraca z projektantem lub firmą projektową jest źródłem dla nich przewagi konkurencyjnej (12 odpowiedzi – "raczej się zgadzam", 12 odpowiedzi – "zdecydowanie się zgadzam"). Inaczej uważa 11 ankietowanych (4 odpowiedzi – "raczej się nie zgadzam", 7 odpowiedzi – "zdecydowanie się nie zgadzam"). Niezdecydowanych było 15 respondentów.

Reasumując, przedsiębiorcy potwierdzają pozytywny efekt współpracy biznesowej z projektantami i firmami projektowymi na budowanie przewag konkurencyjnych ich firm na rynku. Odmiennie zdanie wyraża 11 respondentów, co może wskazywać na brak dostrzegania efektów współpracy z usługodawcami z branży designu lub preferowanie innych strategii konkurencyjnych np. cenowych.

7.13. Ocena znaczenia współpracy przedsiębiorstw z projektantem lub firmą projektową dla przetrwania firmy na rynku

Respondenci udzielali odpowiedzi na pytanie jednokrotnego wyboru i odnosili się do uśrednionej oceny znaczenia współpracy reprezentowanego przedsiębiorstwa z wszystkimi projektantami lub / i firmami projektowymi dla przetrwania firmy na rynku. Respondenci określali stopień w jakim zgadzają się z podanymi stwierdzeniami.

Pytanie nr 7.13.

(Współpraca z Projektantem/Firmą Projektową) jest konieczna, aby zapewnić naszej Firmie przetrwanie na rynku

Tabela 7.13. Ocena konieczności współpracy firmy z projektantem lub firmą projektową dla przetrwania przedsiębiorcy na rynku

Wariant odpowiedzi	Liczba udzielonych odpowiedzi
1. Zdecydowanie się nie zgadzam	9
2. Raczej się nie zgadzam	9
3. Ani się nie zgadzam, ani zgadzam	13
4. Raczej się zgadzam	16
5. Zdecydowanie się zgadzam	3

Źródło: wyniki badań

19 przedsiębiorców uważa, że współpraca z projektantem lub firmą projektową jest konieczna, aby zapewnić jej przetrwanie na rynku (16 odpowiedzi – "raczej się zgadzam", 3 odpowiedzi – "zdecydowanie się zgadzam"). Podobna liczba badanych przedsiębiorców (18) jest przeciwnego zdania (9 odpowiedzi – "raczej się nie zgadzam", 9 odpowiedzi – "zdecydowanie się nie zgadzam"). Niezdecydowanych było 13 respondentów.

Wynik badania wskazuje na wyraźny podział stanowisk przedsiębiorców w kwestii roli współpracy z projektantem lub firmą projektową w zapewnieniu przetrwania firmy na rynku. Z jednej strony, 19 przedsiębiorców uznaje współpracę z projektantem za niezbędną, co może świadczyć o rosnącej

świadomości znaczenia profesjonalnego projektowania w kontekście konkurencyjności i stabilności firmy. Z drugiej strony, równie duża grupa respondentów – 18 respondentów nie postrzega tej kwestii za istotną dla ich przetrwania na rynku. Może to sugerować, że nie wszyscy przedsiębiorcy postrzegają projektowanie jako istotny element strategii rynkowej – może to mieć miejsce zwłaszcza w przypadku firm działających w branżach słabiej związanych z designem, lub też w sytuacjach, gdy o przetrwaniu firmy decydują inne kluczowe czynniki. Dodatkowo, 13 niezdecydowanych respondentów w tej kwestii może wskazywać na wątpliwości badanych przedsiębiorstw w tej kwestii lub ich brak wiedzy w tej sprawie.

7.14. Ocena konieczności współpracy z projektantem lub firmą projektową w celu zapewnienia rozwoju przedsiębiorstw na rynku

Respondenci udzielali odpowiedzi na pytanie jednokrotnego wyboru i odnosili się do uśrednionej oceny współpracy reprezentowanego przedsiębiorstwa z wszystkimi projektantami lub / i firmami projektowymi w aspekcie zapewnienia rozwoju ich przedsiębiorstw na rynku. Respondenci określali stopień w jakim zgadzają się z podanymi stwierdzeniami.

Pytanie nr 7.14.

(Współpraca z Projektantem/Firmą Projektową) jest konieczna, aby zapewnić naszej Firmie dalszy rozwój

Tabela 7.14. Ocena konieczności współpracy z projektantem lub firmą projektową w celu zapewnienia rozwoju przedsiębiorstwa na rynku

Wariant odpowiedzi	Liczba udzielonych odpowiedzi
1. Zdecydowanie się nie zgadzam	7
2. Raczej się nie zgadzam	5
3. Ani się nie zgadzam, ani zgadzam	14
4. Raczej się zgadzam	15
5. Zdecydowanie się zgadzam	9

Źródło: wyniki badań



24 respondentów uważa, że współpraca z projektantem lub firmą projektową jest konieczna, aby zapewnić im dalszy rozwój (16 odpowiedzi – "raczej się zgadzam", 3 odpowiedzi – "zdecydowanie się zgadzam"). 12 ankietowanych nie zgadza się z tym twierdzeniem (9 odpowiedzi – "raczej się nie zgadzam", 9 odpowiedzi – "zdecydowanie się nie zgadzam"). Niezdecydowanych było 14 badanych przedsiębiorców.

Wynik badania wskazuje, że prawie połowa przedsiębiorstw ocenia współpracę z projektantem lub firmą projektową jako kluczową dla zapewnienia dalszego rozwoju ich firmy, co podkreśla znaczenie designu w procesie rozwoju przedsiębiorstw. Rozwój firmy na rynku zależy od wielu czynników, na które przedsiębiorca powinien nieustannie zwracać uwagę w swojej działalności biznesowej. Niektóre kluczowe aspekty rozwoju przedsiębiorstw są w mniejszym lub większym stopniu związane z designem np. jakość produktów i usług, innowacyjność, optymalizacja procesów itp. Świadome korzystanie z usług projektowania może pomóc firmie odnieść nawet spektakularny sukces, choć oczywiście nie przesądza o tym. Być może właśnie dlatego 14% respondentów wyraża odmienne zdanie i nie dostrzega w projektowaniu wartości dodanej w kontekście rozwoju. Może to wynikać ze specyfiki branży, w której działają ich firmy. Ponadto, 14 niezdecydowanych osób wskazuje na brak jednoznacznych doświadczeń z taką współpracą lub różnorodność oczekiwań co do korzystania z usług designerskich w zależności od specyfiki firm.

8. Obszary współpracy firm z projektantami

8.1. Ocena wpływu projektantów na opracowywanie w firmach innowacyjnych produktów/usług

Respondenci udzielali odpowiedzi na pytanie jednokrotnego wyboru i odnosili się do uśrednionej oceny współpracy reprezentowanego przedsiębiorstwa z wszystkimi projektantami lub / i firmami projektowymi w kontekście tworzenia nowych produktów/usług, z jakimi klienci nie mieli wcześniej do czynienia. Respondenci określali stopień, w jakim zgadzają się z podanymi stwierdzeniami.

Pytanie nr 8.1.

(Dzięki współpracy z Projektantem/Firmą Projektową w naszej Firmie) opracowywane są nowe produkty/usługi z jakimi klienci nie mieli wcześniej do czynienia

Tabela 8.1. Ocena wpływu współpracy przedsiębiorstwa z projektantami lub / i firmami projektowymi na opracowywanie w firmach innowacyjnych produktów/usług

Wariant odpowiedzi	Liczba udzielonych odpowiedzi
1. Zdecydowanie się nie zgadzam	8

2. Raczej się nie zgadzam	8
3. Ani się nie zgadzam, ani zgadzam	12
4. Raczej się zgadzam	12
5. Zdecydowanie się zgadzam	10

Źródło: wyniki badań

22 przedsiębiorców uważa, że dzięki współpracy z projektantami opracowywane są w ich firmach nowe produkty/usługi z jakimi klienci nie mieli wcześniej do czynienia (12 – "raczej się zgadzam", 10 – "zdecydowanie się zgadzam"). Odmienne zdanie wyraziło 16 ankietowanych (8 – "raczej się nie zgadzam", 8 – "zdecydowanie się nie zgadzam"). Niezdecydowanych było 12 respondentów.

W 22 firmach powstają nowe produkty/usługi o charakterze innowacyjnym (z którymi klienci nie mieli wcześniej do czynienia) jako efekt współpracy z projektantami. To znaczący wynik uwzględniając fakt, iż firmy często nie mają potrzeby poszerzania swojej oferty o inne elementy gdyż:

- uważają, że sprawdzone rozwiązania są lepsze niż nowatorskie eksperymenty a innowacyjność nie zawsze przekłada się na zaspokojenie realnych potrzeb klientów;
- obawiają się wysokich kosztów związanych z inwestowaniem w projektowanie nowych, często ryzykownych, rozwiązań.

Na uzyskany wynik w zakresie oceny wpływu współpracy przedsiębiorstwa z projektantami lub / i firmami projektowymi na opracowywanie w firmach innowacyjnych produktów/usług mogła wpłynąć także zastosowana technika doboru próby do badań metodą kuli śnieżnej – co skutkuje mniejszym zróżnicowaniem grupy badawczej.

8.2. Ocena wpływu współpracy przedsiębiorstw z projektantami i firmami projektowymi na udoskonalanie istniejących produktów/usług

Respondenci udzielali odpowiedzi na pytanie jednokrotnego wyboru i odnosili się do uśrednionej oceny wpływu współpracy reprezentowanego przedsiębiorstwa z wszystkimi projektantami lub / i firmami projektowymi na udoskonalanie istniejących produktów/usług. Respondenci określali stopień w jakim zgadzają się z podanymi stwierdzeniami.

Pytanie nr 8.2.

(Dzięki współpracy z Projektantem/Firmą Projektową w naszej Firmie) dokonywane są modyfikacje produktów/usług, nadawane są nowe cechy istniejącym produktom/usługom

Tabela 8.2. Ocena wpływu współpracy przedsiębiorstwa z projektantami lub / i firmami projektowymi na udoskonalanie istniejących produktów/usług.

Wariant odpowiedzi	Liczba udzielonych odpowiedzi
1. Zdecydowanie się nie zgadzam	5
2. Raczej się nie zgadzam	6
3. Ani się nie zgadzam, ani zgadzam	10
4. Raczej się zgadzam	20
5. Zdecydowanie się zgadzam	9

Źródło: wyniki badań

29 badanych przedsiębiorców uważa, że dzięki współpracy z projektantami dokonywane są w ich firmach modyfikacje produktów/usług, a istniejącym produktom/usługom nadawane są nowe cechy (20 odpowiedzi – "raczej się zgadzam", 9 odpowiedzi – "zdecydowanie się zgadzam"). Odmienne zdanie wyraziło 11 ankietowanych (6 odpowiedzi – "raczej się nie zgadzam", 5 odpowiedzi – "zdecydowanie się nie zgadzam"). Niezdecydowanych było 10 respondentów.

W większości badanych firm (29) dochodzi do przeprojektowywania produktów i usług w wyniku współpracy z projektantami. To potwierdza, że redesign jest istotnym obszarem współpracy przedsiębiorców z branżą designu i postrzegany jest jako narzędzie adaptacji oferty do zmieniających się potrzeb rynku. Z kolei 11 badanych przedsiębiorców wyraziło odmienne zdanie, co może sugerować, że nie wszyscy widzą potrzebę takich modyfikacji lub doświadczyli korzyści z tej współpracy. 10 niezdecydowanych respondentów wskazuje na niepewność lub brak jednoznacznych doświadczeń w tym zakresie.

8.3. Ocena wpływu współpracy przedsiębiorstw z projektantami i firmami projektowymi na wdrażanie nowych metod produkcji

Respondenci udzielali odpowiedzi na pytanie jednokrotnego wyboru i odnosili się do uśrednionej oceny wpływu współpracy reprezentowanego przedsiębiorstwa z wszystkimi projektantami lub / i firmami projektowymi na wdrażanie nowych metod produkcji. Respondenci określali stopień w jakim zgadzają się z podanymi stwierdzeniami.

Pytanie nr 8.3.

(Dzięki współpracy z Projektantem/Firmą Projektową w naszej Firmie) **wdrażane są nowe metody produkcji**

Tabela 8.3. Ocena wpływu współpracy przedsiębiorstw z projektantami i firmami projektowymi na wdrażanie nowych metod produkcji

Wariant odpowiedzi	Liczba udzielonych odpowiedzi
1. Zdecydowanie się nie zgadzam	9
2. Raczej się nie zgadzam	10
3. Ani się nie zgadzam, ani zgadzam	12
4. Raczej się zgadzam	11
5. Zdecydowanie się zgadzam	8

Źródło: wyniki badań

19 badanych przedsiębiorców uważa, że dzięki współpracy z projektantami i firmami projektowymi wdrażane są nowe metody produkcji (11 odpowiedzi – "raczej się zgadzam", 8 odpowiedzi – "zdecydowanie się zgadzam"). Odmienne zdanie wyraziło tyle samo ankietowanych (10 odpowiedzi – "raczej się nie zgadzam", 9 odpowiedzi – "zdecydowanie się nie zgadzam"). Niezdecydowanych było 12 respondentów.

Wynik wskazujący, iż aż w 19 badanych firmach we współpracy z usługodawcami z branży designu wdrażane są nowe metody produkcji jest bardzo wysoki biorąc pod uwagę, iż tylko 14 firm w pytaniu dotyczącym głównych obszarów działalności (według PKB) wskazało bezpośrednio na produkcję. Nowe metody produkcji w firmach często opierają się na nowoczesnych technologiach, wykorzystujących automatyzację, robotyzację, sztuczną inteligencję oraz druk 3D itp., gdzie obecność projektantów jest wręcz niezastąpiona (wydaje się, że głównie projektanci mają odpowiednie kwalifikacje do wdrażania powyższych procesów) co jak widać znajduje odzwierciedlenie w odpowiedziach respondentów.

8.4. Ocena wpływu współpracy przedsiębiorstw z projektantami i firmami projektowymi na wdrażanie nowych metod sprzedaży

Respondenci udzielali odpowiedzi na pytanie jednokrotnego wyboru i odnosili się do uśrednionej oceny wpływu współpracy reprezentowanego przedsiębiorstwa z wszystkimi projektantami lub / i firmami



projektowymi na wdrażanie nowych metod sprzedaży. Respondenci określali stopień w jakim zgadzają się z podanymi stwierdzeniami.

Pytanie nr 8.4.

*(Dzięki współpracy z Projektantem/Firmą Projektową w naszej Firmie) **wdrażane są nowe metody sprzedaży oferowanych produktów/usług***

Tabela 8.4. Ocena wpływu współpracy przedsiębiorstw z projektantami i firmami projektowymi na wdrażanie nowych metod sprzedaży

Wariant odpowiedzi	Liczba udzielonych odpowiedzi
1. Zdecydowanie się nie zgadzam	10
2. Raczej się nie zgadzam	3
3. Ani się nie zgadzam, ani zgadzam	18
4. Raczej się zgadzam	12
5. Zdecydowanie się zgadzam	7

Źródło: wyniki badań

19 badanych przedsiębiorców uważa, że współpraca z projektantami i firmami projektowymi wpływa na wdrażanie przez nich nowych metod sprzedaży oferowanych produktów/usług (12 odpowiedzi – "raczej się zgadzam", 9 odpowiedzi – "zdecydowanie się zgadzam"). Odmienne zdanie wyraziło 13 ankietowanych (3 odpowiedzi – "raczej się nie zgadzam", 10 odpowiedzi – "zdecydowanie się nie zgadzam"). Niezdecydowanych było 18 respondentów.

Wyniki badania wskazują, że przedsiębiorcy mają zróżnicowane zdanie co do wpływu współpracy z projektantami i firmami projektowymi na wdrażanie w ich firmach nowych metod sprzedaży. Problematyka wdrażania nowych metod sprzedaży, czyli m.in. e-commerce wraz UX, modele subskrypcyjne czy też np. omnichannel nie wydaje się być istotna dla każdej branży. Dlatego wynik potwierdzający, że dzięki współpracy z branżą designu w 19 ankietowanych firmach nastąpiło wdrożenie nowych form sprzedaży należy uznać za wynik zadowalający. Jednak biorąc pod uwagę liczbę niezdecydowanych respondentów (18) oraz liczbę badanych firm, w których nie doszło do takiego wdrożenia (13), widać, że jest jeszcze potencjał w tym obszarze.

8.5. Ocena wpływu współpracy przedsiębiorstw z projektantami i firmami projektowymi na realizowane prace badawczo-rozwojowe

Respondenci udzielali odpowiedzi na pytanie jednokrotnego wyboru i odnosili się do uśrednionej oceny wpływu współpracy reprezentowanego przedsiębiorstwa z wszystkimi projektantami lub / i firmami projektowymi na realizowane prace badawczo-rozwojowe. Respondenci określali stopień w jakim zgadzają się z podanymi stwierdzeniami.

Pytanie nr 8.5.

(Dzięki współpracy z Projektantem/Firmą Projektową w naszej Firmie) realizowane są prace badawczo-rozwojowe

Tabela 8.5. Ocena wpływu współpracy przedsiębiorstw z projektantami i firmami projektowymi na realizowane prace badawczo-rozwojowe

Wariant odpowiedzi	Liczba udzielonych odpowiedzi
1. Zdecydowanie się nie zgadzam	9
2. Raczej się nie zgadzam	8
3. Ani się nie zgadzam, ani zgadzam	16
4. Raczej się zgadzam	11
5. Zdecydowanie się zgadzam	6

Źródło: wyniki badań

17 badanych przedsiębiorców uważa, że współpraca z projektantami i firmami projektowymi przyczynia się do realizowania prac badawczo-rozwojowych w ich firmach (11 odpowiedzi – "raczej się zgadzam", 6 odpowiedzi – "zdecydowanie się zgadzam"). Odmienne zdanie wyraziło również 17 ankietowanych (8 odpowiedzi – "raczej się nie zgadzam", 9 odpowiedzi – "zdecydowanie się nie zgadzam"). Niezdecydowanych było 16 respondentów.

Wynik badania pokazuje, że 34% badanych przedsiębiorców ocenia współpracę z projektantami jako element wpływający na realizowane prace badawczo-rozwojowe, co może świadczyć o tym, że projektowanie jest postrzegane jako część procesu innowacyjnego, w firmach, które skupiają się na



innowacjach czy rozwoju produktów/usług. Z drugiej strony, 17 respondentów wyraziło odmienne zdanie, co może sugerować, że niektóre firmy nie traktują współpracy z projektantami i firmami projektowymi jako element prac badawczo-rozwojowych, być może z powodu różnic w branży lub podejściu do innowacji. Ponadto, 16 niezdecydowanych respondentów demonstruje brak jednoznacznej opinii w tej kwestii, co może wynikać z niewielkiego doświadczenia w realizowaniu prac badawczo-rozwojowych we współpracy z projektantami i firmami projektowymi lub z niewielkiego zaawansowania takich działań w ich firmach.

8.6. Ocena wpływu współpracy przedsiębiorstw z projektantami i firmami projektowymi na przeprowadzanie kampanii marketingowych

Respondenci udzielali odpowiedzi na pytanie jednokrotnego wyboru i odnosili się do uśrednionej oceny wpływu współpracy reprezentowanego przedsiębiorstwa z wszystkimi projektantami lub / i firmami projektowymi na przeprowadzane kampanie marketingowe, a w szczególności ich efektywność i skuteczność. Respondenci określali stopień w jakim zgadzają się z podanymi stwierdzeniami.

Pytanie nr 8.6.

*(Dzięki współpracy z Projektantem/Firmą Projektową w naszej Firmie) **opracowywane są efektywne i skuteczne kampanie marketingowe (w tym nowe rozwiązania promocyjne, cenowe czy dystrybucyjne)***

Tabela 8.6. Ocena wpływu współpracy przedsiębiorstw z projektantami i firmami projektowymi na przeprowadzane kampanie marketingowe

Wariant odpowiedzi	Liczba udzielonych odpowiedzi
1. Zdecydowanie się nie zgadzam	10
2. Raczej się nie zgadzam	4
3. Ani się nie zgadzam, ani zgadzam	13
4. Raczej się zgadzam	16
5. Zdecydowanie się zgadzam	7

Źródło: wyniki badań

23 respondentów uważa, że dzięki współpracy z projektantami i firmami projektowymi ich firmy realizują efektywne i skuteczne kampanie marketingowe, w tym nowe rozwiązania promocyjne, cenowe czy dystrybucyjne (16 odpowiedzi – "raczej się zgadzam", 7 odpowiedzi – "zdecydowanie się zgadzam"). Odmienne zdanie wyraziło 14 ankietowanych (4 odpowiedzi – "raczej się nie zgadzam", 10 odpowiedzi – "zdecydowanie się nie zgadzam"). Niezdecydowanych było 13 respondentów.

Reasumując, większość badanych firm stwierdza, że korzystanie przez firmy z usług designerskich do projektowania i realizacji kampanii marketingowych przynosi wymierne efekty i wpływa na ich skuteczność.

Z kolei 14 firm nie potwierdziło tej zależności, co może wynikać z odmiennych kryteriów oceny efektywności i skuteczności kampanii, które powstały we współpracy z projektantami i firmami projektowymi albo odmiennego postrzegania znaczenia designu w marketingu (np. firmy uznają, iż działania marketingowe są mniej zależne od estetyki lub designu, a bardziej od innych czynników, jak cena produktu/usługi, co może wpływać na ich stosunek do współpracy z projektantami).

8.7. Ocena wpływu współpracy przedsiębiorstw z projektantami i firmami projektowymi na wprowadzane w firmach zmiany organizacyjne

Respondenci udzielali odpowiedzi na pytanie jednokrotnego wyboru i odnosili się do uśrednionej oceny wpływu współpracy reprezentowanego przedsiębiorstwa z wszystkimi projektantami lub / i firmami projektowymi na wprowadzane w firmach zmiany organizacyjne (np. w zakresie zarządzania projektami, jakością, zasobami ludzkimi itp.). Respondenci określali stopień w jakim zgadzają się z podanymi stwierdzeniami.

Pytanie nr 8.7.

(Dzięki współpracy z Projektantem/Firmą Projektową w naszej Firmie) wprowadzane są zmiany organizacyjne (np. w zakresie zarządzania projektami, jakością, zasobami ludzkimi itp.)

Tabela 8.7. Ocena wpływu współpracy przedsiębiorstw z projektantami i firmami projektowymi na wprowadzane zmiany organizacyjne

Wariant odpowiedzi	Liczba udzielonych odpowiedzi
1. Zdecydowanie się nie zgadzam	9
2. Raczej się nie zgadzam	7

3. Ani się nie zgadzam, ani zgadzam	19
4. Raczej się zgadzam	9
5. Zdecydowanie się zgadzam	6

Źródło: wyniki badań

15 badanych przedsiębiorców uważa, że dzięki współpracy z projektantami i firmami projektowymi w ich firmach wprowadzane są zmiany organizacyjne, np. w zakresie zarządzania projektami, jakością, zasobami ludzkimi itp. (9 odpowiedzi – "raczej się zgadzam", 6 odpowiedzi – "zdecydowanie się zgadzam"). Odmienne zdanie wyraziło 16 ankietowanych (7 odpowiedzi – "raczej się nie zgadzam", 9 odpowiedzi – "zdecydowanie się nie zgadzam"). Niezdecydowanych było 19 respondentów.

Wpływ projektantów na zmiany organizacyjne w firmie jest najłatwiej zauważalny spośród wszystkich potencjalnych zmian analizowanych w pytaniu nr 8. Ten wynik nie jest zaskakujący, gdyż zmiany organizacyjne mogą być definiowane w różny sposób i obejmują szeroki wachlarz działań od przesunięć osobowych mających dopasować strukturę organizacyjną do celów strategicznych firmy, aż po wdrożenie nowych technik zarządzania np. Agile. W części firm np. zatrudniających niewielką liczbę pracowników, takie zmiany są przeprowadzane rzadziej, lub wręcz nie są wymagane, zatem projektowanie zmian organizacyjnych i płacenie za taką usługę wydaje się raczej nieuzasadnione, aczkolwiek potrzeba takich działań może również wynikać z innych czynników np. zmiana branży działalności.

9. Czynniki ograniczające współpracę firm z projektantami i firmami projektowymi w województwie śląskim

Udzielając odpowiedzi na to pytanie respondenci mogli zaznaczyć maksymalnie 3 z proponowanych opcji, a ich zadaniem była ogólna ocena współpracy przedsiębiorców z branżą designerską w województwie śląskim.

Pytanie nr 9

Jakie czynniki ograniczają współpracę przedsiębiorców działających w województwie śląskim z Projektantami/Firmami projektowymi?

Tabela 9. Czynniki ograniczające firm z projektantami i firmami projektowymi w województwie śląskim

Wariant odpowiedzi	Liczba udzielonych odpowiedzi

1. Niewystarczająca znajomość oferty usług Projektantów/Firm Projektowych w regionie	19
2. Trudny dostęp do takich usług Projektantów/Firm Projektowych w regionie	4
3. Zbyt wysoki koszt usług Projektantów/Firm Projektowych w regionie	25
4. Oferta usług Projektantów/Firm Projektowych niedostosowana do potrzeb rynku	8
5. Niewystarczające umiejętności i kompetencje Projektantów/Firm Projektowych	11
6. Brak właściwego zrozumienia potrzeb firm przez Projektantów / Firmy Projektowe	12
7. Negatywne doświadczenia związane ze współpracą z Projektantami/Firmami Projektowymi w przeszłości	8
8. Brak uświadomionej potrzeby współpracy Firmy z Projektantami/Firmami Projektowymi	17
9. Brak wiedzy o zasadach współpracy z Projektantami/Firmami Projektowymi	9
10. Inne	4
11. Nie wiem	5

Źródło: wyniki badań

Trzy czynniki najczęściej wymieniane przez respondentów jako ograniczające współpracę śląskich przedsiębiorców z projektantami i firmami projektowymi to:

- zbyt wysoki koszt usług projektantów/firm projektowych w regionie (25 odpowiedzi),
- niewystarczająca znajomość oferty usług (19 odpowiedzi),
- brak uświadomionej potrzeby współpracy firmy z projektantami (17 odpowiedzi).

Według ankietowanych głównym czynnikiem ograniczającym współpracę firm z branżą designu jest zbyt wysoki koszt usług. Jest to niepokojące, gdyż pogląd o kosztowności takiej współpracy może zniechęcać do inwestycji w projektowanie. Ta sytuacja może być również spowodowana brakiem ugruntowanej opinii o korzyściach dla firmy osiąganych dzięki korzystaniu z usług projektowania.

Niewystarczająca znajomość oferty usług jest kolejny czynnik silnie hamujący współpracę. Wynika to pośrednio z braku ogólnie dostępnej informacji o dostępności i zakresie takich usług w regionie, a także braku wiedzy co składa się na koszt takiej usługi.



Brak uświadomionej potrzeby współpracy to trzeci wyróżniający się czynnik negatywnie oddziałujący na współpracę firm z branżą designu. Niektóre firmy nie dostrzegają potrzeby współpracy z projektantami, być może nie rozumiejąc wartości, jaką takie usługi mogą wnieść w działalność przedsiębiorstwa w zakresie poprawy efektywności, innowacyjności czy konkurencyjności. Kolejnym powodem może być brak znajomości pełnej oferty projektowej.

10. Rekomendacje przedsiębiorców dla branży designu w zakresie sposobu włączenia w rozwój innowacji w województwie śląskim

Respondenci mieli możliwość swobodnej odpowiedzi na pytanie dotyczące włączenia się projektantów i firm projektowych w rozwój innowacji w województwie śląskim.

Pytanie nr 10

W jaki sposób Projektanci / Firmy Projektowe powinny się włączać w rozwój innowacyjności województwa śląskiego?

Poniżej przedstawiono wybrane odpowiedzi respondentów na pytanie nr 10

- *aktywnie*
- *zaangażowanie*
- *rozwijać swoje kompetencje, śledzić rynek innowacji i proponować je jako rozwiązanie/alternatywę optymalizującą inwestycję*
- *uczestniczyć w wydarzeniach branżowych*
- *czynny udział w dyskusji / warsztatach / konferencjach*
- *brać czynny udział*
- *lepsze przedstawianie oferty w internecie*
- *poprzez darmowe kampanie*
- *więcej informacji o projektach w mediach*
- *kampanie edukacyjne*
- *używać standardowych form dotarcia jak social media czy Google.*
- *organizowanie i wdrażanie projektów innowacyjnych na większą skalę (reklama)*
- *poprzez budowanie świadomości korzyści wynikających ze współpracy*
- *lepsza komunikacja z sektorem non-profit, który również tworzy produkty i usługi i jest częścią rynku województwa śląskiego, sieciowanie, wsparcie sektora non-profit.*
- *przedstawiać projekty koncepcyjne. Otwarte spotkania B2projektanci*
- *poprzez nawiązywanie współpracy z jak największą liczbą firm specjalizujących się w innowacyjnych rozwiązaniach*
- *współpraca z uczelniami: tworzenie programów edukacyjnych, praktyk i staży dla studentów, szczególnie w dziedzinach takich jak inżynieria, projektowanie i technologie cyfrowe.*



- *współpraca różnych podmiotów z danej branży z projektantami - tworzenie oferty kompleksowej i wysokiej jakości.*
- *tworząc lokalną sieć współpracy o globalnym zasięgu*
- *dotacje europejskie / nowe innowacyjne rozwiązania maszyn vs konkurencji*
- *nowe technologie*
- *innowacyjne projekty*
- *poprzez nowe projekty np. unijne*
- *poprzez przedstawienie swoich usług/rozwiązań nie tylko "bogатыm" kontrahentom.*
- *tworząc designerskie projekty produktów.*
- *powinni być mniej hermetyczni i bardziej rozumieć swoją rolę w procesie (że są elementem rynku)*
- *współpraca z tradycyjnymi sektorami przemysłu*
- *słuchać potrzeb rynku*
- *powinny kreować nie tylko nowe produkty i usługi, ale też kulturę organizacyjną firm*
- *proponowanie ciekawych rozwiązań projektowych w atrakcyjnych cenach.*
- *projektanci mogą współpracować z przedsiębiorstwami w celu opracowywania nowych, innowacyjnych produktów i usług, które odpowiadają na współczesne potrzeby rynku oraz wyzwania społeczne. Ich wiedza w zakresie designu, ergonomii i estetyki może pomóc w zwiększeniu konkurencyjności regionalnych firm.*
- *chować swoje ego, a lepiej badać realne potrzeby.*

W swoich swobodnych wypowiedziach respondenci wskazali różnorodne sposoby na zaangażowanie projektantów i firm projektowych w rozwój innowacji w województwie śląskim.

Przedsiębiorcy oczekują, iż środowisko projektowe powinno aktywniej, w sposób bardziej zaangażowany, włączać się w rozwój innowacyjności województwa śląskiego poprzez budowanie sieci współpracy. Ważnym aspektem jest także uczestnictwo w wydarzeniach branżowych, takich jak warsztaty, konferencje czy dyskusje, które umożliwiają wymianę doświadczeń i promocję innowacyjnych pomysłów.

Respondenci wskazali również na wzrost obecności w Internecie i wykorzystanie mediów społecznościowych oraz np. Google do skuteczniejszego prezentowania oferty projektantów, a także organizowanie kampanii edukacyjnych. Podkreślono znaczenie budowania świadomości wśród lokalnych przedsiębiorców na temat korzyści płynących ze współpracy z projektantami i firmami projektowymi oraz włączenia ich w większe projekty innowacyjne, które miałyby na celu zwiększenie rozpoznawalności takich działań w regionie.

Dodatkowo, projektanci powinni współpracować z sektorem non-profit i tworzyć sieci wsparcia, integrując różne grupy społeczne i branżowe, co przyczyniłoby się do bardziej zrównoważonego rozwoju regionu. Proponowano również nawiązywanie współpracy z uczelniami, tworzenie programów edukacyjnych oraz praktyk zawodowych.

Kolejnym, istotnym elementem była propozycja wspólnego tworzenia kompleksowych ofert współpracy z innowacyjnymi firmami, co mogłoby skutkować lepszym dopasowaniem do potrzeb rynku. Z kolei na poziomie dotacji europejskich i nowych technologii projektanci mogą wspierać firmy w zdobywaniu funduszy na realizację innowacyjnych projektów.



Zwrócono również uwagę na potrzebę otwartości projektantów na różne branże i stworzenie motywacji do współpracy z tradycyjnymi sektorami przemysłowymi, a także uwrażliwienie na słuchanie potrzeb rynku i proponowanie atrakcyjnych cenowo rozwiązań. Wspomniano również o konieczności mniej hermetycznego podejścia projektantów i lepszego zrozumienia swojej roli w procesie projektowym.

11. Branże i sektory gospodarki w województwie śląskim rekomendowane przez przedsiębiorców do wzmocnienia aktywności projektantów i firm projektowych

Respondenci mieli możliwość swobodnej odpowiedzi na pytanie dotyczące wzmocnienia zaangażowania projektantów i firm projektowych w rozwój poszczególnych branż i sektorów w województwie śląskim.

Pytanie nr 11

W których branżach i sektorach gospodarki województwa śląskiego widzą Państwo pole do większego zaangażowania Projektantów/Firm Projektowych?

Poniżej przedstawiono wybrane odpowiedzi respondentów na pytanie nr 11:

- *każdej branży*
- *design przestrzeni publicznych, atrakcyjna infrastruktura użytkowa (np. elektrociepłownie, dworce, spalarnie, parkingi), inwestycje, logistyka, innowacje w ogrzewaniu i dostarczaniu prądu*
- *drony, militaria, lotnictwo, medycyna, IT, marketing*
- *pytanie do projektanta*
- *OZE / automotive*
- *architektura krajobrazu*
- *modernizacja produktów, optymalizacji procesów produkcyjnych oraz wdrażania innowacyjnych rozwiązań, np. w automatyce, robotyce czy inżynierii materiałowej*
- *rozwój sektora MMŚP / produkcja / technologie*
- *energetyka /przemysł maszynowy*
- *innowacje w życiu codziennym miast, wsi*
- *energia odnawialna*
- *w sektorze gastronomicznym, farmaceutycznym*
- *automatyzacja i robotyzacja: w sektorze przemysłowym, zwłaszcza w hutnictwie, energetyce i motoryzacji, potrzebne są innowacyjne rozwiązania związane z automatyzacją produkcji, projektowaniem linii technologicznych czy systemów zarządzania*
- *produkty przemysłowe dla klientów indywidualnych.*
- *turystyka, edukacja*
- *prawdopodobnie wszystkich*
- *obecnie branża militarna, długofalowo zagadnienia związane z upcyclingiem w krótkim tańcu oraz recyklingiem w tym wtórna rafinacja*



- *w każdej*
- *production*
- *produkcja*
- *rekreacyjno sportowe*
- *ekologia*
- *górnictwo*
- *zdrowie i sport*
- *w branży produkcyjnej*
- *inwestycyjnej, informacyjnej, projektowej, reklamowej*
- *ochrona środowiska*
- *w zakresie biurokracji - projektowania formularzy usprawniających upraszczających pracę, oszczędność zużycia materiałów, projektowania ścieżek użytkownika i dobrych doświadczeń, w szczególności w branży prawnej i administracyjnej, gdzie jest bariera merytoryczna i emocjonalna.*
- *medycyna, sektory kreatywne, lotnictwo, automotive, nowe materiały, ale też wyzwania społeczne*
- *każdej, wg mnie każdy sektor i branża może z nich korzystać*
- *budownictwo*
- *sektor handlowy*
- *budownictwo*
- *nieruchomości, zagospodarowanie przestrzeni miejskiej*

Odpowiedzi na to pytanie wskazują, że przedsiębiorcy dostrzegają potencjał wzrostu zaangażowania projektantów i firm projektowych w rozwój bardzo wielu branżach i sektorów gospodarki województwa śląskiego. Jedynie kilku respondentów wskazuje bezpośrednio na określony obszar, co sugeruje dużą uniwersalność usług projektowych.

Z odpowiedzi respondentów wynika, że projektanci i firmy projektowe mogą odgrywać istotną rolę w projektowaniu przestrzeni publicznych oraz w tworzeniu infrastruktury użytkowej i komunalnej, takiej jak elektrociepłownie, dworce, parkingi czy infrastruktura logistyczna. To szczególnie istotne w kontekście poprawy jakości życia mieszkańców województwa śląskiego i osób odwiedzających region.

Sektor produkcji i przemysłu, to także jeden z głównych obszarów wskazany przez przedsiębiorców, na który projektanci powinni bardziej aktywnie wpływać poprzez zaangażowanie w procesy automatyzacji i optymalizacji procesów produkcyjnych czy też poprzez innowacje. Ponadto, wskazano na energetykę, branżę automotive czy przemysł zbrojeniowy. Wyróżniono także branże związane z nowymi technologiami tj. medycynę, farmaceutykę, IT, lotnictwo oraz militaria.

Ważne znaczenie przypisuje się również projektowaniu rozwiązań związanych z szeroko pojętą ekologią tj. z upcyclingiem i recyklingiem, odnawialnymi źródłami energii, generalnie rozwiązaniami związanymi z ochroną środowiska.

W kontekście rozwoju społeczno-ekonomicznego respondenci wskazali na takie branże jak turystyka, gastronomia, zdrowie i edukację jako pola dla większego zaangażowania projektantów.



Ciekawym kierunkiem zaangażowania projektantów i firm projektowych jest ich możliwa większa aktywność w kreowaniu rozwiązań służących ograniczeniu biurokracji poprzez usprawnienie i uproszczenie formularzy oraz ścieżek użytkowników.

Podsumowując, wyniki badania wskazują na wszechstronność projektantów, którzy mogą wnieść wartość dodaną we wszystkich obszarach aktywności gospodarczej województwa śląskiego, od produkcji po sektory energetyczne czy też branże związane ze zdrowiem, edukacją, aż po innowacje czy też rozwiązania z zakresu zrównoważonego rozwoju, infrastruktury przestrzeni publicznych. Część proponowanych obszarów zaangażowania designu jest ściśle związana z uprzemysłowieniem regionu, np. automatyzacja i robotyzacja w sektorach przemysłowych, zwłaszcza w hutnictwie, energetyce i motoryzacji.

12. Obszary działalności przedsiębiorców w województwie śląskim możliwe do wzmocnienia dzięki zaangażowaniu projektantów i firm projektowych

Respondenci mieli możliwość swobodnej odpowiedzi na pytanie dotyczące wsparcia wybranych obszarów działalności przedsiębiorców w województwie śląskim dzięki zaangażowaniu projektantów i firm projektowych

Pytanie nr 12.

Które obszary działalności przedsiębiorstw (np. inwestycje, produkcja, marketing, sprzedaż, logistyka itp.) powinny być, Państwa zdaniem, wspierane w pierwszej kolejności przez usługi Projektantów/Firm Projektowych?

Poniżej przedstawiono wybrane odpowiedzi respondentów na pytanie nr 12:

- *inwestycje*
- *inwestycje, logistyka i produkcja*
- *marketing*
- *rewizja obecnych produktów/Tworzenie nowych produktów - Inwestycje, Marketing, Sprzedaż, produkcja Logistyka*
- *innowacje i inwestycje*
- *produkcja / R&D / logistyka*
- *nie wiem, gdyż to zależy od rodzaju wsparcia, jakie projektanci mogą zaoferować.*
- *mogą wspierać przedsiębiorstwa w tworzeniu strategii rozwoju, prototypowaniu nowych produktów oraz wdrażaniu metodologii takich jak design thinking*
- *produkcja, automotive, spawalnictwo*
- *produkcja, marketing,*
- *marketing*
- *inwestycje, produkcja, marketing,*
- *sprzedaż*
- *marketing oraz inwestycje*



- *nowoczesna infrastruktura przemysłowa: Tworzenie wydajnych i funkcjonalnych linii produkcyjnych, dostosowanych do wymogów Przemysłu 4.0.*
- *inwestycje*
- *inwestycje*
- *inwestycje*
- *produkcja, marketing*
- *inwestycje, usługi,*
- *inwestycje, sprzedaż.*
- *produkcja i inwestycja*
- *inwestycje, produkcja, logistyka*
- *produkcja i logistyka*
- *inwestycje*
- *inwestycje*
- *inwestycje*
- *Innowacje*
- *opieka zdrowotna*
- *sprzedaż*
- *produkcja*
- *inwestycje, produkcja, marketing*
- *marketing,*
- *wytwarzanie produktów/usług - marketing*
- *B+R, inwestycje, produkcja, dystrybucja (opakowania, transport)*
- *produkcja*
- *inwestycje, sprzedaż*
- *sprzedaż*
- *budownictwo*
- *inwestycja, sprzedaż*

Pogrupowanie tematyczne przedstawionych wyżej odpowiedzi na pytanie nr 12 pozwoliło na identyfikację najczęściej wskazywanych obszarów działalności przedsiębiorców w województwie śląskim możliwych do wzmocnienia dzięki zaangażowaniu projektantów i firm projektowych:

- *inwestycje (20 odpowiedzi)*
- *produkcja (14 odpowiedzi)*
- *marketing (10 odpowiedzi)*
- *sprzedaż (6 odpowiedzi)*
- *logistyka (4 odpowiedzi)*
- *innowacje (2 odpowiedzi)*
- *pozostałe (pojedyncze odpowiedzi)*
 - *opieka zdrowotna*
 - *budownictwo*
 - *B+R, inwestycje, produkcja, dystrybucja (opakowania, transport)*
 - *wytwarzanie produktów/usług - marketing*
 - *Pytanie do projektanta*



Największa liczba odpowiedzi dotyczy inwestycji, co wskazuje na istotną rolę projektantów i firm projektowych w tym obszarze, zwłaszcza w kontekście wspierania rozwoju biznesu. Produkcja i marketing pojawiają się również często, co sugeruje, że projektanci i firmy projektowe są postrzegani jako ważni aktorzy w procesach produkcyjnych oraz opracowywaniu strategii marketingowych. Logistyka i innowacje również są wskazywane jako te obszary działalności firm w województwie śląskim, które mogą zostać wzmocnione dzięki zaangażowaniu projektantów i firm projektowych.

13. Ocena wkładu środowiska projektowego w rozwój innowacyjności województwa śląskiego

Respondenci udzielali odpowiedzi na pytanie oceniające wkład środowiska projektowego w rozwój innowacyjności województwa śląskiego z zastosowaniem skali oceniającej od 0 do 5, gdzie 0 oznacza brak wkładu a 5 bardzo duży wkład i odnosi się do uśrednionej oceny projektantów lub / i firm projektowych.

Pytanie nr 13.

Jak oceniają Państwo obecne zaangażowanie (wkład) środowiska Projektantów/Firm Projektowych w rozwój innowacyjności województwa śląskiego?

Tabela 10. Ocena wkładu środowiska projektowego w rozwój innowacyjności województwa śląskiego

skala	0	1	2	3	4	5
Liczba udzielonych odpowiedzi	1	7	10	19	12	1

Źródło: wyniki badań

Odpowiedzi na pytanie nr 13 wskazują, że respondenci mają zróżnicowaną opinię na temat zaangażowania środowiska projektantów i firm projektowych w rozwój innowacyjności województwa śląskiego. Średnia arytmetyczna oceny wynosi 2,76 (ocena przeciętna). Ponadprzeciętne zaangażowanie (oceny od 3 do 5) dostrzegło 64% respondentów. Pokazuje to, że przedsiębiorcy oceniają środowisko projektowe w aspekcie jego wkładu w rozwój innowacyjności Śląska lepiej niż wskazuje to średnia udzielonych odpowiedzi. Najczęściej to zaangażowanie oceniano na 3,0 (19 odpowiedzi). Na poziomie 4 oceniło to zaangażowanie 12 respondentów, a na poziomie 2 – 10 respondentów, co może wskazywać na pewną rozbieżność



w ocenach – część respondentów ocenia zaangażowanie jako stosunkowo wysokie (4) a inni jako niewystarczające (2). Wyniki pokazują, że respondenci są przeważnie umiarkowanie zadowoleni z obecnego wkładu projektantów w rozwój innowacyjności województwa śląskiego, ale nie postrzegają go jako szczególnie silny.

14. Czynniki ograniczające zaangażowanie środowiska projektowego w rozwój innowacyjności województwa śląskiego

Respondenci mieli możliwość swobodnej odpowiedzi na pytanie o czynniki ograniczające zaangażowanie środowiska projektowego w rozwój innowacyjności województwa śląskiego.

Pytanie nr 14.

Co według Państwa ogranicza obecnie zaangażowanie środowiska projektantów firm projektowych w rozwój innowacyjności województwa śląskiego?

Poniżej przedstawiono wybrane odpowiedzi respondentów na pytanie nr 14:

- *korzystanie z gotowych rozwiązań i wzorców, prowizja od producentów za rekomendowanie ich produktu w projekcie, brak rozwoju, w tym wizyt studyjnych, szkoleń, warsztatów, praca na akord (zbyt wiele zleceń jednocześnie), zbyt krótkie terminy realizacji i praca na deadline, zależność od innych projektantów branżowych (np. konstruktorów, sieciowców, ale też od kosztorysantów czy ekspertów, np. ppoż itd.), nieterminowość, szereg błędów w dokumentacji technicznej*
- *skupienie się wyłącznie na projektach nastawionych na zysk, a nie na tych podmiotach/partnerach, którzy są częścią, na przykład, sektora non-profit; a jednak współpraca między sektorem biznesowym i non-profit może być korzystna dla lokalnej społeczności i regionu i województwa.*
- *brak sieciowania projektantów z przedsiębiorcami.*
- *środki na finansowanie pracy projektantów*
- *brak otwartości*
- *trudności i ciężko dostępna informacja w zdobyciu funduszy na realizację innowacyjnych przedsięwzięć; brak dedykowanych programów wsparcia dla inicjatyw łączących kreatywność z technologią sprawia, że wiele potencjalnych projektów dotyczących środowiska nie jest realizowanych.*
- *ilość innowacyjnych firmy*
- *fundusze*
- *ilość firm zajmujących się nowymi technologiami*
- *zwiększenie świadomości znaczenia designu w procesie innowacji oraz stworzenie sprzyjających warunków dla rozwoju kompetencji i infrastruktury wspierającej innowacyjność w regionie.*
- *środki finansowe*
- *płaca*
- *niska świadomość korzyści i potrzeb wśród firm. Brak dofinansowania.*



- *brak strategii.*
- *brak sieci współpracy, platformy wymiany informacji*
- *brak zrozumienia wzajemnego różnych stron tego procesu*
- *niska świadomość*
- *budżet*
- *niewystarczające zrozumienie wartości projektowania*
- *brak zrozumienia potrzeb*
- *ceny usług.*
- *brak wiedzy*
- *chęci*
- *brak zaangażowania w przyziemne projekty*
- *długi czas trwania procesy projektowego, nakłady zwracają się po dłuższym czasie, brak świadomości roli i kompetencji projektantów w firmach*
- *brak wiedzy i brak środków*
- *fundusze*
- *duża konkurencja.*
- *brak dostępu do niezbędnych szczegółowych informacji.*
- *zamknięte środowisko (kółko wzajemnej adoracji)*

Wyniki badania dotyczącego ograniczeń w zaangażowaniu środowiska projektantów i firm projektowych w rozwój innowacyjności województwa śląskiego ujawniają szereg barier, które mogą hamować ten proces w regionie. Analiza wskazuje, że dwie grupy ograniczeń wydają się być najczęściej wymienianymi.

Pierwsza grupa ograniczeń dotyczy braku środków finansowych i dedykowanych programów wsparcia dla innowacyjnych inicjatyw. Ograniczenia te powodują, że wiele pomysłów nie trafia do fazy realizacji ze względu na brak finansowania, a projektanci nie mogą w pełni wykorzystać swojego potencjału w kreowaniu innowacyjnych rozwiązań.

Ponadto, respondenci wskazali jako ograniczenie brak sieciowania i współpracy między projektantami a firmami, a także niską świadomość korzyści płynących z współpracy (także z sektorem non-profit). Respondenci zwrócili uwagę na potrzebę stworzenia platform wymiany informacji dla lepszego zrozumienia wzajemnych potrzeb różnych stron tego procesu. Budowanie wartościowych relacji oraz wzajemne zrozumienie specyfiki designu i branż oraz sektorów rozwijających się w województwie śląskim mogłyby sprzyjać rozwojowi innowacyjności w regionie. Skuteczne sieciowanie i zwiększenie świadomości w tej kwestii mogą być kluczowe dla pobudzenia innowacyjności.

Respondenci wskazali także na brak rozwoju zawodowego projektantów, wynikający z niewystarczającej liczby szkoleń, warsztatów czy wizyt studyjnych, co hamuje wzrost kompetencji i zdolność do wdrażania nowych technologii i metod w projektowaniu. Zbyt wiele zleceń jednocześnie oraz presja związana z terminami prowadzą do niskiej jakości wykonania i błędów w dokumentacji technicznej, które również przyczyniają się do ograniczenia innowacyjności.

Podsumowując, kluczowymi barierami, które ograniczają zaangażowanie projektantów w rozwój innowacyjności województwa śląskiego, są: niedostateczne wsparcie finansowe, brak współpracy na linii projektanci – przedsiębiorcy, niska świadomość korzyści płynących z zaangażowania projektantów.



Działania mające na celu poprawę tych aspektów mogą przyczynić się do większego zaangażowania środowiska projektantów w rozwój innowacji w województwie śląskim.

15. Oczekiwane przez przedsiębiorców rodzaje wsparcia instytucji otoczenia biznesu w zakresie usług projektowania

Udzielając odpowiedzi na to pytanie respondenci mogli zaznaczyć maksymalnie 3 z proponowanych opcji, a ich zadaniem było wskazanie form wsparcia oczekiwanych od instytucji otoczenia biznesu w zakresie usług projektowania.

Pytanie nr 15

Jakiego rodzaju wsparcia dla swojej Firmy w zakresie korzystania z usług projektowania oczekiwaliby Państwo od instytucji otoczenia biznesu w województwie śląskim?

Tabela 11. Oczekiwane przez przedsiębiorców rodzaje wsparcia instytucji otoczenia biznesu w zakresie usług projektowania

Wariant odpowiedzi	Liczba udzielonych odpowiedzi
1. Dostępu do informacji na temat zasad współpracy z Projektantami/Firmami Projektowymi	16
2. Dostępu do baz danych i kontaktów z Projektantami/Firmami Projektowymi	27
3. Dostępu do informacji o poziomie cen usług świadczonych przez Projektantów/Firmy Projektowe	25
4. Dostępu do informacji o zakresie oferty Projektantów/Firm Projektowych	22
5. Doradztwa w zakresie ochrony własności intelektualnej w dziedzinie projektowania	13
6. Doradztwa w zakresie finansowania badań i rozwoju oraz innowacji uwzględniających usługi projektowania	24
7. Doradztwa w zakresie możliwego udziału Projektantów/Firm Projektowych we wprowadzeniu na rynek nowego produktu/ usługi lub rozwijaniu istniejącego produktu/usługi na rynek	11

8. Inne	3
9. Nie wiem	9

Źródło: wyniki badań

Wyniki badania dotyczącego oczekiwań przedsiębiorców wobec wsparcia, które mogłyby zapewnić instytucje otoczenia biznesu w zakresie korzystania z usług projektowania, pokazują kilka kluczowych obszarów zainteresowania firm. Najczęściej firmy są zainteresowane dostępem do baz danych i kontaktów z projektantami oraz firmami projektowymi (27 odpowiedzi), co wskazuje na dużą potrzebę sieciowania i poszukiwania możliwości współpracy z profesjonalistami w tej dziedzinie. Kolejnym istotnym oczekiwaniem, wskazanym przez 25 respondentów, jest zapewnienie dostępu do informacji o poziomie cen usług świadczonych przez projektantów, co sugeruje, że przedsiębiorcy chcą mieć lepszą orientację w zakresie kosztów związanych z projektowaniem. Warto również zauważyć, że doradztwo w zakresie finansowania badań, rozwoju oraz innowacji jest jednym z bardziej pożądanых rodzajów wsparcia (24 odpowiedzi), co może świadczyć o tym, że przedsiębiorcy dostrzegają konieczność pozyskiwania funduszy na wprowadzanie innowacyjnych rozwiązań z zakresu projektowania.

Dostęp do informacji o zakresie oferty projektantów i firm projektowych, na który wskazało 22 przedsiębiorców, także jest istotnym aspektem wsparcia, które pozwoliłoby przedsiębiorcom lepiej zrozumieć pełny wachlarz usług dostępnych na rynku. Innym ważnym obszarem wsparcia, oczekiwanym przez 16 respondentów, jest dostęp do informacji na temat zasad współpracy z projektantami, co mogłoby pomóc w zrozumieniu mechanizmów współpracy z projektantami i firmami projektowymi. Doradztwo w zakresie ochrony własności intelektualnej (13 odpowiedzi) oraz doradztwo dotyczące wprowadzania nowych produktów na rynek (11 odpowiedzi) wskazuje na zainteresowanie przedsiębiorców zabezpieczeniem swoich innowacji oraz wsparciem przy komercjalizacji nowych produktów.

Wyniki badania dowodzą, że przedsiębiorcy oczekują przede wszystkim wsparcia w zakresie pozyskiwania informacji o projektantach, zakresie ich oferty i cenach jak i doradztwa w kwestiach prawnych, finansowych związanych z wprowadzaniem innowacji na rynek.

16. Dane adresowe o respondentów biorących udział w badaniu.

Pytanie nr 16 dotyczyło nazwy i adresu przedsiębiorstw, których reprezentanci wzięli udział w badaniu, ale ze względu na poufność danych zostało pominięte w analizie wyników badania.

17. Stan zatrudnienia (przybliżony) w przedsiębiorstwach reprezentowanych przez respondentów

Tabela 12. Stan zatrudnienia (przybliżony) respondentów

Wariant odpowiedzi	Liczba udzielonych odpowiedzi
1. Mniej niż 10 osób	18
2. Od 10 do 49 osób	9
3. Od 50-249 osób	15
4. Inny	8

Źródło: wyniki badań

W badaniu zapewniono udział co najmniej 15 przedsiębiorców reprezentujących sektor małych i średnich przedsiębiorstw (MSP), co zapewniło prawidłowość doboru próby i pozwoliło to uwzględnić również perspektywę mniejszych firm w kontekście ich współpracy z projektantami i firmami projektowymi. Chociaż kryterium liczby zatrudnienia nie było jedynym (dodatkowo powinno się brać pod uwagę roczny obrót oraz wartość aktywów firmy), to jednak na potrzeby badania uznano je za wystarczające.

Jak wynika z Tabeli 12, liczba zatrudnionych w reprezentowanych przez respondentów firmach pokazuje zróżnicowanie pod względem wielkości przedsiębiorstw, co może wpływać na interpretację wyników. Największą grupę badanych stanowiły firmy zatrudniające mniej niż 10 osób (18 respondentów), co wskazuje na dominację mikroprzedsiębiorstw w próbie. Te firmy często mają inne potrzeby, zasoby oraz perspektywy w porównaniu do większych przedsiębiorstw, co może wpływać na ich oczekiwania wobec usług projektowych. Mniejsze przedsiębiorstwa mogą być bardziej elastyczne w podejściu do usług projektowych, ale także bardziej wrażliwe na koszty, co może wpłynąć na ich opinie na temat dostępności usług i ich ceny.

Z kolei firmy zatrudniające od 50 do 249 osób (15 respondentów) mogą mieć bardziej rozwinięte struktury, większe budżety i bardziej złożone potrzeby, co sprawia, że ich perspektywa dotycząca wsparcia projektowego będzie różnić się od perspektywy mniejszych firm. Odpowiedzi udzielone przez firmy w tym przedziale zatrudnienia mogą koncentrować się na bardziej zaawansowanych usługach, takich jak innowacje w produkcji czy wdrażanie kompleksowych rozwiązań projektowych.



Przedsiębiorstwa zatrudniające od 10 do 49 osób (9 respondentów) mogą mieć bardziej zróżnicowane oczekiwania, łącząc potrzeby małych firm z bardziej ustrukturalizowanymi procesami występującymi w większych organizacjach.

Natomiast, kategoria „inny” (8 respondentów) może sugerować firmy, które z jakiegoś powodu nie pasują do tradycyjnego podziału na mikro, małe i średnie przedsiębiorstwa, co może świadczyć o różnorodności branżowej i specyficznych wymaganiach tych przedsiębiorstw.

Zróżnicowany stan zatrudnienia respondentów wskazuje, że wyniki badania mogą odzwierciedlać różne potrzeby i perspektywy, zależnie od wielkości przedsiębiorstwa. To, jak poszczególne grupy respondentów oceniają potrzeby współpracy z projektantami, może zależeć od ich zasobów, strategii rozwoju oraz doświadczeń z usługami projektowymi.

18. Główne obszary działalności respondentów według kodu PKD

Udzielając odpowiedzi na to pytanie respondenci mogli zaznaczyć maksymalnie 1 z proponowanych numerów PKD.

Pytanie nr 18

Proszę podać główny obszar działalności Państwa firmy (według kodu PKD)

Poniżej przedstawiono odpowiedzi respondentów dotyczące reprezentowanych przez nich obszarów działalności:

- *Górnictwo i kopalnictwo surowców energetycznych – 1*
- *Produkcja artykułów spożywczych, napojów i wyrobów tytoniowych – 1*
- *Produkcja drewna i wyrobów z drewna – 1*
- *Produkcja wyrobów chemicznych – 1*
- *Produkcja wyrobów gumowych i z tworzyw sztucznych - 2*
- *Produkcja metali i wyrobów z metali – 1*
- *Produkcja maszyn i urządzeń, gdzie indziej niesklasyfikowana – 4*
- *Produkcja urządzeń elektrycznych i optycznych – 1*
- *Produkcja, gdzie indziej niesklasyfikowana – 3*
- *Budownictwo – 2*
- *Handel hurtowy i detaliczny, naprawa pojazdów mechanicznych, motocykli oraz artykułów użytku osobistego i domowego – 1*
- *Transport, gospodarka magazynowa i łączność – 3*
- *Obsługa nieruchomości, wynajem, nauka i usługi związane z prowadzeniem działalności gospodarczej – 2*
- *Edukacja – 3*



- *Ochrona zdrowia i opieka społeczna – 2*
- *Pozostała działalność usługowa komunalna, społeczna i indywidualna – 3*
- *Inna – 19*

Wynik badania wskazuje, że reprezentacja branżowa respondentów była różnorodna. Największa grupa przedsiębiorców (19 respondentów) wskazała kategorię „Inna”, co sugeruje, że firmy biorące udział w badaniu reprezentują szereg branż, które nie zostały uwzględnione w zestawie opcji do wyboru.

Zróznicowanie branż respondentów wskazuje, że wyniki badania mogą odzwierciedlać różne potrzeby i perspektywy, zależnie od charakteru działalności przedsiębiorstwa. To zasadniczo wpływa na zakres i rodzaj współpracy z projektantami i różnicuje potrzeby projektowe.

19. Informacja o przedstawicielu firmy biorącym udział w badaniu

Tabela 13. Informacja o przedstawicielu firmy wypełniającym ankietę

Wariant odpowiedzi	Liczba udzielonych odpowiedzi
1. Właściciel lub współwłaściciel firmy	11
2. Prezes, członek zarządu, dyrektor	11
3. Kadra kierownicza średniego szczebla (np. kierownik działu)	14
4. Inne	14

Źródło: wyniki badań

Respondenci biorący udział w badaniu reprezentują szeroką gamę stanowisk. Było wśród nich 22 właścicieli lub współwłaścicieli firm oraz osób zajmujących najwyższe stanowiska, takie jak prezesi czy dyrektorzy. Ich udział sugeruje, że decyzje dotyczące współpracy z projektantami i firmami projektowymi są podejmowane na poziomie strategicznym. Grupa reprezentowana przez kadrę kierowniczą średniego szczebla liczyła 14 respondentów, może wskazywać na bardziej operacyjne podejście do współpracy z projektantami w niektórych firmach, gdzie potrzeby związane z projektowaniem i innowacjami są zgłaszane przez menedżerów bezpośrednio zaangażowanych w realizację projektów. Tego typu rozbieżność może wpływać na różnorodność perspektyw, jakie pojawiły się w odpowiedziach, a także na to, jakie konkretnie obszary współpracy z projektantami są postrzegane jako kluczowe z punktu widzenia różnych poziomów zarządzania.



20. Swobodne dodatkowe wypowiedzi respondentów

Pytanie nr 20

Czy chcecie Państwo dodać coś od siebie?

Na to pytanie udzielono tylko jednej, następującej odpowiedzi:

- *W odniesieniu do p. 15: warto byłoby wzbogacić bazę o wizualizacje z realizacji, a także o podmioty, z którymi dani projektanci współpracują (np. czy kosztorysują samodzielnie, czy korzystają z firmy/osoby zewnętrznej, czy mają własnego konstruktora itd.)*

Brak innych dodatkowych wypowiedzi sugeruje, że ankieta miała charakter wyczerpujący i respondenci nie widzieli powodu do jej uzupełniania o dodatkowe uwagi. Jedyna konstruktywna adnotacja dotyczy uzupełniania bazy informacyjnej o projektantach o konkretne informacje tj. wizualizacje, sposób wyceny, współpracy ze specjalistami.

III. Podsumowanie

Charakterystyka respondentów i podstaw współpracy z projektantami w kontekście analizy wyników badania

W wyniku przeprowadzonego badania oceniono wybrane obszary i aspekty współpracy przedsiębiorców z usługobiorcami z branży designu, w tym z projektantami indywidualnymi oraz firmami projektowymi. Dzięki odpowiedniemu doborowi próby, zapewniono w badaniu udział respondentów posiadających doświadczenie w pracy z przynajmniej jednym projektantem, a znaczna część (72%) z więcej niż jednym projektantem lub firmą projektową. Taki sam odsetek firm posiada przynajmniej 2-letnie doświadczenie we współpracy z branżą designu.

W badaniu zapewniono udział co najmniej 15 przedsiębiorców reprezentujących sektor małych i średnich przedsiębiorstw (MSP), co pozwoliło także na uwzględnienie perspektywy mniejszych firm w kontekście ich współpracy z projektantami i firmami projektowymi.

Respondenci reprezentowali firmy zróżnicowane pod względem liczby zatrudnionych osób co również miało znaczenie dla interpretacji wyników badania. Największą grupę respondentów stanowili reprezentanci przedsiębiorstw zatrudniających mniej niż 10 osób (18 osób). Te najmniejsze firmy często mają inne potrzeby, zasoby oraz perspektywy rynkowe w porównaniu do większych przedsiębiorstw, co może wpływać na ich oczekiwania wobec usług projektowych. Mniejsze przedsiębiorstwa mogą być bardziej elastyczne, jeśli chodzi o strategię rozwoju, ale także bardziej wrażliwe na koszty, co może wpłynąć na postrzeganie przez nie dostępności usług designerskich i ich cen. Z kolei firmy zatrudniające od 50 do 249 osób (15 respondentów) mogą mieć bardziej rozwinięte struktury organizacyjne, większe budżety i bardziej złożone potrzeby, co sprawia, że ich perspektywa wykorzystania wsparcia projektowego będzie się różnić od podejścia mniejszych firm. Postrzeganie designu przez takie przedsiębiorstwa może odnosić się do bardziej zaawansowanych usług, takich jak innowacje w produkcji czy wdrażanie kompleksowych



rozwiązań projektowych. Przedsiębiorstwa zatrudniające od 10 do 49 osób (9 respondentów) to często firmy dość zróżnicowane zarówno pod względem organizacyjnym, jak też, jeśli chodzi o potrzeby i oczekiwania wobec branży designu. Zróżnicowanie respondentów dotyczyło również branż i sektorów, które reprezentują. Powyższe wskazuje, że wyniki badania mogą odzwierciedlać różne potrzeby i perspektywy, zależnie od wielkości przedsiębiorstwa, charakteru działalności, kierunków rozwoju oraz doświadczeń związanych z korzystaniem z usług projektowych.

W badaniu udział wzięło 22 właścicieli i współwłaścicieli firm oraz osób zajmujących najwyższe stanowiska menedżerskie, tj. prezesi czy dyrektorzy. Ich udział sugeruje, że decyzje dotyczące współpracy z projektantami i firmami projektowymi są podejmowane na poziomie strategicznym. W badaniu udział wzięli także przedstawiciele kadry kierowniczej średniego szczebla (14 osób) może wskazywać na bardziej operacyjne podejście do współpracy z projektantami w niektórych firmach, gdzie potrzeby związane z projektowaniem i innowacjami są zgłaszane przez menedżerów bezpośrednio zaangażowanych w realizację projektów. Może to wpływać na różnorodność perspektyw oceny współpracy z sektorem designu, a także na to, jakie konkretnie obszary współpracy z projektantami i firmami projektowymi są uznawane za kluczowe z punktu widzenia różnych poziomów zarządzania.

Część respondentów różnicuje zasady współpracy z projektantami (17 odpowiedzi). 22 badanych przedsiębiorców wskazało na stałą współpracę, a 16 korzysta z doraźnej współpracy w miarę rzeczywistych potrzeb. Stała współpraca z projektantem lub firmą projektową (48% respondentów), jest dosyć częstą praktyką i dowodem, iż dla części przedsiębiorców istotne znaczenie stałe, bieżące wsparcie ze strony usługodawców z branży designu. Z kolei doraźne zlecenia dla projektantów i firm projektowych wskazują na potrzebę elastyczności we współpracy, w zależności od projektów i aktualnych potrzeb lub jest to model stosowany w mniejszych firmach, które mogą nie mieć zasobów do stałej kooperacji.

Najczęstszą formą współpracy z projektantem jest umowa zlecenie/o dzieło (16 odpowiedzi) oraz kontrakt z firmą projektową (15 odpowiedzi). Prawdopodobnie elastyczność tych modeli, polegająca na tym, iż konstrukcja i czas zaangażowania uzależnione są od realizowanych projektów i aktualnych potrzeb, jest cechą decydującą o ich wyborze. Ta forma kooperacji może być również efektem niechęci projektantów (i nieopłacalności) prowadzenia własnej działalności gospodarczej, obciążonej szeregiem wydatków stałych np. związanych z prowadzeniem księgowości. Potwierdzeniem tej tezy może być zdecydowanie mniejsze zaangażowanie projektantów przez firmy w modelu B2B – jedynie 6 respondentów potwierdziło ten model współpracy. Tylko 14% badanych przedsiębiorców zatrudnia projektanta na etat, a jeden przedsiębiorca korzysta z formuły: staż studencki / praktyki studenckie.

Wyboru projektanta przedsiębiorcy dokonują głównie w oparciu o takie kryteria jak: doświadczenie oraz referencje i rekomendacje, co wskazuje na dużą wagę przywiązywaną przez nich do warsztatu oraz umiejętności sprawdzonego i wiarygodnego partnera z branży designu. Dodatkowymi kryteriami są: rzetelność świadczonych usług oraz ich efektywność kosztowa, co świadczy o wysokich oczekiwaniach w zakresie profesjonalizmu, ale także oczekiwaniu przystępnej ceny. Renoma marki nie ma decydującego znaczenia przy wyborze usługodawcy w zakresie projektowania, podobnie jak posiadane certyfikaty, bowiem w kontekście designu, kluczowe dla przedsiębiorców wydaje się być to, aby projektant dobrze rozumiał specyfikę projektu i potrzeby firmy oraz mógł dostarczyć rozwiązania dostosowane do realnych wymagań klienta. Renoma marki projektanta może być mniej istotna, jeśli nie jest związana bezpośrednio



z umiejętnościami, które są ważne dla danego projektu, a o umiejętnościach świadczą właśnie wskazane doświadczenie i referencje. Poza tym ankietowani zdecydowanie przedkładają przystępność cenową nad wysoką reputację czy rozpoznawalność usługodawcy z branży designu. Podsumowując – wybór projektanta lub firmy projektowej opiera się zatem na praktycznych aspektach współpracy: rzetelności, terminowości, optymalizacji kosztu świadczonych usług. Renoma marki lub posiadane certyfikaty są postrzegane jako bardziej abstrakcyjne, a przedsiębiorcy wolą brać pod uwagę rzeczywiste doświadczenie w pracy nad podobnymi projektami.

Obszary współpracy firm z projektantami

Badane firmy współpracują z usługodawcami z branży designu w trzech głównych obszarach: marketing, reklama, promocja; projektowanie i rozwój produktów oraz usług; realizacja projektów innowacyjnych i badawczo-rozwojowych. Dwa główne zakresy kooperacji pokrywają się ze standardową ofertą projektantów tj. wzornictwo przemysłowe (projektowanie, rozwój, wytwarzanie produktów oraz usług) oraz projektowanie graficzne (marketing, reklama, promocja). Duża odsetek respondentów współpracujących z branżą projektowania w zakresie projektów innowacyjnych i badawczo-rozwojowych (36%) potwierdza, iż design jest elementem strategii innowacyjnych w przedsiębiorstwach, co może wiązać się z wykorzystaniem funduszy europejskich na badania, rozwój i na innowacje. W części badanych przedsiębiorstw projektanci biorą udział w rozwiązywaniu problemów dotyczących bieżącej działalności firmy, co sugeruje, że współpraca z nimi postrzegana jest przez respondentów jako wieloaspektowa, ale istotna i wartościowa, gdyż projektanci angażują się w codzienne wyzwania dotyczące tych przedsiębiorstw, wspierając w optymalizacji procesów, poprawie jakości usług lub produktów, bądź rozwoju innowacji. Jednakże, biorąc pod uwagę, że liczba przedsiębiorców wskazujących na ten aspekt jest stosunkowo niewielka, może to także sugerować, że taki zakres współpracy nie każdej firmie jest potrzebny, lub że jej rola nie jest w pełni doceniana. Może to również wskazywać na konieczność większego uświadamiania przedsiębiorców o potencjale, jaki niosą projektanci w zakresie rozwiązywania codziennych problemów operacyjnych.

Wśród wiodących zakresów współpracy z projektantami lub firmami projektowymi, które znacząco wpływają na działalność badanych przedsiębiorstw wymienić można:

- dostosowanie istniejącego produktu/usługi do potrzeb konkretnego klienta/segmentu rynku; co potwierdza większość przedsiębiorców;
- komunikację marketingową z rynkiem i kształtowanie przez projektantów wizualnej tożsamości firm oraz pomoc w tworzeniu spójnej i rozpoznawalnej marki co pozwala na wyróżnienie się na tle konkurencji i wpływa na atrakcyjność oferty;
- kreowanie nowego produktu/ usługi zgodnie z potrzebami konkretnego klienta/segmentu rynku;
- projektowanie kanałów dystrybucji produktów i usług.

36% badanych przedsiębiorców uważa, że współpraca z projektantami pozwala im oferować na rynku produkty/usługi bardziej ekologiczne i zrównoważone, co należy uznać za wynik pozytywny. Potwierdza bowiem, że projektanci mają wpływ na bardziej zrównoważoną ofertę przedsiębiorców na rynku, przynajmniej tych, którzy dostrzegają znaczenie ESG w swojej działalności, w tym także aktywności projektowej.

Przedsiębiorcy wskazują, m.in. następujące obszary wpływu usług projektowania na działalność ich firm:



- dokonywane są modyfikacje produktów/usług, nadawane są nowe cechy istniejącym produktom/usługom;
- opracowywane są efektywne i skuteczne kampanie marketingowe (w tym nowe rozwiązania promocyjne, cenowe czy dystrybucyjne);
- opracowywane są nowe produkty/usługi z jakimi klienci nie mieli wcześniej do czynienia;
- wdrażane są nowe metody produkcji;
- wdrażane są nowe metody sprzedaży oferowanych produktów/usług;
- realizowane są prace badawczo-rozwojowe;
- wprowadzane są zmiany organizacyjne (np. w zakresie zarządzania projektami, jakością, zasobami ludzkimi itp.).

Wyniki badania wskazują, że przedsiębiorcy w województwie śląskim najczęściej współpracują z projektantami i firmami projektowymi w zakresie komunikacji marketingowej z rynkiem, modyfikacji istniejących produktów oraz opracowywania produktów i usług, które są czymś nowym dla ich klientów. Ten zakres obejmuje zarówno tradycyjne obszary współpracy, jak też wskazuje na silne zapotrzebowanie dotyczące współpracy w zakresie kreowania innowacyjnego podejścia do rozwijania oferty przedsiębiorstwa. Wdrażanie nowych metod produkcji i sprzedaży produktów wskazuje na dążenie firm do optymalizacji procesów i dostosowania się do zmieniających się warunków rynkowych. Współpraca z projektantami staje się więc narzędziem, które pomaga w podnoszeniu efektywności działalności przedsiębiorstw. Działania w zakresie badań i rozwoju, choć mniej powszechne niż w innych obszarach, również pokazują, że przedsiębiorcy inwestują w innowacje technologiczne, które mogą dać im przewagę konkurencyjną.

Wprowadzanie zmian organizacyjnych w firmach, choć nieco mniej popularne wśród badanych, wskazuje na rosnącą świadomość przedsiębiorców, że struktura organizacyjna i zarządzanie zasobami są równie ważne, jak same produkty i usługi. Współpraca z projektantami w tym zakresie może obejmować wdrażanie nowych rozwiązań w zarządzaniu projektami, zasobami ludzkimi, jakością czy procesami biznesowymi, co wpływa na poprawę efektywności operacyjnej i organizacyjnej tych firm.

Badania pokazują, że przedsiębiorcy wykazują dużą otwartość na innowacje i współpracę z projektantami w szerokim zakresie, obejmującym zarówno produkt, sprzedaż, jak i marketing. Takie podejście wskazuje na ich dążenie do modernizacji i rozwoju, co jest istotne z punktu widzenia konkurencyjności regionu.

Obszary działalności przedsiębiorstw wymagające priorytetowego wsparcia przez usługi projektowe

Jeśli chodzi o obszary działalności przedsiębiorstw wymagające priorytetowego wsparcia przez usługi projektowe, to przedsiębiorcy najczęściej wskazywali inwestycje. Świadczy to o znaczącej roli projektantów w tym obszarze rozwoju przedsiębiorstw, zwłaszcza w kontekście wspierania modelu biznesowego i budowania przewagi konkurencyjnej. Bardzo często wskazywane są także produkcja i marketing, co sugeruje, że projektanci są traktowani jako kluczowi partnerzy w procesach produkcyjnych oraz w opracowywaniu strategii marketingowych. Rzadziej wymieniane są logistyka i innowacje, które jednak stanowią istotny obszar rozwojowy dla części badanych firm. Inne obszary, takie jak opieka zdrowotna, budownictwo czy B+R, zostały wymienione sporadycznie.

Ocena współpracy projektantów i firm projektowych z przedsiębiorcami oraz ocena jej wpływu na działalność biznesową firm w województwie śląskim



Dla większości badanych firm (64%) współpraca z projektantami i firmami projektowymi ma istotne znaczenie. Przedsiębiorcy zdają sobie sprawę z roli designu w kształtowaniu ich pozycji na rynku. 60% respondentów zauważa, że współpraca z projektantami ma korzystny wpływ na wizerunek ich firm, a dzięki pracy projektantów mogą lepiej komunikować swoje wartości, misję i ofertę, przyciągnąć uwagę klientów oraz odróżniać się od konkurentów na rynku. Współpraca z usługodawcami z branży designu może świadczyć o profesjonalnym podejściu badanych przedsiębiorców do kreowania swojej oferty produktowo/usługowej oraz o dbałości o prawidłowy przebieg tego procesu, co sprzyja budowaniu zaufania dla firmy i może się przekładać na większą sprzedaż.

Dla wielu badanych firm kluczowym zadaniem jest utrzymanie stabilnej sytuacji finansowej. Dlatego ważnym aspektem badania było mapowanie wpływu usług projektowych na finanse przedsiębiorstwa. Według blisko połowy respondentów praca projektanta/ów przekłada się na strukturę przychodów ich firm i dostrzegają oni realne korzyści z inwestycji w usługi projektowe przyczyniające się do wzrostu ich przychodów, stanowiących podstawowe źródło finansowania działalności operacyjnej, inwestycji oraz dalszego rozwoju. Jedynie blisko 1/3 badanych firm nie zauważyła u siebie zależności: inwestycja w projektowanie równa się zwiększone przychody, być może ze względu na brak satysfakcjonujących rezultatów dotychczasowej współpracy.

Ponad połowa respondentów twierdzi, że inwestycja w projektantów w istotny sposób przyczynia się do korzystnego wyniku finansowego ich działalności. Jest to wynik bardzo pozytywny, biorąc pod uwagę, że projektowanie to często proces długofalowy a inwestycje rzadko generują natychmiastowe zyski natomiast prowadzą do wzrostu kosztów usług obcych. Fakt, że przedsiębiorcy dostrzegają bezpośredni związek między pracą designerów a korzyściami biznesowymi można traktować jako bardzo pozytywną ocenę.

Patrząc na stronę kosztową, można stwierdzić, iż 46% respondentów zgadza się ze stwierdzeniem, iż współpraca z projektantami przekłada się na strukturę kosztów w ich firmie. Znajduje to potwierdzenie w rzeczywistości, gdyż proces projektowy zawsze generuje nakłady (np. zatrudnienie profesjonalistów, zakup materiałów i oprogramowania, prototypowanie, testowanie itp.). Obiegowy pogląd o kosztowności zatrudniania projektantów może zniechęcać firmy do kooperacji. Należy jednak zwrócić uwagę, że blisko 1/3 badanych nie ma zdania w tej sprawie, co może świadczyć, iż respondenci nie mają wglądu lub nie znają struktury kosztów swojej firmy, ale widzą pozytywne efekty współpracy z branżą designu.

Czynniki ograniczające współpracę przedsiębiorców z projektantami i firmami projektowymi w województwie śląskim

Wyniki badania dotyczącego ograniczeń w zaangażowaniu środowiska projektantów i firm projektowych w rozwój innowacyjności województwa śląskiego ujawniają szereg barier, które mogą hamować ten proces w regionie. Analiza wskazuje, że najczęściej wymieniane są następujące ograniczenia:

- zbyt wysoki koszt usług projektantów/firm projektowych w regionie
- niewystarczająca znajomość oferty usług
- brak uświadomionej potrzeby współpracy firmy z projektantami

Pogląd o kosztowności współpracy z usługodawcami z branży designu może zniechęcać do inwestycji w projektowanie. Z kolei niewystarczająca znajomość oferty usług może wynikać pośrednio z braku ogólnie



dostępnej informacji o dostępności i zakresie takich usług w regionie, a także braku wiedzy co składa się na koszt takiej usługi. Brak uświadomionej potrzeby współpracy z branżą designu pośrednio również wiąże się z brakiem informacji o korzyściach z tej współpracy i wartości, jaką może ona wnieść w działalność przedsiębiorstwa w zakresie poprawy efektywności, innowacyjności czy konkurencyjności.

Ocena wkładu środowiska projektowego w rozwój innowacyjności województwa śląskiego oraz czynniki ograniczające to zaangażowanie

Opinie na temat zaangażowania środowiska projektantów i firm projektowych w rozwój innowacyjności województwa śląskiego są zróżnicowane, a ocena tego zaangażowania jest przeważnie przeciętna. Respondenci są w większości umiarkowanie zadowoleni z obecnego wkładu projektantów w rozwój innowacji.

Pierwsza grupa ograniczeń może być przypisana brakowi środków finansowych i dedykowanych programów wsparcia dla innowacyjnych inicjatyw. Utrudnia to realizację wielu dobrych projektów i uniemożliwia projektantom wykorzystanie swojego potencjału do kreowania innowacyjnych rozwiązań.

Kolejne utrudnienia to brak sieciowania i współpracy między projektantami a firmami, a także niska świadomość korzyści płynących z współpracy (także z sektorem non-profit). Dowodzi to potrzeby stworzenia platform wymiany informacji dla lepszego zrozumienia wzajemnych potrzeb biznesu i designu, co będzie sprzyjać rozwojowi i pobudzeniu innowacyjności w regionie. Jeśli nie podejmie się działań mających na celu zmianę postrzegania usług projektowych, może wystąpić ryzyko utraty zaufania do branży projektowej i ograniczenie korzystania z jej usług. Marginalizowanie designu może skutkować w późniejszym i mniej oczywistym efektem w postaci stopniowego ograniczenia rozwoju i innowacyjności w regionie.

W badaniu wybrzmiewają także opinie o braku rozwoju zawodowego projektantów, wynikającym z niewystarczającej liczby szkoleń, warsztatów czy wizyt studyjnych, co hamuje wzrost kompetencji i zdolność do wdrażania nowych technologii i metod w projektowaniu.

Rekomendacje przedsiębiorców dla projektantów w zakresie sposobu włączenia w rozwój innowacji w województwie śląskim

Zdaniem badanych przedsiębiorstw istnieją różnorodne sposoby na zwiększenie zaangażowania projektantów i firm projektowych w rozwój innowacyjności województwa śląskiego. Przedsiębiorcy oczekują, iż środowisko projektantów bardziej zaangażuje się w budowanie sieci współpracy na rzecz poprawy innowacyjności w regionie, a także będzie bardziej widoczne podczas wydarzeń branżowych, takich jak warsztaty, konferencje czy dyskusje, które umożliwiają wymianę doświadczeń i promocję innowacyjnych pomysłów.

Niezbędny jest również wzrost obecności branży designu w Internecie i wykorzystanie mediów społecznościowych, a także Google do skuteczniejszego prezentowania oferty projektantów, a także organizowanie kampanii edukacyjnych dotyczących wykorzystania designu w biznesie. Istotne znaczenie ma także poprawa świadomości wśród przedsiębiorców na temat korzyści płynących ze współpracy



z projektantami oraz zachęcanie ich do inicjowania przedsięwzięć innowacyjnych, zwiększających rozpoznawalność designu w regionie.

Rekomenduje się także, aby projektanci ściślej współpracowali z sektorem non-profit i tworzyli sieci wsparcia, integrując różne grupy społeczne i branżowe, co przyczyniłoby się do bardziej zrównoważonego rozwoju regionu. Niezbędne jest również nawiązywanie ściślejszej współpracy z uczelniami, tworzenie programów edukacyjnych oraz rozwijanie praktyk zawodowych dla młodych designerów.

Pożytecznym rozwiązaniem wydaje się także propozycja wspólnego tworzenia kompleksowych ofert usługi projektowania dla śląskich przedsiębiorstw, co mogłoby skutkować lepszym dopasowaniem do potrzeb rynku. Z kolei w zakresie wykorzystania dotacji unijnych i nowych technologii projektanci mogą wspierać firmy w zdobywaniu funduszy na realizację innowacyjnych projektów.

Reasumując, oczekuje się, że projektanci bardziej zaangażują się we współpracę zarówno z tradycyjnymi sektorami przemysłowymi, ale także nowymi sektorami. Ich zadaniem jest wsłuchanie się w potrzeby rynku i proponowanie atrakcyjnych cenowo rozwiązań, ale także mniej hermetyczne podejście do świadczonych usług i lepsze zrozumienie perspektywy biznesowej w procesie projektowym.

Oczekiwania przedsiębiorców wobec wsparcia instytucji otoczenia biznesu w zakresie usług projektowych

Wyniki badania wskazują, że przedsiębiorcy oczekują przede wszystkim wsparcia w zakresie pozyskiwania informacji o projektantach i firmach projektowych, zakresie ich oferty i cenach usług, jak też oczekują doradztwa w kwestiach prawnych i finansowych związanych z wprowadzaniem innowacji na rynek.

Badania dowiodły, że przedsiębiorstwa z województwa śląskiego oczekują wsparcia instytucji otoczenia biznesu w zakresie korzystania z usług projektowania przede wszystkim w zakresie lepszego dostępu do baz danych i kontaktów z projektantami oraz firmami projektowymi, co wskazuje na potrzebę budowania relacji sieciowych z profesjonalistami w tej dziedzinie.

Łatwiejszy dostęp do informacji o zakresie oferty projektantów i firm projektowych pozwoliłby przedsiębiorcom lepiej zrozumieć różnorodność usług designerskich dostępnych na rynku. Równie ważnym obszarem wsparcia jest dostęp do informacji na temat zasad współpracy z projektantami i firmami projektowymi, co mogłoby pomóc w zrozumieniu mechanizmów współpracy z branżą designu. Doradztwo w zakresie ochrony własności intelektualnej oraz doradztwo dotyczące wprowadzania nowych produktów na rynek wskazuje na zainteresowanie przedsiębiorców zabezpieczeniem praw do kreowanych innowacji oraz potrzebą uzyskania wsparcia w procesie komercjalizacji nowych produktów.

Dla biznesu istotny jest także dostęp do informacji o poziomie cen usług świadczonych przez projektantów i firmy projektowe, co sugeruje, że przedsiębiorcy chcą mieć lepszą orientację w zakresie poziomu cen tego typu usług. Przedsiębiorcy oczekują też doradztwa w zakresie finansowania badań, rozwoju oraz innowacji, gdyż dostrzegają konieczność pozyskiwania funduszy zewnętrznych na wprowadzanie innowacyjnych rozwiązań wymagających korzystania z usług projektowania.



Branże i sektory gospodarki województwa śląskiego wymagające większego zaangażowania projektantów i firm projektowych

Badani przedsiębiorcy dostrzegają zapotrzebowanie na zaangażowanie projektantów i firm projektowych w bardzo wielu branżach i sektorach gospodarki województwa śląskiego, m.in. energetyka, branża automotive, przemysł zbrojeniowy i militaria, medycyna, farmaceutyka, IT i lotnictwo. Sektor produkcji i przemysłu, to także jeden z głównych obszarów, w którym projektanci mogą aktywnie angażować się w procesy automatyzacji, robotyzacji i optymalizacji procesów produkcyjnych czy też w innowacje.

Ważnym oczekiwanym obszarem możliwego zaangażowania projektantów i firm projektowych jest także projektowanie rozwiązań związanych z szeroko pojętą ekologią tj. z upcyclingiem i recyklingiem, odnawialnymi źródłami energii, czyli szeroko pojętą ochroną środowiska.

Projektanci mogą także odgrywać rolę w designie przestrzeni publicznych oraz w tworzeniu infrastruktury użytkowej i komunalnej, takiej jak elektrociepłownie, dworce, parkingi czy infrastruktura logistyczna.

W kontekście rozwoju społeczno-ekonomicznego badane przedsiębiorstwa wskazują na potrzebę większego zaangażowania branży designu w turystykę, gastronomię, zdrowie i edukację, a nawet w ograniczenie biurokracji poprzez usprawnienie i uproszczenie formularzy i ścieżek użytkowników.

Podsumowując, wyniki badania wskazują, że designerzy mogą wnieść wartość dodaną w wielu branżach i sektorach województwa śląskiego, od produkcji po sektory energetyczne czy też branże związane ze zdrowiem, edukacją, aż po innowacje czy też rozwiązania z zakresu zrównoważonego rozwoju oraz infrastruktury przestrzeni publicznych. Część poruszanych tematów jest ściśle związana z profilem gospodarczym województwa śląskiego, takimi jak automatyzacja i robotyzacja produkcji, a zwłaszcza w sektorach przemysłowych, w tym w hutnictwie, energetyce i motoryzacji.

IV. Podsumowanie badania jakościowego przeprowadzonego metodą zogniskowanego wywiadu grupowego (FGI) w dniu 4 lutego 2025 roku

Wywiad dotyczył współpracy podmiotów gospodarczych z usługodawcami z branży designu tj. projektantami i firmami projektowymi. Grupą docelową byli przedsiębiorcy z województwa śląskiego reprezentujący sektor produkcji i usług, deklarujący w swojej działalności gospodarczej współpracę z usługodawcami z branży designu tj. z projektantami indywidualnymi, firmami projektowymi. W badaniu wzięło udział 11 przedsiębiorców, a także przedstawiciele konsorcjum odpowiedzialnego za działalność Regionalnego Obserwatorium Designu w ramach projektu „Utworzenie Regionalnego Obserwatorium Innowacji”, współfinansowanego ze środków Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego Programu Fundusze Europejskie dla Śląskiego 2021-2027. Tematyka wywiadu dotyczyła oceny wcześniejszych badań prowadzonych metodą CATI na próbie 50 przedsiębiorstw z województwa śląskiego korzystających z usług projektowania. Ponadto poruszono następujące zagadnienia:

- korzyści ze współpracy przedsiębiorców z projektantami,
- czynniki ograniczające współpracę przedsiębiorców z projektantami,



- rola projektanta w realizacji projektów innowacyjnych i badawczo-rozwojowych w przedsiębiorstwach.

W kontekście oceny korzyści przedsiębiorców ze współpracy z projektantami poruszono kilka zagadnień. Uczestnicy wywiadu podkreślali, że rozumienie roli projektanta zależy od specyfiki działalności i doświadczeń, jakie posiadają konkretne firmy korzystające z usług branży designu.

Dla przedsiębiorców zaangażowanie projektanta przynosi głównie korzyść biznesową np. wpływa na wzrost konkurencyjności. Cytat z wywiadu: *Inną wartością jest projektowanie w przemyśle automotive czy w produkcji, gdzie mówimy o roli projektanta, który buduje przewagę konkurencyjną. (...) bo wyprzedza zamówienie klienta, (...) nawet jeżeli przedsiębiorca dużo inwestuje, to wie, że buduje tę przewagę konkurencyjną i w związku z tym ma ten zwrot. (...) Jeżeli chodzi o budowanie przewag konkurencyjnych, (...) tak naprawdę pierwszy jest produkt odpowiadający na te potrzeby, który jest innowacyjny, który buduje tę przewagę na rynku.*

Przedsiębiorcy dostrzegają w projektantach i firmach projektowych partnerów, którzy pomagają im kreować zmiany rynkowe i zachęcać klientów do korzystania z nowości. Cytat z wywiadu: *(...) ten monetarny element jest najważniejszy (...) to musi się opłacać. (...) widzę tu bardzo dużą rolę projektantów, którzy mają takie szerokie spojrzenie i spektrum, ale również uwzględniają ten element monetarny, wartości i opłacalności każdego z projektów.*

Ważnym aspektem, na który zwrócono uwagę jest partnerstwo pomiędzy usługodawcą z branży designu, a przedsiębiorcą. Cytat z wywiadu: *(...) nie każdy przedsiębiorca musi wiedzieć, z jakich niuansów składa się projektowanie. Natomiast przedsiębiorcy po prostu mają potrzebę, na którą muszą odpowiedzieć w postaci relacji z projektantem i być może poprawić swój biznes. Oni patrzą z innej perspektywy, patrzą przez pryzmat potrzeb.*

Podstawą dobrej współpracy firmy z usługodawcą z branży designu jest kompetentna i świadoma kadra zarządzająca, która posiada wiedzę w jaki sposób należy współpracować z projektantami. Cytat z wywiadu: *(...) wówczas taka kadra odezwie się, zaprosi, zrobi jakiś konkurs, przetarg, żeby nawiązać współpracę. Ale jak jest brak świadomości w firmie to każda kwota wydana na projektowanie i usprawnianie procesów jest zmarnowaniem środków. (...) W takiej sytuacji każda relacja z designerem jest zła, bo wówczas przedsiębiorca nie wie, co to jest dobre projektowanie (...) i do czego może mu się to przydać.*

Z uwagi na specyfikę usług designerskich ważnym zadaniem projektantów jest edukowanie przedsiębiorców w zakresie znaczenia usług projektowania dla ich biznesu. Cytat z wywiadu: *(...) To są często dość bardzo duże oszczędności, jeżeli chodzi o proces, czas, pieniądze. Co ma przełożenie na korzyści dla przedsiębiorcy jakie niesie ze sobą współpraca z projektantami.*

Jest to istotne, gdyż często przedsiębiorcom trudno jest dostrzec związek pomiędzy powodzeniem ich biznesu, a np. etykietą czy opakowaniem produktu. Cytat z wywiadu: *(...) korzyścią jest to, że w ogóle pracujemy z projektantami i to z dobrymi projektantami. I mamy szansę się przekonać, że ta współpraca przynosi rzeczywiście jakieś efekty, nawet jeżeli do końca nie jest może w stu procentach idealna.*

Jako istotną korzyść ze współpracy na płaszczyźnie projektant – przedsiębiorca wskazano również wysokie kompetencje projektantów mające przełożenie na tworzenie produktów lub usług będących odpowiedzią na potrzeby rynku w kontekście kreowania i tworzenia pewnego rozwiązania np. produktu czy usługi. W przypadku złożonych i wieloetapowych procesów projektant staje się członkiem interdyscyplinarnego

zespołu zaangażowanego w projekt. Cytat z wywiadu: (...) *to jest zespół projektantów i to rzeczywiście w perspektywie i rozwoju struktur też często produkcyjnych, (...) widzę, że to są kompetencje specjalistów, inżynierów, technologów, konstruktorów. I te kompetencje musi tworzyć po prostu cały zespół. Czy to jest projektowanie, czy to jest innowacyjność, czy kreatywność, czy mozolna, powtarzalna praca fachowca. To są już tak naprawdę odpowiedzi rynku i tego projektu, tego całego procesu kreowania i tworzenia pewnego rozwiązania. (...) projektant to jest twórca i to jest twórca procesu. A czym ten proces jest? To jest tak naprawdę już kwestia zdefiniowania tego danego etapu realizacji czy w zakresie zasobów ludzkich, czy już w zakresie konkretnej usługi bądź produktu.*

Ważnym zagadnieniem omawianym podczas wywiadu były czynniki ograniczające współpracę przedsiębiorców z projektantami. Wskazano m.in. zbyt wysoki koszt usług projektantów i firm projektowych w regionie. Cytat z wywiadu: (...) *problem polega na tym, że to jest duży koszt wdrożenia takiego projektowania. Tylko, że ludzie nie wiedzą, po co jest ten design i że tak naprawdę na tym oszczędzają. Gdyby ktoś im wytłumaczył logikę tego działania i pokazał, jak w dłuższej perspektywie projektowanie wpłynie na efektywność pracy, obniżenie kosztów, skrócenie czasu realizacji to taki przedsiębiorca potraktowałby to jak inwestycję i zapłaciłby każde pieniądze, żeby tylko zrobić tego typu projekt, bo przedsiębiorca jest nastawiony na zysk, a nie na to, żeby wydawać pieniądze nie wiadomo po co. (...) Gdyby jednak zobaczył, jaki jest rachunek ekonomiczny na koniec roku (...) to nie mówiłby, że to jest dużo. To jest tylko kwestia tego, ile można zaoszczędzić, inwestując w takie rozwiązanie. (...) takie działania związane z analizą i wskazywaniem tych kierunków, gdzie projektant może się pojawić w firmie, aby coś zoptymalizować i pomóc w efektywnym działaniu takiej firmy. Bo to nie dotyczy tylko samego projektowania graficznego w postaci branding. (...) ale to jest np. kwestia ścieżek przejścia pracowników na magazynie, tworzenie całych systemów, procesów na halach. To są bardzo złożone rzeczy i one dużo lepiej wpływają na efektywność działania takiej firmy niż samo zrobienie logotypu. Więc przedsiębiorcy tego nie wiedzą. (...) gdyby przedsiębiorca wiedział, że projektant może się tym zająć, mógłby zaoszczędzić na tym sporą kwotę rocznie.*

W aspekcie powyższego zagadnienia uczestnicy badania podkreślali problem niewystarczającej znajomości oferty usług projektantów. Cytat z wywiadu: (...) *jeżeli przedsiębiorca decyduje się na współpracę z firmą zewnętrzną, doradczącą w danym problemie, to jest świadomy, że potrzebuje tych zmian (...) po to, żeby stworzyć coś, co będzie wartością dodaną. (...) my traktujemy projektantów bardzo poważnie i to musi iść w dwie strony. Tak samo oni nas muszą poważnie traktować, będąc odpowiednio przygotowanym dla tego projektu. To jest bardzo ważna sprawa, (...) żebyśmy właśnie ze sobą jak najbardziej współpracowali, bo to jest potrzebne i jednej, i drugiej stronie.*

Wśród czynników ograniczających współpracę na linii biznes-design wskazano również brak uświadomionej potrzeby współpracy firm z projektantami i słabe rozumienie potencjału projektantów do współpracy z przedsiębiorstwami. Cytat z wywiadu: (...) *jeśli mówimy o procesie współpracy przedsiębiorca - projektant, często okazuje się, że nagle potrzeba badacza, potrzeba technologa, kogoś, kto rozumie marketing (...) Niekoniecznie projektant musi umieć zarządzać tym procesem, relacjami, wyciąganiem z jednej i z drugiej strony efektów pracy. (...) Może to chodzi po prostu o stworzenie programu, który pozwoli rozmawiać nam wszystkim, przedsiębiorcom, projektantom i innym specjalistom, żebyśmy się mogli spotykać, rozmawiać i siebie nawzajem uświadamiać o swoich potrzebach.*

Jeden z uczestników wywiadu podzielił się swoim doświadczeniem związanym ze współpracą z projektantami, które wskazuje na bardzo silną potrzebę współpracy w całym procesie projektowania.

Cytat z wywiadu: (...) *gdzieś pomija się etap tego, że projektant jest osobą, która bardzo często musi wiedzieć, jak coś zrobić i dlaczego ma coś zrobić. I to wszystko trzeba sprawdzić. (...) to są te doświadczenia, że projektanci nie tylko dowożą produkt, ale dowożą coś co musi być dobre, ten produkt musi być dobry. Te doświadczenia muszą być zaopiekowane u klientów i użytkowników produktu.*

Podczas wywiadu poruszono również zagadnienie dotyczące roli projektanta w realizacji projektów innowacyjnych i badawczo-rozwojowych. Dzięki współpracy z projektantem lub firmą projektową opracowywane są nowe produkty, nowe usługi, z jakimi klienci nie mieli wcześniej do czynienia, a więc produkty i usługi innowacyjne, które obarczone są znacznie wyższym ryzykiem właściwego zaprojektowania niż w przypadku rozwiązań standardowych. Obie strony współpracy muszą być na to przygotowane. Cytat z wywiadu: (...) *generalnie rolę projektantów czy zespołów projektowych widzi się w takim procesie zmiany w przedsiębiorstwach (...) To jest moment, kiedy zazwyczaj zwiększa się otwartość na innowacje, na nowe produkty, rozwój, portfolio firmy. To jest dobry pomysł, kiedy projektant może wesprzeć zespół projektowy, ponieważ często jest tak, że te osoby mają chęć, ale nie do końca znają kierunek i mają pomysł, w którą stronę powinna się rozwijać firma i produkty. Z drugiej strony, mamy zmianę, która teraz następuje w kontekście transformacji i Śląska, i generalnie gospodarki w Polsce, czyli trochę przebranżowienie się z kontrahentów i podwykonawców na projekty, (...) które możemy sami wdrażać i produkty, które możemy sami oferować i sprzedawać. Szczególnie, że teraz dostępność platform e-commerce, różnego rodzaju dystrybutorów jest ogromna. W związku z tym przedsiębiorcy coraz bardziej zaczynają rozumieć, że marża w produktach, które tworzą na zlecenie dla kogoś już się tak skurczyła, że powoli ciężko będzie konkurować (...) z firmami przenoszonymi do Rumunii, Bułgarii i całej reszty tych krajów, które są w miejscu, gdzie my byliśmy jako gospodarka 20 lat temu. (...) przedsiębiorcy coraz bardziej to rozumieją, że to jest ten czas, kiedy oni mogą mieć swój produkt i kiedy są na to gotowi.*

Wnioski z wywiadu dowodzą, że wyniki prac badawczo-rozwojowych mogą stać się produktem rynkowym, co często nie jest takie oczywiste, zwłaszcza dla biznesu. Cytat z wywiadu: (...) *Projektanci mogą być kolejnym poziomem skomplikowania takich działań (badawczo-rozwojowych), bo często już same te działania są dosyć wymagające dla firm. A jeżeli do tego jeszcze dojdzie kolejny element, nad którym trzeba panować z punktu widzenia takiego przedsiębiorcy, czyli wdrożenie, zaprojektowanie, oprócz tego, że mamy zespół badawczy, wewnętrzny, zewnętrzny, to jeszcze mamy zespół projektowy, który też trzeba skoordynować, zgrać. (...) to jest świetne uzupełnienie badań i wzmocnienie urynkowienia tych wyników, a jednocześnie to powoduje kolejne komplikacje. To też pewnie będzie zależało od poziomu firmy, od poziomu dojrzałości danego przedsiębiorcy, na ile będzie te wyniki prac badawczo-rozwojowych wdrażał wspólnie z projektantem.*

Proces zarządzania i rozliczania projektu badawczo-rozwojowego, realizowanego z udziałem środków zewnętrznych, wymaga zaangażowania zespołu projektowego, a jego wysoki poziom skomplikowania wpływa negatywnie na decyzję przedsiębiorców o realizacji tego typu projektów. To też zniechęca do generowania dalszych wyzwań, związanych choćby z angażowaniem projektantów. Cytat z wywiadu: (...) *przy tym stopniu komplikacji rozliczeń projektów i stopniu komplikacji doboru członków zespołu projektowego przez bazę konkurencyjności, bo często to się do tego sprowadza, to dokładanie kolejnych kryteriów związanych z designem przekraczałoby możliwości przeciętnego przedsiębiorcy, bo już i tak te projekty są wystarczająco skomplikowane. Niestety w praktyce to się często kończy tak, że przedsiębiorca, jeżeli otrzymuje dotację, najbardziej kładzie nacisk na to, żeby ją rozliczyć w taki sposób, żeby do tego nie dopłacić więcej, niż było to zaplanowane. (...) Natomiast na przykład jak będzie przygotowany pod*



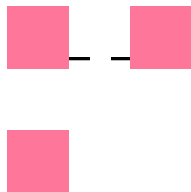
względem projektowym interfejs jakiejś aplikacji, którą tworzy (...) to już są zupełnie dla niego drugorzędne zagadnienia, kiedy korzysta z funduszy europejskich. (...) Jeżeli mówimy w ogóle o wsparciu, np. bony na design czy wsparcie szkoleniowe, to te firmy, które mogłyby z takiego wsparcia korzystać, one muszą spełnić na starcie szereg kryteriów kwalifikowalności, które w tych dotacyjnych konkursach są po prostu wymagane. I tutaj już pewna selekcja tych przedsiębiorców następuje na etapie składania wniosków, czy oni są kwalifikowani, czy nie, a później dopiero z tej grupy, na zasadzie zbierania punktacji, w procesie oceny są wyłanian ci, którzy mogą skorzystać, a cała reszta, która (...) skorzystała z tego efektu zachęty i chciała złożyć aplikację, ale nie została wybrana przeważnie zostaje z niczym i tych przedsiębiorców dodatkowo to później zniechęca do podtrzymywania wysokich standardów oczekiwań, wysokiej poprzeczki wobec swoich produktów. (...) na ten cel nie uzyskają wsparcia zewnętrznego. To jest tak jak z innowacjami. Jeżeli mogą dostać dotacje, to chętnie się angażują w innowacje, bo to ryzyko dla mnie jest mniejsze. Ale jeżeli trzeba wydać 100% środków z własnych funduszy, to już zainteresowanie innowacją jest dużo mniejsze. I niestety chyba tak to podobnie też wygląda ze strony przedsiębiorców, jeżeli chodzi o design. Cytat z wywiadu: (...) Więc edukacja, edukacja, edukacja, (...) pomoc przedsiębiorcom, żeby nauczyć ich tego, co widać na świecie, czyli nauczyć ich albo popchnąć ich do tego, żeby podejmowali ryzyko. A to, czy oni sobie znajdują na to narzędzia finansowe w postaci kredytów i tak dalej, to nie powinno być przedmiotem dyskusji ani wsparcia ze strony różnych instytucji.

Uczestnicy badania wskazali, że bez względu na to, czy mowa o dofinansowaniu na wzornictwo, czy też generalnie na prace badawczo-rozwojowe, to wszystko zależy od tego czy będą na rynku przedsiębiorcy, którzy wykorzystają te środki, bo ich potrzebują i mają określony cel, który chcą osiągnąć. Cytat z wywiadu: (...) tam gdzie faktycznie jest taka potrzeba, jakaś chęć rozwoju, to te środki się znajdują. Jeśli przedsiębiorca widzi, co chce osiągnąć i do czego zmierza. (...) Natomiast bardzo często jest też tak, że to dofinansowanie jest takim czynnikiem, które wpływa na to, że przedsiębiorca podejmie jakiekolwiek działania (...) należy pozwolić mu dojrzeć pewne rozwiązania czy możliwości, których on nie widział, tkwiąc w swoim biznesie przez dłuższy czas. (...) Mamy też takie przypadki, gdzie udało się osiągnąć sukces właśnie dzięki temu. Cytat z wywiadu: (...) przedsiębiorcy powinni być odważni. Powinni pokazać, jakie mają możliwości. (...) Tylko żeby to osiągnąć, trzeba mieć kompetentnego partnera (...) dobrze byłoby, jakbyśmy uczyli przedsiębiorców tego, co mogą zyskać, jeżeli zaczną podejmować ryzyko. I chyba to powinno być takim celem na przyszłość.

Z wywiadu wynika, że współpraca przedsiębiorców z projektantami przynosi korzyści biznesowe, takie jak wzrost konkurencyjności i kreowanie zmian rynkowych. Ważne jest partnerstwo i kompetentna kadra zarządzająca, która rozumie znaczenie designu. Projektanci powinni edukować przedsiębiorców o korzyściach z ich usług.

Ograniczeniem współpracy są wysokie koszty usług projektantów, niewystarczająca znajomość oferty projektantów oraz brak uświadomionej potrzeby współpracy. Konieczne jest także uświadamianie przedsiębiorców o potencjale projektantów, tworzenie programów umożliwiających rozmowy i wzajemne uświadamianie potrzeb.

Współpraca z projektantem jest ważna w realizacji projektów innowacyjnych i badawczo-rozwojowych, szczególnie tych dofinansowanych ze środków unijnych, ale proces zarządzania i rozliczania tych projektów jest skomplikowany i wpływa negatywnie na decyzję przedsiębiorców o ich realizacji. Edukacja i pomoc doradcza dla przedsiębiorców podejmujących ryzyko związane z projektowaniem innowacyjnych produktów i usług są kluczowe dla przedsiębiorców, aby wykorzystali środki na rozwój i wzornictwo.



Dane adresowe:
Akademia WSB
ul. Cieplaka 1c
41-300 Dąbrowa Górnicza
www.wsb.edu.pl

