

Kontakt dla mediów:

Luiza Nowicka, PARP

e-mail: media@parp.gov.pl

tel.: 880 524 959

Informacja prasowa
Warszawa, 29.05.2023 r.

Jak wyprzedzić konkurencję – wykorzystaj potencjał wzorniczy w swojej firmie

Każda nowoczesna firma, która chciałaby wybić się ze swoim produktem i wyprzedzić branżową konkurencję, najpierw powinna przeanalizować swoje słabe i mocne strony – także w zakresie rozpoznawalności przez klientów. Najskuteczniejszym sposobem, by określić, jakie są potrzeby przedsiębiorstwa w obrębie wzornictwa, jest przeprowadzenie audytu wzorniczego. Nasuwa się pytanie, czym jest audyt wzorniczy, kto i w jakim celu go wykonuje?

Audyt wzorniczy, w przeciwieństwie do tradycyjnej formy powszechnie znanego audytu, nie pełni funkcji kontrolnej, lecz pozwala na ocenę firmy, jej potencjału i wyznaczenie kierunku działania w zakresie rozwoju wzornictwa przemysłowego. Uzmysławia, jak istotne znaczenie ma wzornictwo oraz posiadanie wyróżniającego się wzorniczo produktu.., Procesy wzornicze warto zatem potraktować jako szeroko zakrojoną inwestycję, na którą dodatkowo można zdobyć dotacje unijne.

Wzornictwo w MŚP

Obecnie istnieje możliwość pozyskania dofinansowania na przeprowadzenie **audytu wzorniczego** w ramach działania 1.4 Wzornictwo w MŚP. O wsparcie mogą się ubiegać mikro, małe i średnie przedsiębiorstwa prowadzące działalność gospodarczą na terenie Polski Wschodniej, tj. województw: lubelskiego, podkarpackiego, podlaskiego, świętokrzyskiego, warmińsko-mazurskiego oraz część województwa mazowieckiego (z wyłączeniem regionu warszawskiego stołecznego oraz powiatów: grodzkiego, legionowskiego, mińskiego, nowodworskiego, otwockiego, piaseczyńskiego, pruszkowskiego, warszawsko-zachodniego i wołomińskiego). Wnioski w ramach działania można składać od 9 maja do 29 sierpnia 2023 r. do godz. 16:00. Budżet na ten nabór to 100 mln zł, a maksymalne dofinansowanie projektu może wynieść nawet 3 mln zł. Minimalna wartość kosztów kwalifikowalnych to 200 tys. zł. Wkład własny uzależniony jest od wyboru sposobu finansowania projektu oraz zaplanowanych działań, może wynieść od 15 do 50% dla usług doradczych oraz zgodnie z mapą pomocy regionalnej dla części inwestycyjnej.

Wsparcie obejmie proces doradczy, polegający na przeprowadzeniu audytu oraz opracowaniu strategii wzorniczej. Te działania powinny zostać przeprowadzone jeszcze przed złożeniem wniosku o dofinansowanie. Przedsiębiorcy mogą również wykorzystać

przeprowadzony audyt wzorniczy oraz opracowaną strategię wzorniczą w ramach działania 1.4 Wzór na konkurencję etap I Programu Operacyjnego Polska Wschodnia (POPW), pod warunkiem aktualności informacji i rekomendacji zawartych w strategii wzorniczej oraz braku realizacji projektu dotyczącego wdrożenia strategii wzorniczej.

Dofinansowane będą również działania związane z wdrożeniem w przedsiębiorstwie strategii wzorniczej z wykorzystaniem procesów projektowania – efektem ma być pojawienie się nowej innowacji na rynku.

Lista działań objętych dofinansowaniem wygląda następująco:

- koszty usług doradczych związanych z przeprowadzeniem audytu wzorniczego i opracowaniem strategii wzorniczej,
- koszty usług doradczych niezbędnych do wdrożenia strategii wzorniczej,
- nabycie środków trwałych innych niż nieruchomości zabudowane i niezabudowane,
- nabycie oprogramowania i innych wartości niematerialnych i prawnych w formie patentów, licencji, know-how oraz innych praw własności intelektualnej,
- koszty robót i materiałów budowlanych, o ile są bezpośrednio związane z instalacją maszyn i urządzeń. Ich wartość nie może jednak przekroczyć 10% wartości kosztów środków trwałych nabywanych w projekcie,
- koszty usług szkoleniowych,
- koszty ustanowienia i utrzymania zabezpieczenia zaliczki.

Wsparcie nie może obejmować np. stworzenia strony internetowej firmy lub jej odświeżenia czy też oprogramowania będącego samodzielnym produktem.

Więcej na temat konkursu Wzornictwo w MŚP można przeczytać [tutaj](#).

Projektanci, audyt i strategia wzornicza

Działania z wykorzystaniem procesów projektowania wzorniczego i opracowanie strategii wzorniczej muszą być prowadzone przez zespół, w którego skład wchodzi co najmniej jeden projektant. Pod pojęciem projektanta należy rozumieć osobę, która może pochwalić się wykształceniem wyższym w zakresie projektowania (wzornictwo przemysłowe, architektura, architektura wnętrz oraz inne kierunki projektowe w obszarze wzornictwa) lub ma doświadczenie w projektowaniu, a zatem: ma w swoim portfolio minimum trzy projekty dóbr wytwarzanych przemysłowo, jeżeli projekt dotyczy zaprojektowania oraz wdrożenia wyrobu, lub minimum trzy projekty usług, jeżeli projekt dotyczy zaprojektowania oraz wdrożenia usługi. Powyższe wymaganie powinno stanowić warunek udziału w postępowaniu na wybór wykonawcy usługi.

Często pojawia się pytanie, jaki jest koszt zatrudnienia profesjonalnego projektanta? Czy małe i średnie firmy mogą sobie na to pozwolić? Na te pytania odpowiada Katarzyna

Borkowska, projektantka i współzałożycielka warszawskiego studia projektowego KABO & PYDO: „Każda firma może sobie na to pozwolić, ponieważ wynagrodzenie projektanta można ustalić jednorazowo – w ryczałcie – lub w tantiemach jako procent od sprzedaży zaprojektowanego produktu. W tym ostatnim przypadku koszt początkowy jest atrakcyjny i niski, koszty całkowite są rozłożone w czasie, a część ryzyka przejmuje projektant”.

Na przeprowadzenie audytu oraz przygotowanie strategii wzorniczej przedsiębiorcy mogą pozyskać maksymalnie 70 tys. zł dofinansowania w naborze „Wzornictwo w MŚP”.

Istotą dobrze przeprowadzonych audytów wzorniczych jest odpowiedni dobór zespołu audytorów. Odpowiedni, czyli zróżnicowany. Oznacza to, że powinni oni reprezentować kompetencje z szerokiego zakresu dziedzin: technologii, inżynierii, projektowania, przez marketing i zarządzanie, na psychologii kończąc. „Firmy, które jeszcze nie współpracowały z projektantami, zatrudniają menedżerów lub product menedżerów. To są osoby bardzo ważne w procesie projektowym. Istotną rolę odgrywają również konstruktorzy, materiałoznawcy, technolodzy. Jeśli firma nie ma w swoim zespole takiego specjalisty, warto go zatrudnić” – mówi Katarzyna Borkowska.

Tylko dzięki takiemu połączeniu przedstawicieli różnych specjalizacji z dwóch przeciwległych biegunów – nauk ścisłych i humanistycznych – realizowane przez nich działania przyniosą zamierzone efekty. Warto zaznaczyć, że pozwoli to także na kompleksową ocenę innych aspektów działalności firmy.

Na podstawie wyników audytu jego wykonawca powinien opracować strategię wzorniczą zawierającą rekomendacje odnośnie do dalszych działań związanych ze stosowaniem wzornictwa w firmie. Weryfikacji podlega to, czy projekt dotyczy wdrożenia strategii wzorniczej, a więc przeprowadzenia działań z wykorzystaniem procesów projektowania wzorniczego (w tym opracowania projektu wzorniczego), których końcowym rezultatem będzie wdrożenie na rynek innowacji. Sprawdza się również, czy zaplanowane do realizacji działania wynikają bezpośrednio z rekomendacji, jakie przekazano w opracowanej strategii wzorniczej, oraz czy pozwolą one na zrealizowanie zamierzonych celów.

Ponadto analizowane jest, czy wnioskodawca wykazał pozytywny wpływ na działalność i rozwój przedsiębiorstwa. Oceniane są także korzyści, jakie zostaną osiągnięte dzięki wdrożeniu działań opisanych w projekcie, tj. związek z planami rozwojowymi przedsiębiorstwa, możliwość poszerzenia rynków zbytu i oferty, wzrost przychodów przedsiębiorstwa, zwiększenie konkurencyjności oferty produktowej wnioskodawcy. Sprawdza się również, czy informacje zawarte we wniosku o dofinansowanie stanowią zwartą i logiczną całość obrazującą przyczyny, przebieg i efekty planowanego do realizacji przedsięwzięcia objętego projektem.

Jakie elementy musi zawierać strategia wzornicza?

Minimalny zakres strategii wzorniczej musi zawierać charakterystykę dotychczasowej działalności firmy. Mowa o analizie wizerunku marki, obejmującej m.in. to, czy występuje spójność komunikatów, które docierają do odbiorców w formie logotypów i graficznych publikacji. Niezbędne jest również krytyczne podejście do tego, które ze stosowanych strategii marketingowych, rozwiązań technologicznych czy też organizacyjnych okazały się skuteczne, a które wymagają ulepszenia. Oceniana jest ponadto pozycja konkurencyjna oparta na podstawowych założeniach z zakresu kompozycji marketingowej (tzw. marketing mix). Składają się na nią takie elementy jak asortyment, jakość, marka, opakowanie i usługi. Kolejnym krokiem jest dokładna analiza rynku oraz popytu i określenie grupy docelowej, a więc rzetelne ustalenie tego, czy na dany produkt/usługę faktycznie istnieje zapotrzebowanie, a jeśli tak, to kto ma z niego skorzystać, do kogo go kierujemy. Istotne jest przy tym określenie barier formalnych możliwości rozwoju firmy. Audyt wzorniczy musi obejmować nie tylko samego wnioskodawcę, lecz także jego konkurentów, co ma prowadzić do swego rodzaju analizy porównawczej. Pozwoli to przyjrzeć się bliżej działaniom wnioskodawcy w zakresie obranej strategii, by określić mocne i słabe strony przedsiębiorstwa na tle konkurencji. Celem jest przemiana dotychczasowych słabości firmy w jej atuty.

Następnym elementem opracowywania strategii wzorniczej jest opis współczesnych trendów rynkowych, a więc określenie najistotniejszych dla firmy kierunków technologicznych, społecznych i branżowych o dużym potencjale wpływu na otoczenie biznesowe wnioskodawcy. Między innymi na tej podstawie należy ustalić plany rozwoju firmy w zakresie wzornictwa i wskazać konieczne działania, które będą służyć budowie marki, oferty rynkowej i strategii konkurowania oraz dostosowania wewnętrznych procesów zarządczych.

O wdrożeniu strategii wzorniczej w przedsiębiorstwie będzie można przeczytać w drugiej części niniejszego artykułu.



Fundusze Europejskie
dla Polski Wschodniej



Rzeczpospolita
Polska

Dofinansowane przez
Unię Europejską



 **PARP**
Grupa PFR