



VI Międzynarodowa Konferencja Ergonomiczna

ERGONOMIA - INWESTYCJA W SUKCES

18 listopada 2010, Warszawa, Instytut Wzornictwa Przemysłowego

Jak ergonomia przekłada się na jakość naszego życia? Czym jest design ergonomiczny? Jakie są nowe trendy w myśleniu o nowoczesnym stanowisku pracy? Jak skutecznie inwestować w ergonomię, aby przynosiła ona korzyści biznesowe w przedsiębiorstwie?

Pierwotnym pytaniem, na które miała odpowiedzieć konferencja brzmiało: ile kosztuje ergonomia. Ale jaka ergonomia? Jak wszystko na świecie także ergonomia może mieć mierzalną jakość. W rezultacie wszystkie referaty w sposób mniej lub bardziej bezpośredni odniosły się do **jakości** – jakości ergonomii produktu, ergonomii usługi, jakości doświadczenia użytkownika (user experience), oraz **wkładu rozwiązań ergonomicznych w podnoszenie jakości życia użytkownika**. Wszystkie referaty oparte były o wiedzę praktyczną i odnosiły się do sprawdzonych modeli i dobrych praktyk.

Jak udowodniły wystąpienia Thomasa Albina, *dyrektora zarządzającego OERC*, Manfreda Hoehn'a, *Linde Material Handling* czy Ernesta Syski, *niezależnego konsultanta*, ergonomię należy **traktować jak każdą inną składową procesy biznesowego**, można w prosty sposób **policzyć wskaźniki jej efektywności ekonomicznej**, zwrot z inwestycji (ROI) czy wartość bieżącą netto (NPV). Ergonomia buduje także niematerialną wartość dodaną marki, produktu, procesu czy usługi – ergonomiczny produkt to produkt przyjazny użytkownikowi, zdrowy, budujący zaufanie i więź z konsumentem, czyli cechy niezwykle ważne z punktu widzenia **podnoszenia wartości marki**.

By w pełni wykorzystać tę szansę, inwestycja w ergonomię powinna być świadoma, wynikająca ze strategii rozwoju firmy, przemyślana, zaplanowana i skalkulowana. Tak jak **każda inna inwestycja biznesowa**.

Niezwykle ważną myśl zawarł w swoim wystąpieniu **Dan Formosa**, *współzałożyciela studia projektowego Smart Design Worldwide* – dzięki **ergonomii systemów komunikacyjnych nawiązuje się nie jednostronna relacja użytkownika z produktem, ale dwustronna**, komunikat pochodzący z produktu, w tym przypadku był to samochód o napędzie hybrydowym Ford Fusion, którego panel informujący w przyjazny sposób użytkownika o tym jak, jako kierowca, wykorzystuje proekologiczne walory samochodu, wzmacnia postawy przyjazne środowisku naturalnemu człowieka.

Ergonomia jako wartość obiektywna, mierzalna, oparta o naukowe podstawy jest bezcenna z punktu widzenia marketingu przyszłości – dla konsumenta coraz większe znaczenie dla podejmowanych decyzji rynkowych mają takie czynniki, jak walory zdrowotne, czy społeczna odpowiedzialność producenta, a coraz rzadziej cena. Z lipcowego sondażu przeprowadzonego przez CEBOS, na który powołała się w swoim referacie Iwona Palczewska, wynika, że w skali wartości społeczeństwo ceni sobie najbardziej zdrowie, a dobrobyt materialny jest na dalszym miejscu. Tymczasem istnieje **mnóstwo przykładów zaprzepaszczonych szans i niewykorzystanych możliwości** posłużenia się ergonomią jako narzędzia marketingu, rozumianego jako mądry komunikat dla konsumenta o wartości produktu.

Żeby ergonomia zaistniała w finalnych produktach, czy procesach, niezbędne jest myślenie jej kategoriami już na etapie projektowania, oraz **wykorzystywanie źródeł wiedzy, korzystanie z konsultacji i doradztwa specjalistów z różnych dziedzin**. W coraz bardziej złożonym świecie, także projektowanie ergonomiczne wymaga budowy **multidyscyplinarnych zespołów projektowych**. A wyzwania są ogromne, świat cywilizowany zmienia się bardzo szybko, nie wystarczy kodyfikować ergonomiczne rozwiązania w istniejących systemach, trzeba kreować nowe rozwiązania. Przykładem jest fotel a właściwie stanowisko pracy z komputerem przenośnym mPOSITION firmy PROFIm. Stanowisko komputerowe bez biurka! To rozwiązanie pokazuje, jak bardzo zmieniają świat nowoczesne technologie ICT.

VI Międzynarodowa Konferencja Ergonomiczna organizowana przez IWP odeszła w przeszłość. Zgromadziła na **sesji plenarnej i trzech sesjach panelowych ponad 70 uczestników**, którzy mieli unikalną szansę wymiany wiedzy, nawiązania kontaktów, współpracy czy przyjaźni – między projektantami wzornictwa, przedsiębiorstwami i naukowcami, a także zapoznania się w kularach z najnowszymi rozwiązaniami technologicznymi i wzorniczymi (fotel mPOSITION PROFIm), metodami badań (wykorzystanie bezprzewodowego systemu analizy ruchu VICON, prezentowanego przez prof. Andrzeja Mastalerza z IWP), dostępem do najnowszych baz danych do projektowania (ERGODESIGN IWP) a także skorzystać z konsultacji z doradcą IWP w zakresie wdrażania nowych rozwiązań wzorniczych ergonomicznych. Takich szans nie ma dużo. Takich konferencji poświęconych ergonomii nie ma wcale, nawet w skali międzynarodowej nasza konferencja jest wyjątkiem. Goście zagraniczni byli bardzo zainteresowani **unikalną formułą** i gratulowali konceptu. Już dziś w IWP wiemy, że nawiązane podczas konferencji kontakty i doświadczenia przyniosą w nadchodzącym roku **nowe koncepcje, rozwiązania i wiedzę w zakresie aplikacji ergonomii w biznesie oraz ofertę edukacyjną dla przedsiębiorstw i projektantów**.

Konferencja zorganizowana została przez Instytut Wzornictwa Przemysłowego przy współpracy z Polską Agencją Rozwoju Przedsiębiorczości. Spotkanie odbyło się przy wsparciu Partnerów: PROFIm (Partner Sesji Plenarnej) oraz Kinnarps Polska (Partner Sesji Panelowej I), PKPP Lewiatan (Patron Projektu) oraz Autodesk (Sponsor). Patronat medialny nad konferencją objęli: Architektura –Murator, Dom i Wnętrze, Attest, Praca i Zdrowie, Inwestycje.pl, portfel.pl, drzewny.pl, Think Tank, Modern Office Manager.

Zapraszamy za rok na kolejną, VII Międzynarodową Konferencję Ergonomiczną zaplanowaną w listopadzie 2011 roku.