USER EXPERIENCE I PRODUCT DESIGN W POLSCE

2018

IGA **MOŚCICHOWSKA**, JOANNA **RUTKOWSKA**, TOMASZ **SKÓRSKI**

WSTĘP

Jest to już piąta edycja naszego cyklicznego badania branży User Experience i Product Design w Polsce, które prowadzimy od 7 lat. Wydaliśmy do tej pory cztery raporty opisujące branżę cyfrowych produktów i usług (w roku 2012, 2013, 2015 i 2017).

Wierzymy, że nasz raport pozwala lepiej poznać specyfikę tego zawodu i profesjonalizować polską branżę. Piąta edycja naszego badania zebrała rekordowo dużą liczbę odpowiedzi. W badaniu ankietowym CAWI wzięło udział aż 503 respondentów, co pozwoliło nam uzyskać rzetelny i wiarygodny obraz naszej branży.

Wszystkim, którzy poświęcili czas na udział w badaniu i nie bali się podać szczerych odpowiedzi, bardzo gorąco dziękujemy.

Zapraszamy do lektury!

Kontakt do autorów: raport@hci.org.pl

Czy można użyć wyników z raportu w swoim artykule, wpisie lub prezentacji?

Tak, oczywiście na prawie cytatu. Prosimy o umieszczenie w swoim utworze źródła danych. Bardzo docenimy też informację zwrotną, gdzie użyto wyników naszych badań.

Jak cytować?

Mościchowska, I., Rutkowska, J., Skórski, T. (2018). User Experience i Product Design w Polsce 2018. Vol. 5, 1-57.

Autorzy:

Iga Mościchowska

Joanna Rutkowska

Tomasz Skórski

METODOLOGIA BADANIA

Celem badania było scharakteryzowanie branży specjalistów user experience i product designerów w Polsce.

Opracowaliśmy kwestionariusz składający się z 25 pytań. Ankietę przygotowaliśmy przy użyciu narzędzia online - SurveyGizmo. Odpowiedzi w pytaniach wielokrotnego wyboru zostały wyświetlone respondentom w kolejności losowej.

Badanie zrealizowaliśmy w dniach **17 września - 5 października 2018 roku**. Informacja o ankiecie pojawiła się w mediach społecznościowych, kanałach tematycznych, blogach branżowych oraz podczas spotkań społeczności UX.

Do badań ankietowych pozyskaliśmy **próbę ponad pół tysiąca osób** (n=503), co stanowi znaczącą część społeczności branży user experience.

Analizę danych przeprowadziliśmy z wykorzystaniem programu Microsoft Excel, a dane jakościowe poddaliśmy analizie tematycznej.

Jako autorzy dołożyliśmy starań, by dokonać interpretacji danych w oparciu o naszą wiedzę i doświadczenie zawodowe.

Co to znaczy branża User Experience i Product Design?

Naszym zdaniem jest to najlepsze określenie interdyscyplinarnego obszaru wiedzy i praktyki zawodowej, łączącego w sobie zarówno obserwowanie jak i badanie interakcji pomiędzy człowiekiem a komputerem (*human -computer interaction & interaction design*), użyteczności (*usability*), projektowania zorientowanego na użytkownika (*user-centred design*), architektury informacji (*information architecture*), doświadczeń klienta (*customer experience*), projektowania usług (*service design*) i zarządzania rozwojem produktu cyfrowego (*product management*).

Ta bardzo szeroka definicja spowodowała, że w naszym badaniu mógł wziąć udział każdy, kto uważa się za specjalistę user experience lub product design.

DEMOGRAFIA

PŁEĆ

Wyrównany udział kobiet i mężczyzn

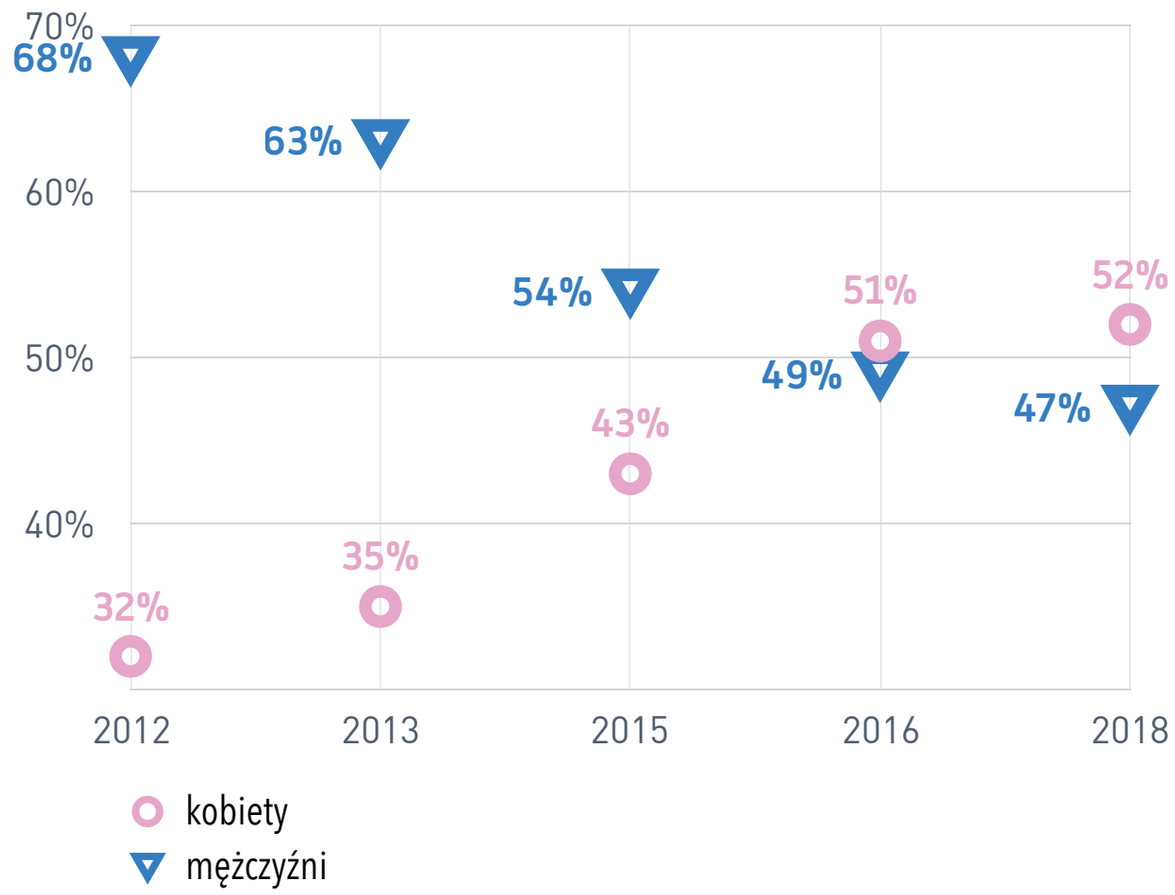
Liczba kobiet i mężczyzn działających w obszarze branży UX jest prawie równa, z niewielką przewagą na rzecz kobiet (52% kobiet vs 47% mężczyzn).

Dla porównania: według GUS w 2017 roku w branży IT, medialnej i wydawniczej pracowało około 32% kobiet i 68% mężczyzn. Według tych samych danych, średni dział kobiet na rynku pracy również jest niższy (44% kobiet vs 56% mężczyzn) niż w przypadku mężczyzn.

Zmniejszające się dysproporcje

W pierwszych dwóch edycjach badania (2012 r. i 2013 r.) udział mężczyzn był znacząco wyższy. Widać jednak, że trend ze zwiększającym się udziałem kobiet w obrębie branży UX jest stały.

Udział kobiet i mężczyzn w kolejnych edycjach badania



Udział kobiet i mężczyzn w w badaniu (N=488)

52% kobiet

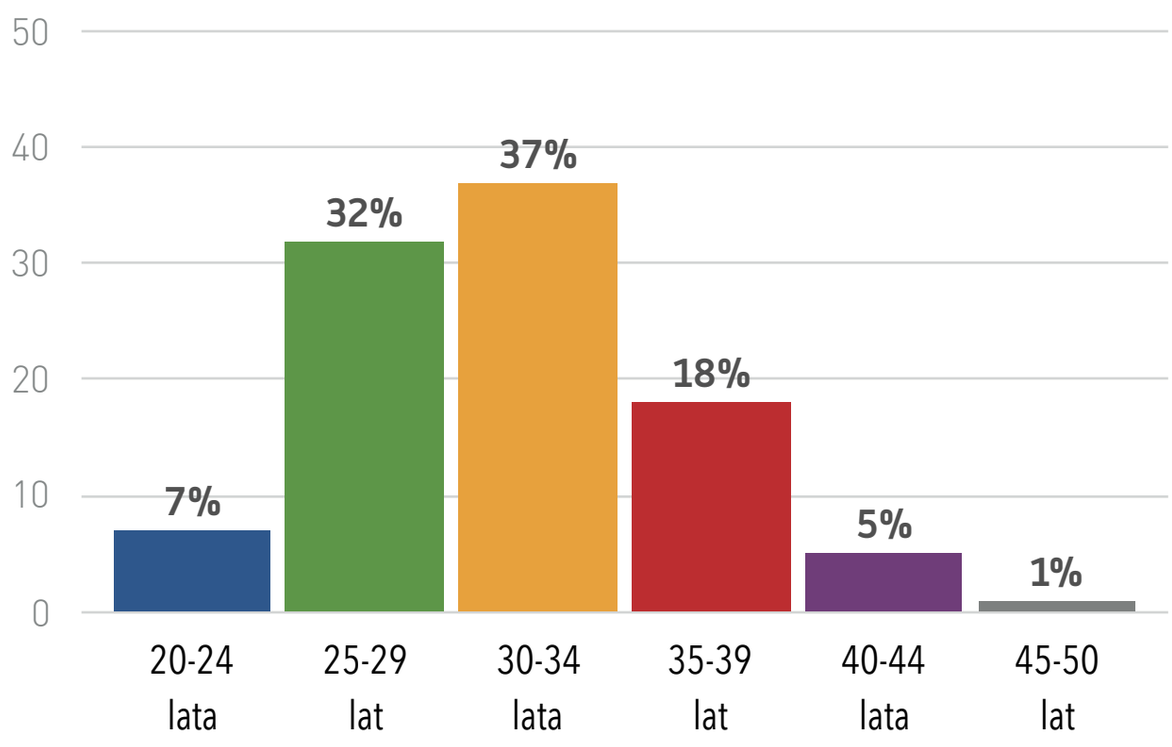
47% mężczyzn

ŚREDNI WIEK

Średni wiek

31 LAT

Rozkład wieku specjalistów. (N=471)



Wiek specjalistów UX

Średni wiek specjalistek i specjalistów user experience to 31 lat. O ile na przestrzeni ostatnich 7 lat, w których przeprowadzone jest badanie, możemy zaobserwować powolne „starzenie się" respondentów, o tyle jest to proces bardzo powolny i następujący mniej więcej w tempie 0,5 roku na każdą edycję badania.

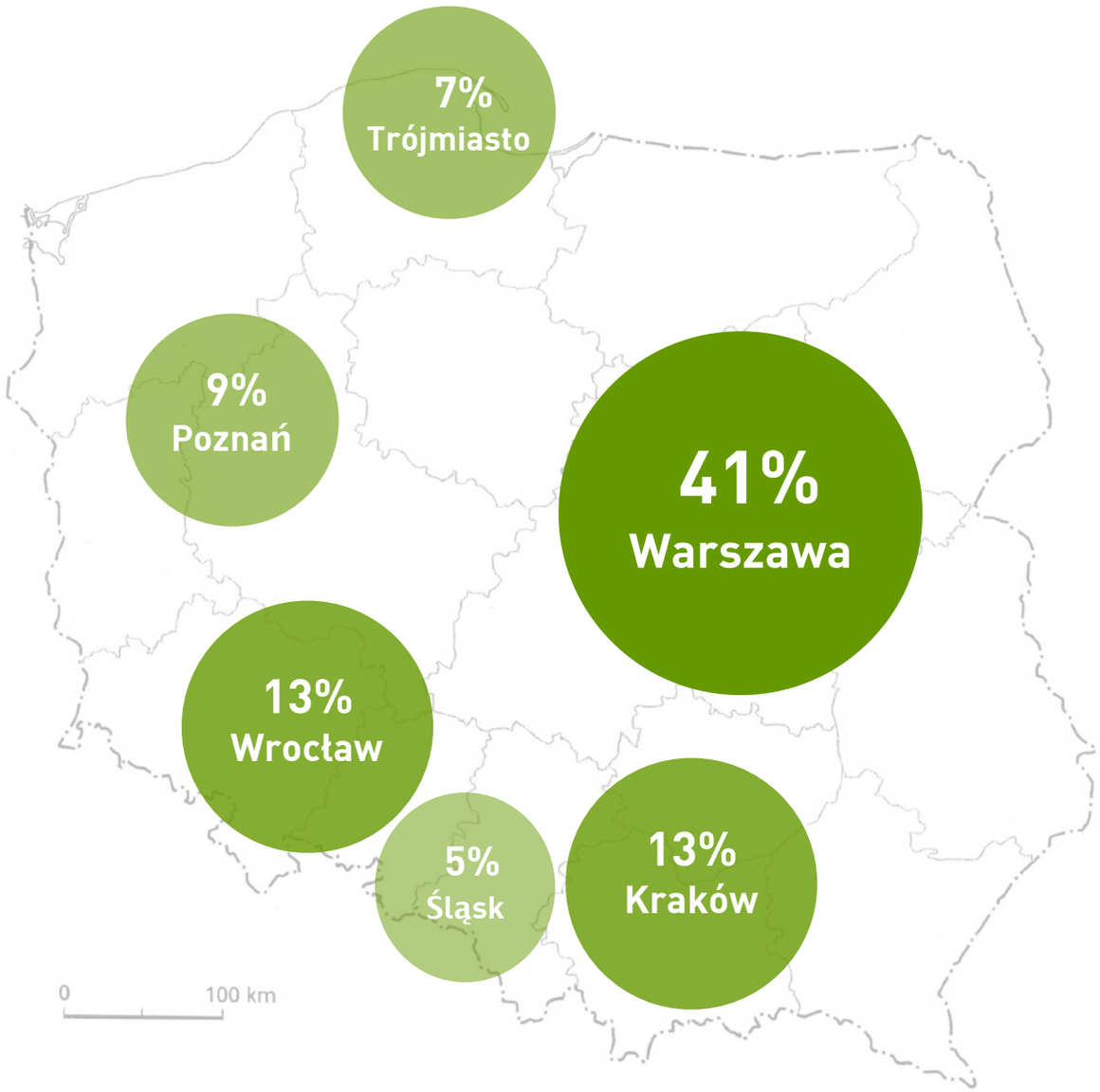
Z opracowanych danych wynika, że dominująca grupa specjalistów (70%) ma 25-34 lata. Widać natomiast, że od ostatniej edycji badania wzrosła grupa respondentów w wieku 35-44 lata (z 15 do 24%), co oznacza że w branży UX coraz więcej jest osób dojrzałych.

Na tle innych zawodów

W Polsce **w branży User Experience pracują młodzi ludzie**. Średnia ich wieku to 31 lat. Dla porównania średnia wieku specjalistów IT wynosi 35 lat. W dość podobnych, twórczych zawodach, średnia wieku inżynierów architektów i projektantów to 38 lat, a twórców, artystów i literatów 43,5 roku. Nawet specjaliści ds. marketingu mają średnio 37 lat, a prawnicy 40 lat (dane za Diagnoza społeczna 2015).

GŁÓWNE OŚRODKI

W jakiej miejscowości pracujesz najczęściej? (N=462)



Warszawa tradycyjnie największa

Miejscem, gdzie pracuje najwięcej specjalistów user experience w Polsce jest nieodmiennie Warszawa. W tegorocznej edycji raportu 41% uczestników (199 odpowiedzi) zadeklarowało pracę w stolicy. Tak duży odsetek odpowiedzi związany jest najprawdopodobniej ze zlokalizowaniem w tym mieście central dużych firm, banków, ubezpieczycieli oraz siedzib urzędów administracji publicznej.

Regionalni liderzy

Od pierwszej edycji raportu, miastami w których pracują specjaliści od doświadczeń cyfrowych są Kraków (65 odpowiedzi), Wrocław (61 odpowiedzi), Poznań (43 odpowiedzi), Trójmiasto (35 odpowiedzi) i obszar konurbacja górnośląskiej (26 odpowiedzi). W miastach tych znajdują się firmy wytwarzające oprogramowanie (software house), startupy i firmy e-commerce oraz centra usługowe międzynarodowych korporacji.

Jaskółki zmian

W tegorocznym badaniu, widać pojawienie się mniejszych ośrodków, takich jak Łódź (15 odpowiedzi), Bydgoszcz (9), Lublin (5) czy Szczecin (4), gdzie również pracują specjaliści UX.

EDUKACJA

WYKSZTAŁCENIE SPECJALISTÓW UX

Zdecydowana **większość specjalistów ukończyła studia wyższe** (89%). Najczęściej są to studia II stopnia, kończące się tytułem magistra (66%). Co dziesiąty respondent posiada wykształcenie średnie, przy czym część z nich jest jeszcze w trakcie studiów.

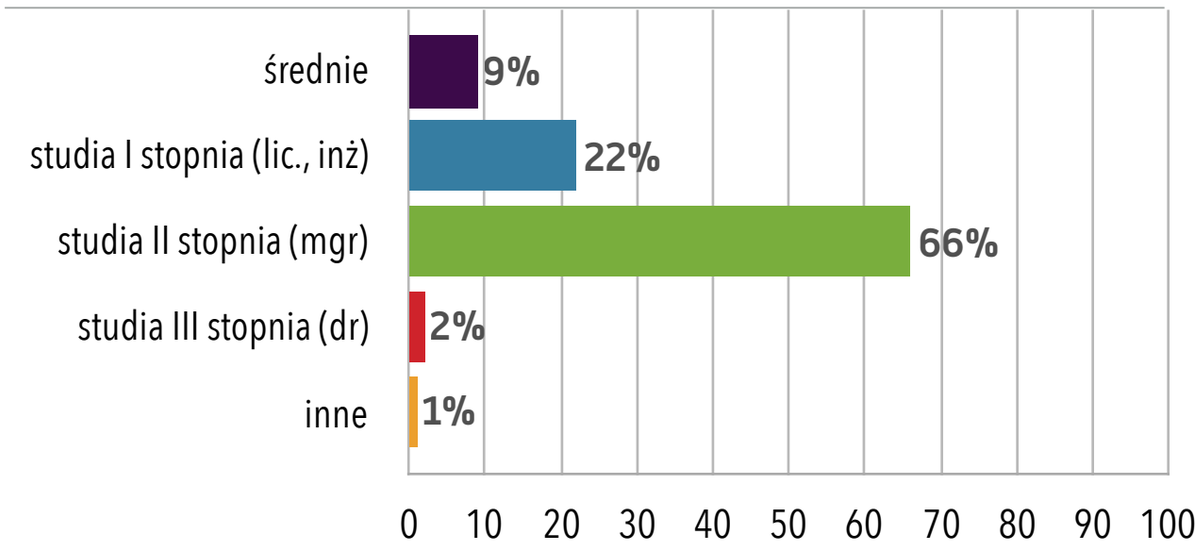
Kierunkowe studia podyplomowe standardem w branży

W Polsce, w przeciwieństwie do zagranicznych uczelni, brakuje rozbudowanej oferty studiów dziennych z obszaru UX. Lukę edukacyjną zapełniają jednak studia podyplomowe oferowane na kilku renomowanych uczelniach. Cieszą się one niesłabnącą popularnością. Aż **42% specjalistów UX ukończyło kierunkowe studia podyplomowe**, o 9 punktów procentowych więcej, niż w roku 2017.

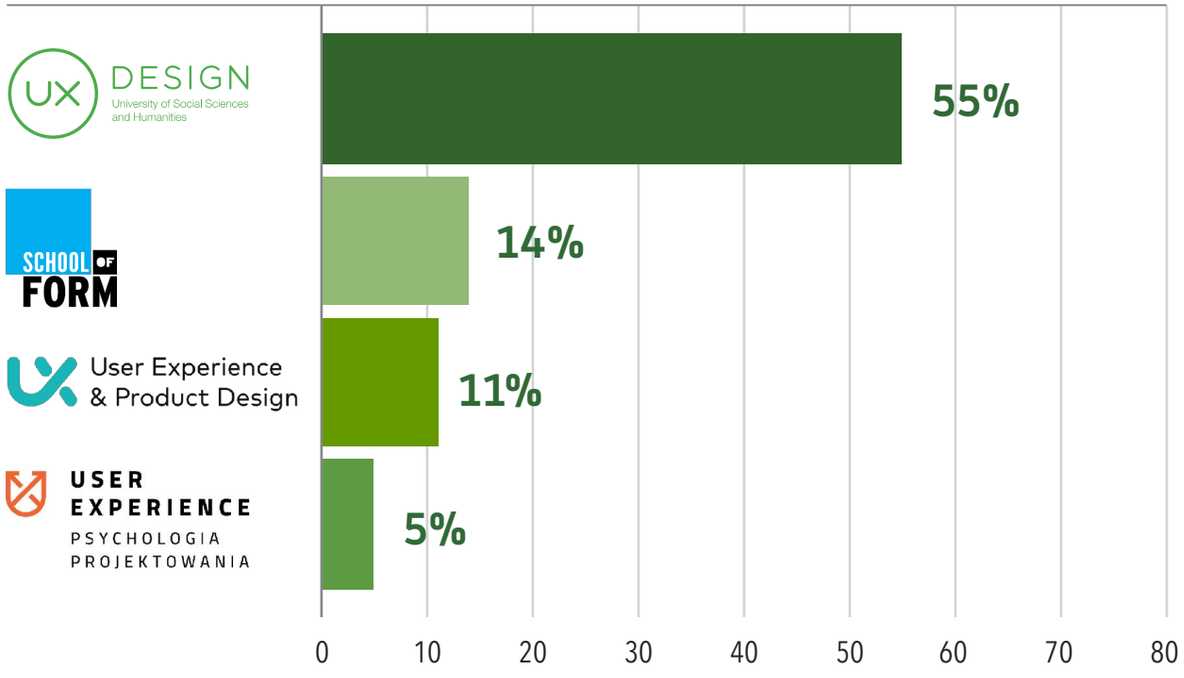
Rośnie oferta studiów kierunkowych

Większość absolwentów studiów podyplomowych (74%) uczęszczało na zajęcia na jednym z kierunków oferowanych przez **Uniwersytet SWPS:** User Experience Design w Warszawie, Wrocławiu lub Katowicach (55%), Projektowanie Usług na School of Form (14%) lub User Experience w Sopocie (5%). Jednak wskaźnik ten zmalał o 15 punktów procentowych od ostatniej edycji badania, co pokazuje większe rozproszenie studiów kierunkowych w naszej branży.

Jakie posiadasz wykształcenie? (N=502)



Jeżeli ukończyłeś/ukończyłaś studia (podyplomowe) związane projektowaniem usług i cyfrowych produktów, wybierz odpowiedni kierunek. (N=185)



ROZWÓJ KOMPETENCJI POZA UCZELNIĄ

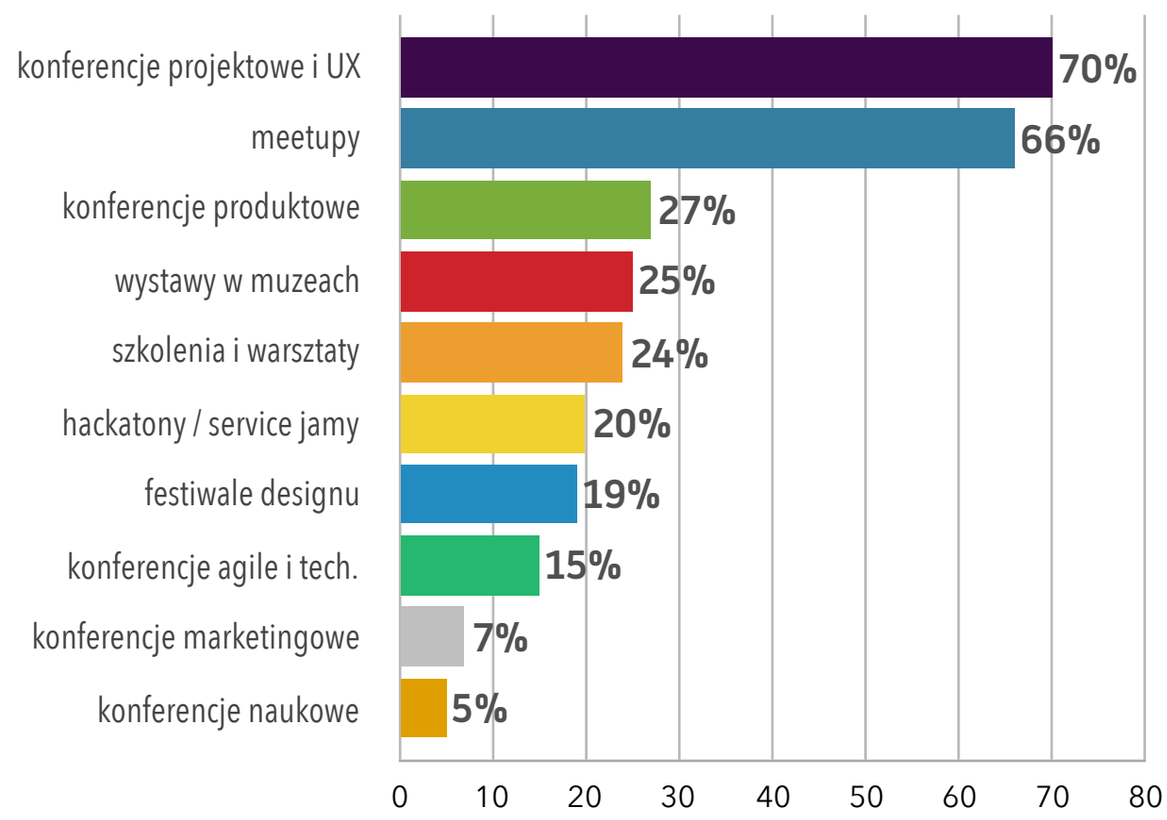
W dużej mierze stało się tak za sprawą nowego kierunku, **User Experience & Product Design**, uruchomionego w 2016 roku na **AGH w Krakowie.** Studia te po raz pierwszy pojawiły się w naszym badaniu i od razu zajęły trzecią pozycję w zestawieniu popularnych kierunków (ukończyło je 11% respondentów).

Rocznie kierunkowe studia podyplomowe kończy ponad 300 osób*. Choć nie wszyscy zostają po nich projektantami lub badaczami, to ich popularność wśród praktykujących specjalistów UX pokazuje, że studia podyplomowe z tego obszaru stały się standardem w branży.

Konferencje i meetupy podstawą dalszego rozwoju

Edukacja specjalistów UX nie kończy się na studiach podyplomowych. **Zdecydowana większość** z nich w ostatnim roku **była na co najmniej jednej konferencji z obszaru UX** (np. WUD, UX Poland, Elements Talks, czy zagraniczne UX-LX - aż 70% respondentów), **lub** jakimś **meetupie**, zwykle darmowym (np. Product Tank, Tipi UX - niewiele mniej, bo 66%).

W jakich wydarzeniach branżowych wziąłeś udział w ciągu ostatnich 12 miesięcy?** (N=441)



Skupieni na własnym środowisku i swojej perspektywie

Zainteresowania specjalistów UX są dość wąskie. Inspiracji szukają w obrębie swojej specjalności, w środowisku osób z podobnymi doświadczeniami. Znacznie rzadziej chodzą na wydarzenia związane z innymi obszarami tworzenia produktów cyfrowych, takie jak konferencje produktowe (np. Product Development Days), konferencje agile i technologiczne (np. Agile by Example) czy konferencje marketingowe (np. Internet Beta).

* Ilość absolwentów szacowana na podstawie naborów na najpopularniejsze kierunki studiów podyplomowych w Polsce w 2018 roku.

**Wyniki nie sumują się do 100%, ponieważ uczestnicy badania udzielali więcej niż 1 odpowiedzi.

EDUKACJA UZUPEŁNIAJĄCA

Wśród **najmniej popularnych wydarzeń** są konferencje **technologiczne** (15%) i **marketingowe** (tylko 7%!). Są to jednocześnie dwa środowiska, z którymi specjaliści UX współpracują najczęściej. Wydaje się więc, że poznanie perspektywy tych środowisk mogłoby się przyczynić do lepszej współpracy.

Szkolenia mniej popularne od konferencji

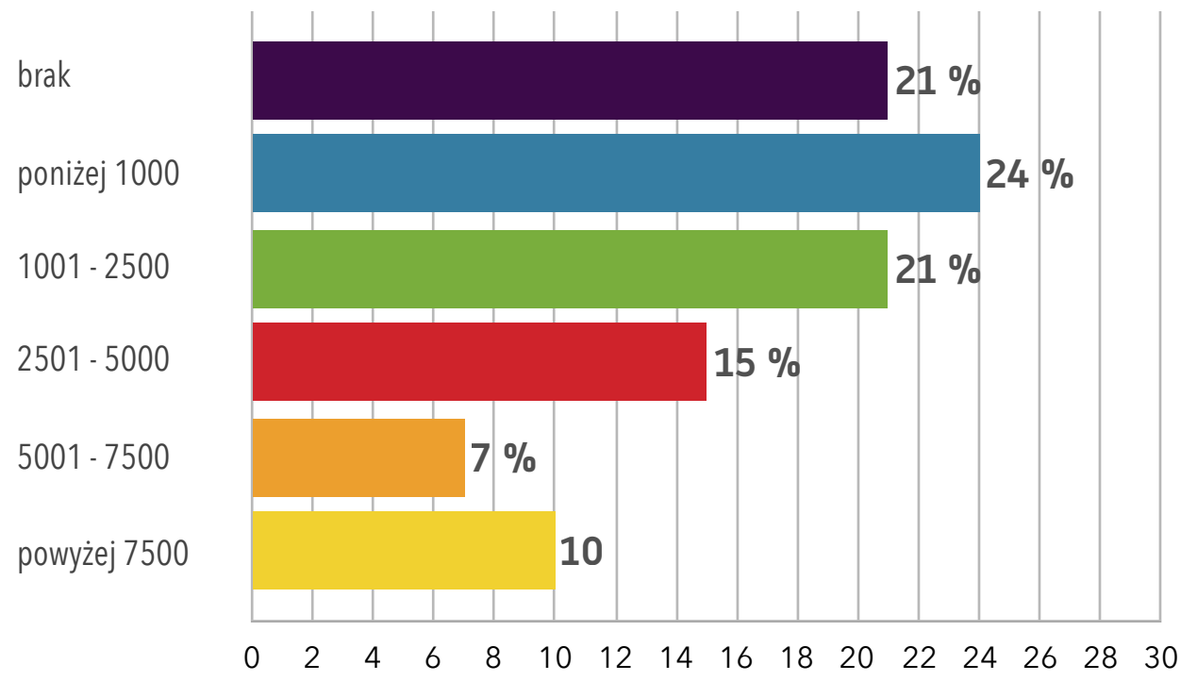
Tylko co czwarty badany brał udział w ostatnim roku **w jakimś szkoleniu lub warsztacie**. Ta forma edukacji wymaga zaangażowania i kładzie nacisk na naukę przez doświadczenie, jest też mocno skupiona na wybranym temacie. Udział w szkoleniu jest zazwyczaj płatny, a ceny rzadko są niskie, co może się okazać istotne, gdy spojrzymy na wydatki badanych na edukację.

Mało który specjalista UX szuka inspiracji na konferencjach naukowych. Możemy jedynie zgadywać, czy przyczyną jest niewielka oferta takich wydarzeń w Polsce, słaba ich promocja, czy zamiłowanie do praktyki (stawiane ponad "teoretyczne" konferencje naukowe).

Zbyt mało środków na edukację

Zdecydowana większość specjalistów nie inwestuje dużo w swoją edukację, a **co piąty specjalista nie wydał na ten cel w ostatnim roku ani złotówki**. Wśród osób będących na początku swojej drogi zawodowej, z najwyżej 3 letnim doświadczeniem, aż 1/3 nie wydała ani złotówki na edukację, a przecież oni właśnie najbardziej potrzebują rozwijać swoje kompetencje.

Określ przedział wydatków poniesionych przez Ciebie i/lub Twojego pracodawcę na Twoją edukację w obszarze UX (szkolenia/konferencje/warsztaty) w ciągu ostatnich 12 miesięcy (PLN brutto). (N=467)



WYDATKI NA EDUKACJĘ

Ile wydawać na edukację?

Żeby odpowiedzieć na to pytanie przygotowaliśmy estymację kosztu prostego pakietu edukacyjnego (patrz na ilustrację poniżej): 2 180 zł brutto za udział w jednej konferencji, jednym dniu szkolenia i zakup dwóch książek. 45% badanych nie wydało w ostatnich 12 miesiącach kwoty potrzebnej na zrealizowanie takiego - w naszej ocenie niezbyt wygórowanego - pakietu.

Pieniądze inwestują ci, którzy je mają

Kto w takim razie inwestuje w swoją edukację? Sprawdziliśmy, jak wydatki korelują z miejscem pracy, stażem pracy i zarobkami respondentów. Najważniejszy okazał się ten ostatni czynnik.

1/5 nie wydaje ani grosza na własną edukację

65% osób zarabiających poniżej 5 000 zł wydało na swoją edukację **mniej niż 1 000 zł lub wcale**. Wśród najlepiej zarabiających osób (powyżej 10 000 zł netto) tylko 27% wydało na edukację tak małe kwoty, a 40% zainwestowało ponad 5 000 zł. **Słowem, kształcą się ci, których na to stać lub których firmy stać na inwestycję w pracowników.**

Konferencja

980 zł

UX Poland

+

2 książki (PL, EN)

200 zł

+

1 dzień szkoleniowy

1000 zł

=

2.180 ZŁ

NOWE UMIEJĘTNOŚCI

Chcemy dobrze wykonywać powierzone nam zadania

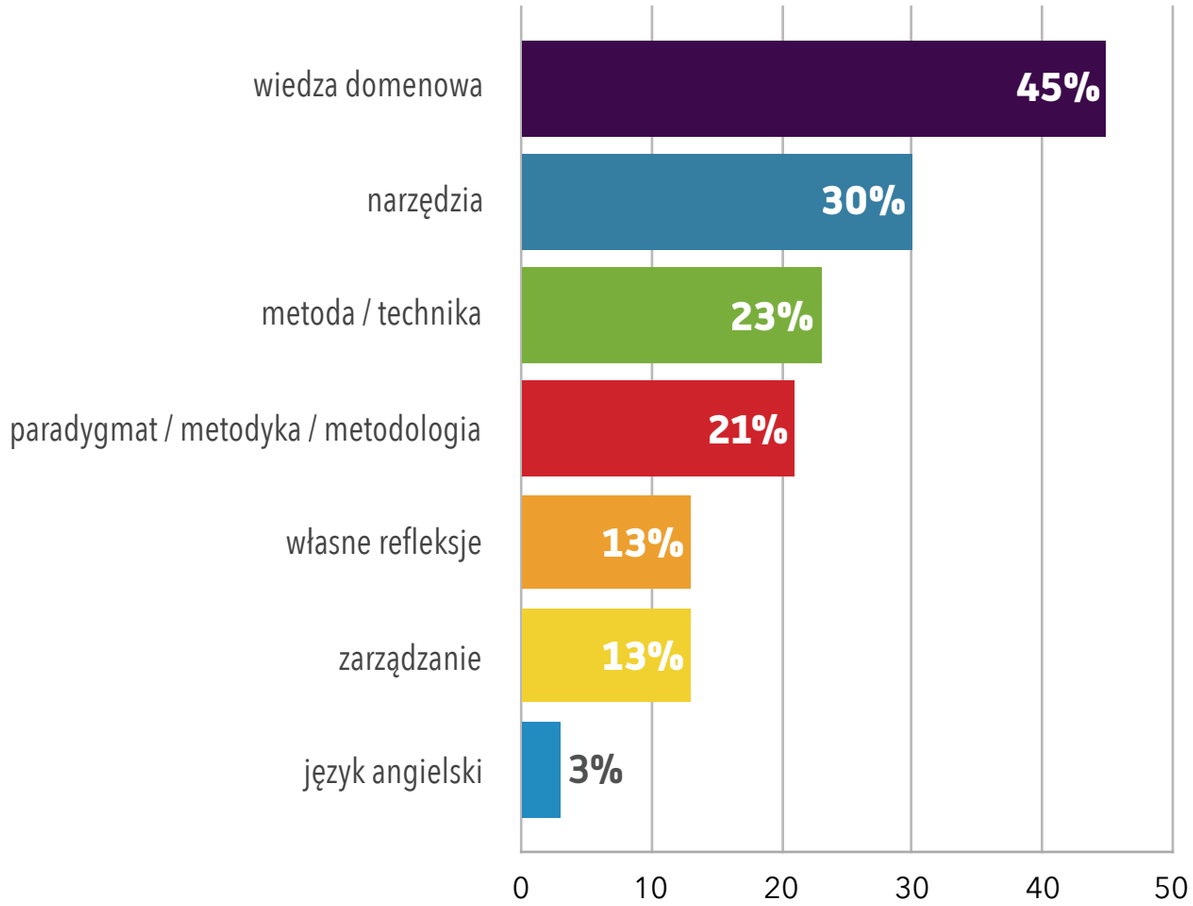
Rozwijamy głównie umiejętności twarde. Chcemy reprezentować wysoki poziom wiedzy merytorycznej i posiadać kompetencje, które można w łatwy sposób zweryfikować i ocenić.

Na podstawie odpowiedzi udzielonych przez 287 respondentów, zidentyfikowaliśmy **siedem obszarów związanych z kompetencjami twardymi,** które specjaliści UX w Polsce rozwinęli w ciągu ostatnich 12 miesięcy. Przedstawione poniżej opisy nabytych kompetencji opracowaliśmy w oparciu o pokategoryzowane odpowiedzi respondentów.

1. Wiedza domenowa (45%)

Impulsem do zdobywania bądź uzupełniania wiedzy domenowej były w tym roku zmiany przepisów, które mają wpływ na funkcjonowanie i dostarczanie kreowanych przez nas produktów i usług oraz wymagania branży w której pracujemy. W tegorocznej edycji badania respondenci zadeklarowali konieczność zapoznania się z **rozporządzeniem o ochronie danych osobowych (RODO)** oraz przepisów związanych z księgowością.

Czego nowego na potrzeby pracy nauczyłeś się w ciągu ostatnich 12 miesięcy? (N=287)



Konieczność uzupełniania wiedzy domenowej deklarują również projektanci którzy pracują w **telekomach**, branży **fintech** oraz organizacjach korzystających z **możliwości nowych technologii**, takich jak np. machine learning. Dążymy również do poznania standardów współpracy z agencjami badawczymi oraz biznesem.

Wyniki nie sumują się do 100%, ponieważ uczestnicy badania udzielili więcej niż 1 odpowiedzi

NOWE UMIEJĘTNOŚCI

2. Narzędzia (30%)

Naszą domeną jest projektowanie, zatem skupiamy się na rozwijaniu umiejętności obsługi i poznawaniu możliwości narzędzi projektowych takich jak **Sketch, Axure, AdobeXD, Figma** oraz narzędzi analitycznych: **Google Analytics, HotJar.**

3. Metoda i/lub technika (23%)

Chętnie poznajemy nowe techniki i metody, które mają **charakter badawczo-projektowy** jak np. techniki warsztatowe, techniki generatywne, Customer Journey Mapping, Design Sprint.

4. Paradygmat / metodyka / metodologia (21%)

Projektujemy głównie produkty i usługi cyfrowe, stąd uzupełniamy wiedzę z zakresu wytwarzania oprogramowania: **SCRUM, EVO** (ang. Evolutionary Project Management). Specjaliści UX pogłębiają swoją wiedzę także z zakresu Service design oraz Design Ethics.

4. Własne refleksje (13%)

W kontekście nowych umiejętności, respondenci podzielili się z nami również swoimi osobistymi przemyśleniami, które uważają za kluczowe wnioski 2018 roku, np. *Bycie UXem to świetny sposób na zmianę pracy.*

5. Zarządzanie (13%)

Obszar zarządzania jest nowy dla specjalistów UX, stąd uzupełniamy szeroko pojętą wiedzę z zakresu zarządzania projektem, zespołem oraz produktem.

6. Język angielski (3%, 9 osób)

Współpracujemy z zagranicznymi klientami, czytamy literaturę anglojęzyczną, uczestniczymy w międzynarodowych konferencjach. Zakładamy, że w kolejnych latach będziemy obserwować rosnącą potrzebę nauki języków obcych.

Kompetencje miękkie mają niski priorytet

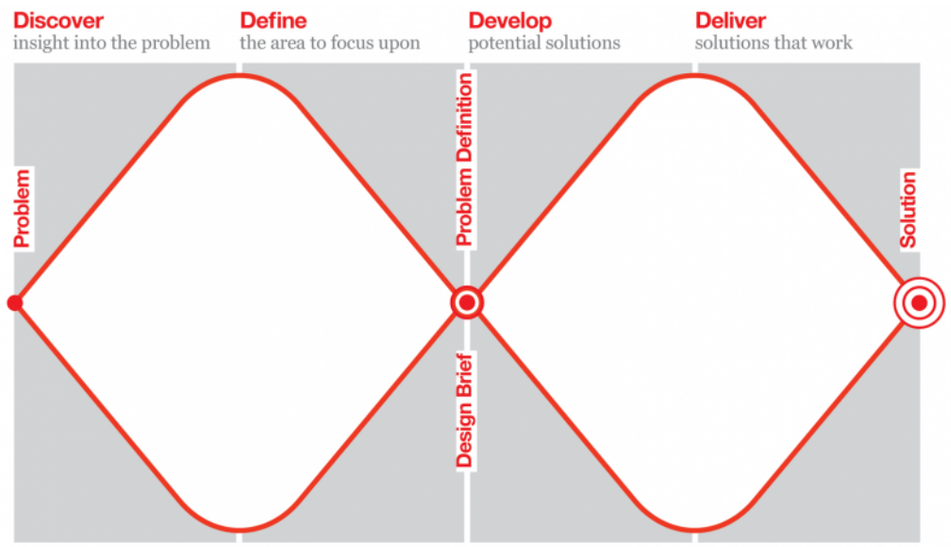
Kompetencje miękkie są uniwersalne, mogą być wykorzystywane zarówno w życiu prywatnym jak i zawodowym. Dzięki nim możemy posiąść umiejętność radzenia sobie ze stresem czy„trudnymi" klientami.

Praca specjalisty UX zakłada m.in. bliską współpracę z różnymi grupami ludzi, kreatywne rozwiązywanie problemów czy wysoką komunikatywność. Zaskakujące jest zatem, że **obszar umiejętności miękkich nie znalazł się na liście kompetencji rozwijanych przez specjalistów UX**.

WARSZTAT PRACY

REALIZACJA BADAŃ NA ETAPIE DISCOVER

Cele realizacji lub zlecania badań przeanalizowaliśmy biorąc pod uwagę cztery etapy procesu projektowego w układzie Double Diamond: **Discover, Define, Develop** oraz **Deliver***.



Model podwójnego diamentu

Kształt diamentu wskazuje dywergentne (<) i konwergentne (>) części procesu projektowego.

- Etap **Discover** dotyczy odkrywania: zbierania informacji i inspiracji na potrzeby danego wyzwania projektowego.
- **Define**, definiowanie, to określenie założeń i celu projektu.
- Etap **Develop** dostarcza wielu potencjalnych rozwiązań.
- W ramach **Deliver** skupiamy się na wdrożeniu wybranego rozwiązania.

Niskie zapotrzebowanie na inspirację projektową

W modelu Double Diamond oba diamenty są proporcjonalne. Wiemy jednak, że **etap Discover będzie się powiększał****. Dostarczenie inspiracji i informacji jest krytyczne w procesach opracowywania nowych produktów (ang. *New Product Development processes, NPD*), które będziemy realizować coraz częściej.

Jedynie 16% specjalistów UX w Polsce prowadzi badania na etapie Discover. Do najbardziej popularnych tutaj metod należą **wywiad** oraz **warsztaty**. W porównaniu z edycją badania specjalistów UX w Polsce z 2016 roku, **w naszym kraju nie widać jeszcze tendencji wzrostowej w zakresie realizacji badań na etapie Discover.** Odkrywanie nie cieszy się dużą popularnością, jak ma to miejsce w Stanach Zjednoczonych czy Holandii.

Zakładamy, że niskie zapotrzebowanie na odkrywanie wynika z niedojrzałości organizacji, które jeszcze nie dostrzegają wartości w realizacji badań na początkowym etapie procesu projektowego.

*Design Council, 2005. A study of the design process

**Elizabeth B.-N. Sanders, Pieter Jan Stappers, Convivial Toolbox. Generative research for the front end of design, BIS Publishers, 2012

REALIZACJA BADAŃ NA ETAPACH DEFINE, DEVELOP I DELIVER

Założenia i cele projektu określamy podczas warsztatów

Dobrze zdefiniowany problem projektowy wskazuje potrzeby użytkowników, sprzyja ideacji, przedstawia ograniczenia projektowe i nie sugeruje rozwiązań. 23% specjalistów UX w Polsce realizuje badania na etapie Define, aby dokonać walidacji pierwszych koncepcji projektowych. Zakładamy, że takie pierwsze koncepcje projektowe to propozycje rozwiązań na dobrze zdefiniowane wyzwania projektowe.

Specjalizujemy się w testowaniu prototypów

Na etapie Develop, ponad 1/3 specjalistów UX przedstawia rozwiązania projektowe w formie prototypów, które następnie są testowane na etapie Deliver.

Prototypy stosowane na etapie Develop to **klikalne makiety, które są przygotowywane na potrzeby badań z użytkownikami**. Niezależnie od rozmiaru czy profilu głównego miejsca pracy specjalisty UX, podstawowym celem badań na etapie Develop pozostaje testowanie prototypów.

Nasze badania są krótkodystansowe

Na etapie Deliver specjaliści UX przekazują rozwiązania klientom, którzy decydują o utrzymaniu produktu. Niska popularność realizacji badań gotowych rozwiązań (11%) prawdopodobnie wynika z **braku możliwości długofalowego rozwoju produktu**.

W poniższej tabeli zaprezentowaliśmy cel i udział procentowy realizacji badań na poszczególnych etapach procesu projektowego.

W jakim celu najczęściej prowadzisz lub zlecasz badania? (N=483)

DISCOVER odkrywanie	**DEFINE** definiowanie	**DEVELOP** potencjalne rozwiązania	**DELIVER** wdrażanie
16%	**23%**	**39%**	**11%**
76 osób	113 osób	187 osób	55 osób
Zdobywam inspirację (pre-idea)	Waliduję koncepcję (post-idea)	Testuję prototypy (post-design)	Testuję gotowe rozwiązania (post-launch)

CELE PROTOTYPOWANIA

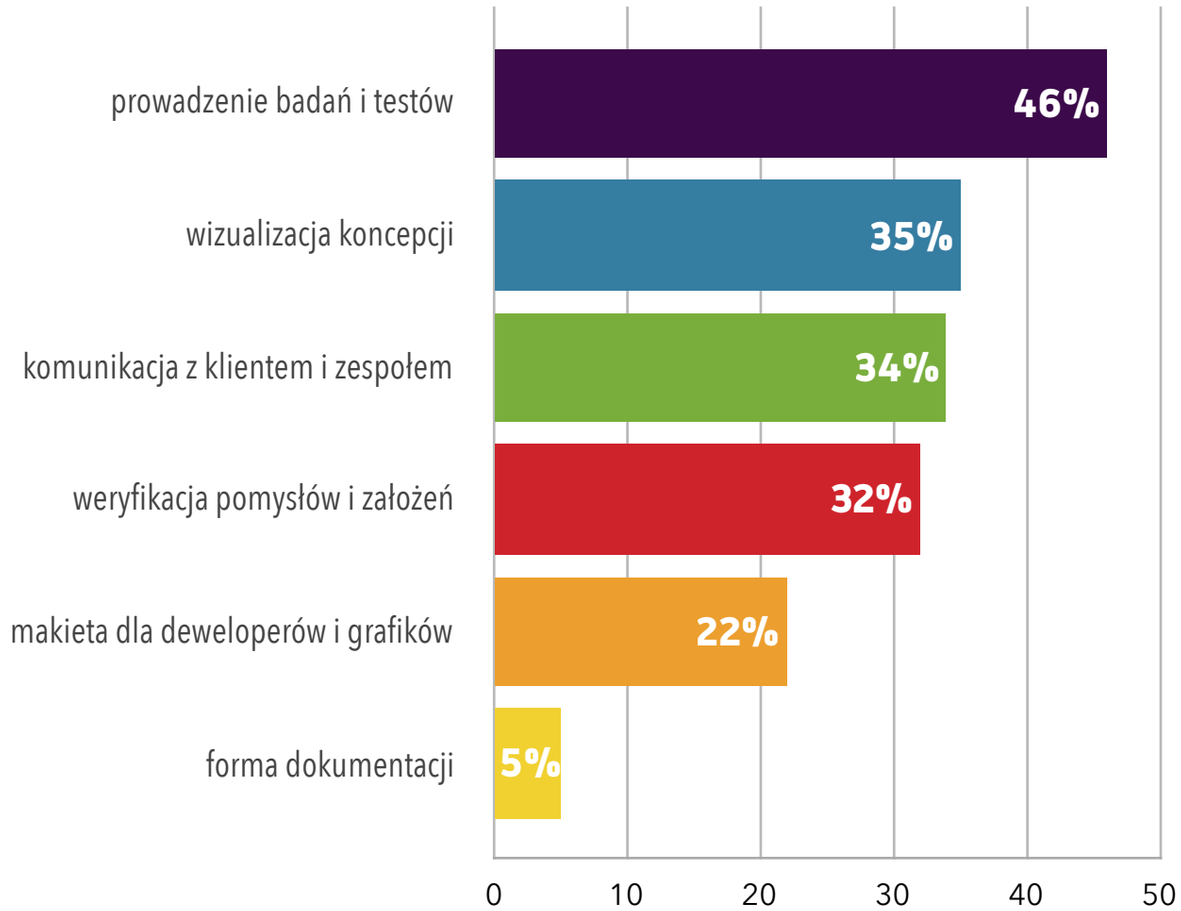
Prototypowanie jest techniką eksploracji i ewaluacji, stosowaną w celu wypróbowania nowych rzeczy, bez uprzedniego przywiązywania się do nich. Słowo prototyp wywodzi się z greckiego *protos typos*, co oznacza **pierwsze wrażenie**.

Prototypowanie może być wykorzystywane na wszystkich etapach procesu projektowego (Discover, Define, Develop, Deliver), m.in. w celu zdobywania inspiracji czy testowania gotowych rozwiązań.

W jakim celu prototypują polscy specjaliści UX? Na podstawie otrzymanych odpowiedzi wyróżniliśmy **sześć najważniejszych powodów prototypowania**, które zostały zaprezentowane według popularności.

Przedstawione poniżej opisy powodów prototypowania zostały opracowane w oparciu o pokategoryzowane odpowiedzi respondentów.

W jakim celu prototypujesz? (N=295)



1. Prowadzenie badań i testów (46%)

Projektanci dążą do stworzenia rozwiązania, które kreuje wrażenie gotowego produktu. Taki prototyp jest następnie testowany z użytkownikami w celu dopracowania detali i przygotowania planu implementacji.

2. Wizualizacja koncepcji (35%)

Przedstawienie rozwiązania w formie wizualizacji jest prostsze od opisania wszystkich szczegółów wybranej koncepcji. Projektanci tworzą prototypy, aby móc się podzielić swoimi pomysłami lub wizją z zespołem.

PROTOTYPOWANIE NA POTRZEBY EWALUACJI

3. Komunikacja z klientem i zespołem (34%)

Prototyp stanowi ułatwienie dla klienta, który dzięki wizualizacji może zobaczyć, jak potencjalnie będzie wyglądało finalne rozwiązanie.

4. Weryfikacja pomysłów i założeń (32%)

Prototypując, projektant przedstawia mechanikę danego rozwiązania i weryfikuje, czy dobrze zrozumiał założenia projektowe.

5. Dostarczenie makiety dla deweloperów i grafików (22%)

Prototyp jest *przepisem* na produkt, z którego korzystają graficy i deweloperzy. Wyznacza ramy dla projektów graficznych i określa funkcje, które należy oprogramować.

6. Forma dokumentacji (5%)

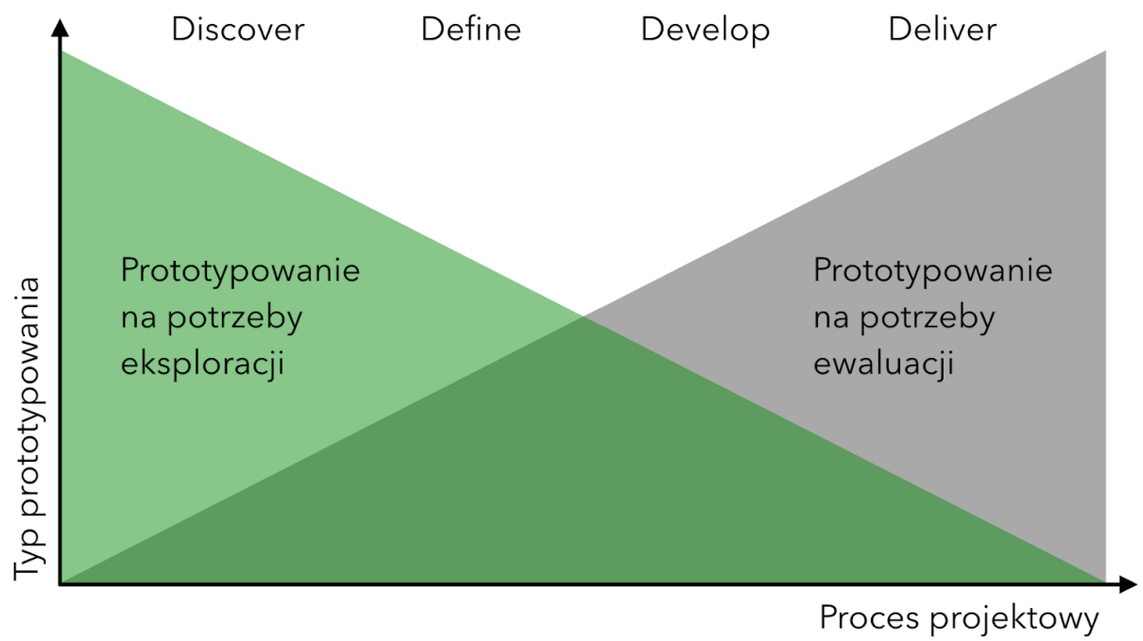
Finalny prototyp stanowi kluczowy element dokumentacji wdrożeniowej.

Prototypowanie to również druga najbardziej popularna czynność wykonywana przez specjalistów UX (39%, N=448).

Ewaluacja przewyższa eksplorację

Prototypowanie na potrzeby eksploracji oznacza generowanie pomysłów, pogłębienie zrozumienia danej sytuacji przez działanie. **Prototypowanie na potrzeby ewaluacji** to testowanie, zbieranie informacji zwrotnej, identyfikowanie kluczowych problemów. W realizowanych projektach **polscy specjaliści UX wykorzystują możliwości prototypowania jedynie na potrzeby ewaluacji**. Kiedy zatem otworzymy się na eksplorację?

Typy prototypowania na poszczególnych etapach procesu projektowego*



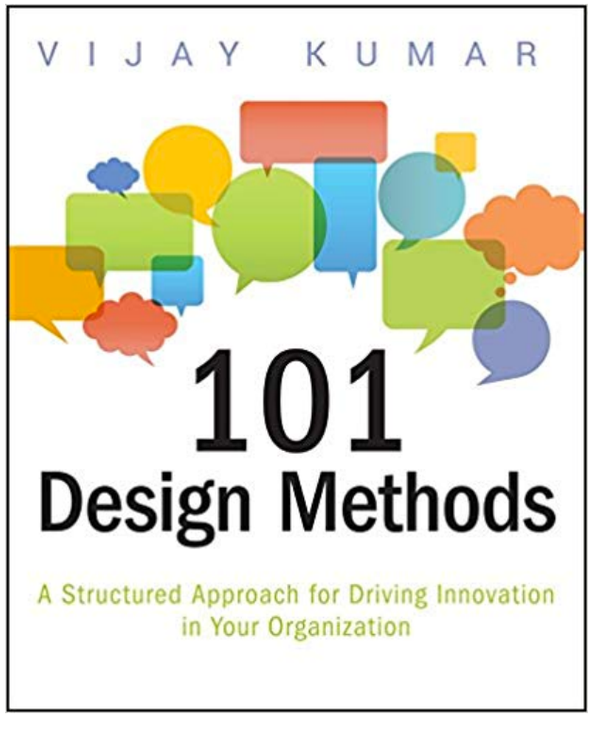
*Opracowanie ilustracji: Rutkowska J. na podstawie Sleeswijk Visser F., Service design by industrial designers, TUDelft, 2013

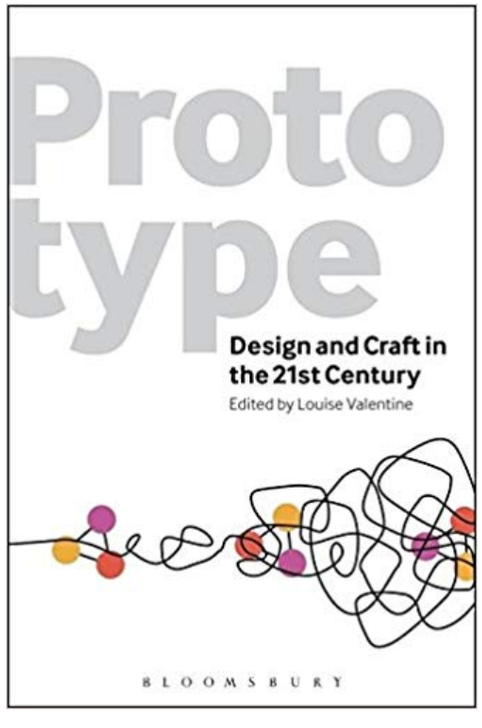
KONTEKST PROTOTYPOWANIA

Mamy ubogi wachlarz narzędzi i technik

Zamknęliśmy się w wąskim zestawie narzędzi i technik do protypowania. Korzystamy głównie z **paper prototyping, Axure i Sketch**. Co nas hamuje przed stosowaniem **Wizard of Oz, role-playing, puppet scenarios, behavioral prototypes** czy **concept scenarios**?

Więcej o ww. technikach prototypowania znajdziesz w poniżej zaproponowanych książkach. Miłej lektury.





Wizualizujemy zamiast szukać odpowiedzi na pytania

Prototypowanie wykorzystujemy jako technikę wizualizacji koncepcji. Nie korzystamy z możliwości prototypowania w zakresie **stawiania hipotez** czy **poszukiwania odpowiedzi na eksploracyjne pytania** typu *co jeżeli?* (ang. what if?) lub *jak możemy?* (ang. How might we?, HMW)

Czujemy presję czasu

Brak zróżnicowania wśród technik prototypowania może świadczyć o **ograniczonym czasie i budżecie,** jaki możemy przeznaczyć na rozwiązywanie problemów w procesie wytwarzania produktów.

Pojawiamy się za późno w procesie tworzenia produktu

Projektant pojawia się w procesie wytwarzania produktu, gdy pomysł na dane rozwiązanie już istnieje. Z tego powodu **brakuje możliwości dochodzenia do najlepszego rozwiązania.** Pomysły rozwijamy wykorzystując narzędzia do prototypowania takie jak np. Axure czy Sketch, które są nastawione na implementację, wizualizację i ewaluację, a nie eksplorację.

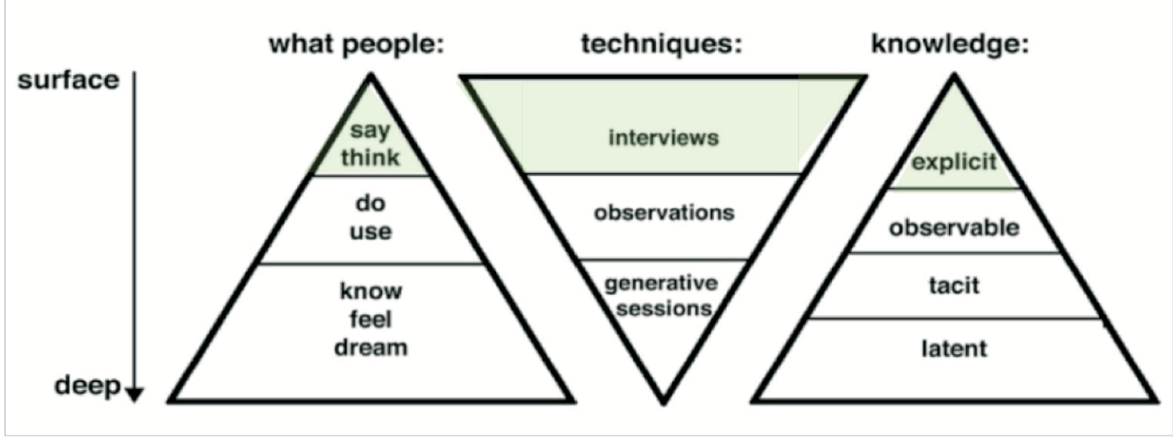
POPULARNE METODY I TECHNIKI

Eksplorujemy łatwo dostępne informacje

Metody i techniki stosowane w procesie projektowym ułatwiają nam zbieranie informacji i inspiracji oraz analizowanie i kontekstualizowanie zgromadzonych danych. Można powiedzieć, że ułatwiają zarządzanie wiedzą projektową.

Wiedzę, nie tylko projektową, możemy podzielić na jawną (ang. *explicit*) i ukrytą (ang. *tacit*). Wiedza jawna to informacje lub doświadczenia, które można łatwo wyartykułować i upowszechniać. Wiedza ukryta jest zakorzeniona w doświadczeniach, *ukrywa się* m.in. w umiejętnościach, wartościach czy modelach mentalnych, zatem trudno ją skodyfikować.

Do różnych typów wiedzy docieramy stosując odpowiednie metody i techniki badawcze, co poglądowo przedstawia poniższy schemat. Z jakiego typu wiedzy najczęściej korzystają polscy specjaliści UX?



Sleeswijk Visser, 2005

Bardzo bogaty i zróżnicowany warsztat pracy

Popularność i dobór metod i technik przeanalizowaliśmy biorąc pod uwagę cztery etapy procesu projektowego: Discover, Define, Develop oraz Deliver.

Otrzymaliśmy bogaty i zróżnicowany zestaw odpowiedzi. Poniższa tabela przedstawia liczbę różnych metod i/lub technik, z których korzystają specjaliści UX na danym etapie procesu projektowego*. Tabela przestawia również najbardziej popularną metodę danego etapu.

Discover	Define
48 metod i/lub technik	**70** metod i/lub technik
WYWIAD	WARSZTATY
Develop	**Deliver**
59 metod i/lub technik	**44** metod i/lub technik
PROTOTYPOWANIE	TEST UŻYTECZNOŚCI

* Wybrana metoda i/lub technika może występować na kilku etapach procesu projektowego.

BOGACTWO METOD I TECHNIK*

testy A/B, affinity diagramming, canvasy: lean, BMC, value proposition, service blueprint, user validation interview, experience map, clustering, analiza biznesowa, MoSCoW, warsztaty, analityka, analiza ekspercka i benchmarków, analiza konkurencji, wywiady, wywiady pogłębione, user stories, story mapping, analiza krzyżowa, analiza wyników, analiza wywiadów, synteza wniosków, analiza zebranych materiałów, 5 why, ankieta, dyskusja w mediach społecznościowych, wywiady konteks ości, dzienniczki, service safari, case study innych projektów, prototypowa k, wyczucie kontekstu, mapa myśli, design thinking, customer journey, dyt, diverge, Drivers and hurdles, ewaluacja obserwacji, konsultacje, pe cowanie tekstowe, jobs to be done, use case, szkicowanie, opracowywan map, sortowanie, kart, specyfikacja, spotkania, story board, test drzewa, te badania, analityka webowa, HotJar, Google Analytics, współpraca z zesp a, Axure, Sketch, testy, css html js, dokumentacja projektowa, dokumer up, scrum, optymalizacja na bazie statystyk i badań ilościowych, proto m), service blueprint, CJM, affinity diagramming, agile, architektura info encji, benchmarking, Axure, adobe xd, marvel, testy użyteczności bada , makieta, card sorting, user flow, wireframe (wiresy), design sprint, scenariusze użytkownika wywiad, mockup, projektowanie, desk research, analityka webowa, ankiety, wywiady, obserwacje, konsultacje z ekspertami - feedback, audyt, analiza biznesowa, warsztaty (partycypacyjne), techniki generatywne, analiza danych ilościowych, badania ilościowe analiza danych jakościowych, analiza danych zastanych, analiza kontekstu, rynku, literatury, brief, etnografia, service safari, design thinking, analiza konkurencji, persony, cjm, benchmarking, badania eksploracyjne, shadowing, mapowanie stakeholderów, user research, badania potrzeb, business proposition canvas, product vision, card sorting, contextual inquiry, customer development, design sprint, crazy 8, brainstorm, full story, diady, FGI, dzienniczki, UT, hot jar, inspiracje, job stories, mapy empatii, user stories, rapid prototyping, rysowanie, testy A/B, ćwiczenia kreatywności

Eksplorujemy łatwo dostępne informacje

Analiza wymienionych metody i technik wskazuje, że **opieramy się głównie na informacjach z poziomu wiedzy jawnej**, np. danych deklaratywnych - realizujemy wywiady, desk research, różnego typu analizy.

Rzadko schodzimy na poziom wiedzy obserwowalnej.

Obszarem, który jest sporadycznie przez nas eksplorowany jest poziom wiedzy ukrytej (ang. *tacit*) i nieujawnionej (ang. *latent*), która jest najcenniejszym źródłem innowacji.

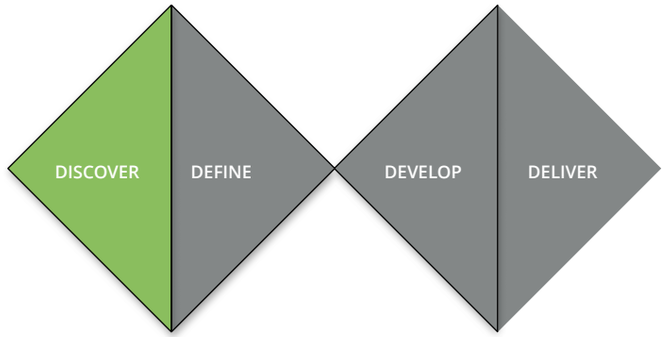
* Lista przedstawia losowe metody i techniki z różnych etapów procesu projektowego, z których korzystają polscy specjaliści UX. Niektóre metody i techniki mogą się powtarzać.

METODY I TECHNIKI NA ETAPIE DISCOVER

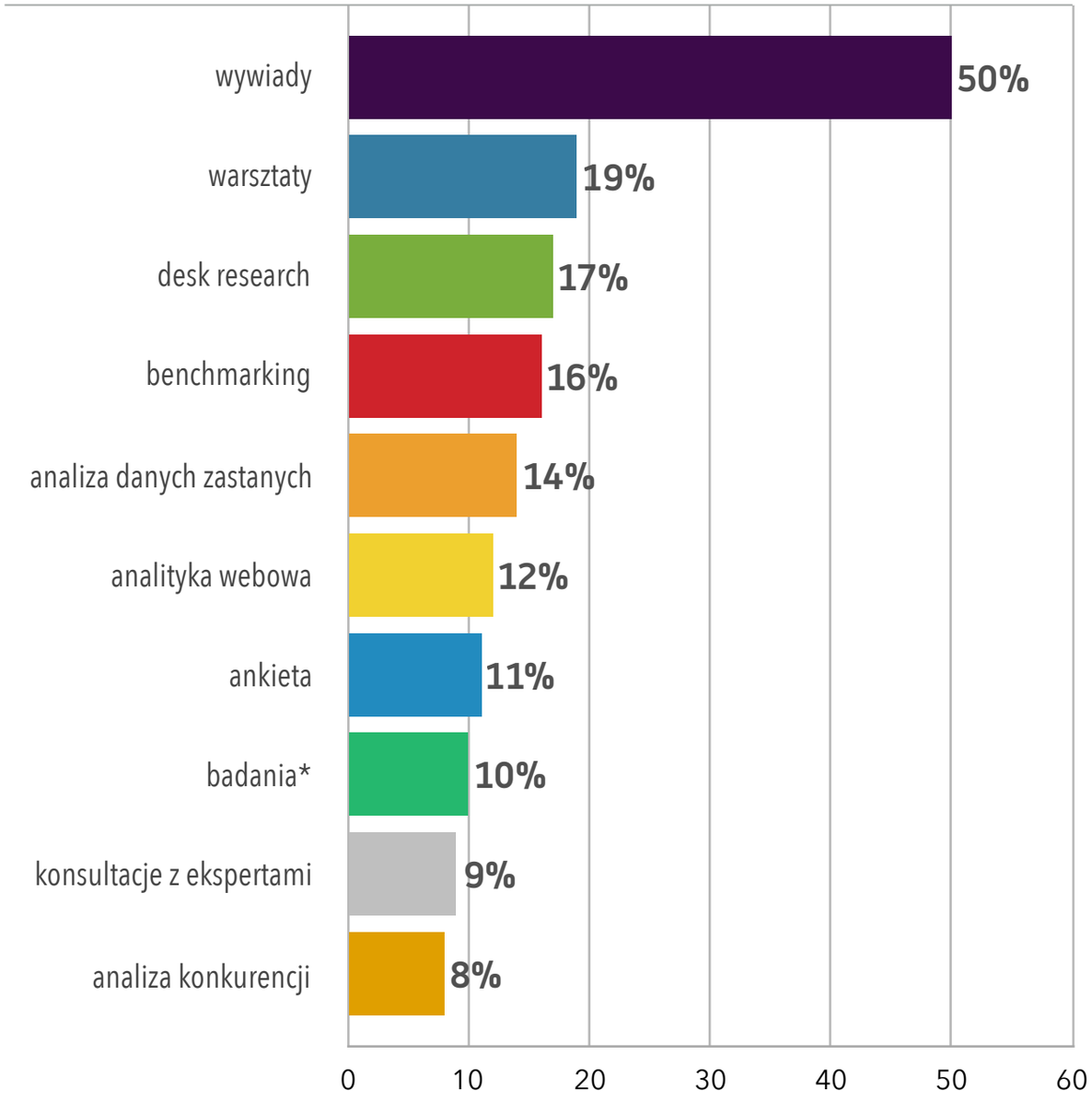
W celu zdobycia informacji i inspiracji na potrzeby danego wyzwania projektowego, połowa specjalistów UX w Polsce przeprowadza **wywiady**. Jest to metoda stosowana zarówno podczas interakcji z **potencjalnymi użytkownikami,** jak i **ekspertami** czy **klientem**. Na etapie Discover wywiady są popularniejsze od pozostałych metod o ponad 30 punktów procentowych.

Na etapie Discover warsztaty to działania o charakterze partycypacyjnym, które są prowadzone z użytkownikami i klientami. W sekcji metod i technik na etapie Define prezentujemy definicję terminu *warsztaty*.

Analizie danych zastanych najczęściej poddajemy dane wewnętrzne klienta, raporty z badań i zapytania supportowe. Ekspertami, z którymi prowadzimy konsultacje, są specjaliści wewnętrzni lub przedstawiciele Customer Support.



Jakich metod i/lub technik najczęściej używasz? (N=204)



*Respondenci nie wskazali konkretnej metody lub techniki, użyli terminu *badania*. Termin *badania* był zamiennie stosowany z terminem *research*.

**Wyniki nie sumują się do 100%, gdyż respondenci udzielili więcej niż 1 odpowiedzi.

METODY I TECHNIKI NA ETAPIE DEFINE

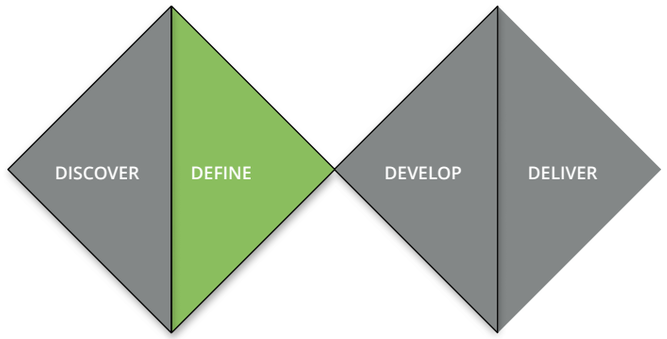
Bezapelacyjna dominacja warsztatów

Warsztaty są najbardziej popularnym sposobem pracy na etapie definiowania (25%). Co ciekawe, sam termin *warsztaty* jest bardzo rozmyty i **nie wiemy do końca, co tak naprawdę się pod nim kryje**. Respondenci tegorocznego badania zadeklarowali, że prowadzą warsztaty UX, projektowe z zespołem, z użytkownikami, a nawet warsztaty w celu stworzenia warsztatów. Według Słownika Języka Polskiego PWN, **warsztaty to zajęcia praktyczne doskonalące jakąś umiejętność**. Celem warsztatów jest **zidentyfikowanie wyzwań i generowanie pomysłów***. Metody warsztatowe, które rozwinęły się w świecie projektowym, to **future workshops** oraz **inspiration cards.**

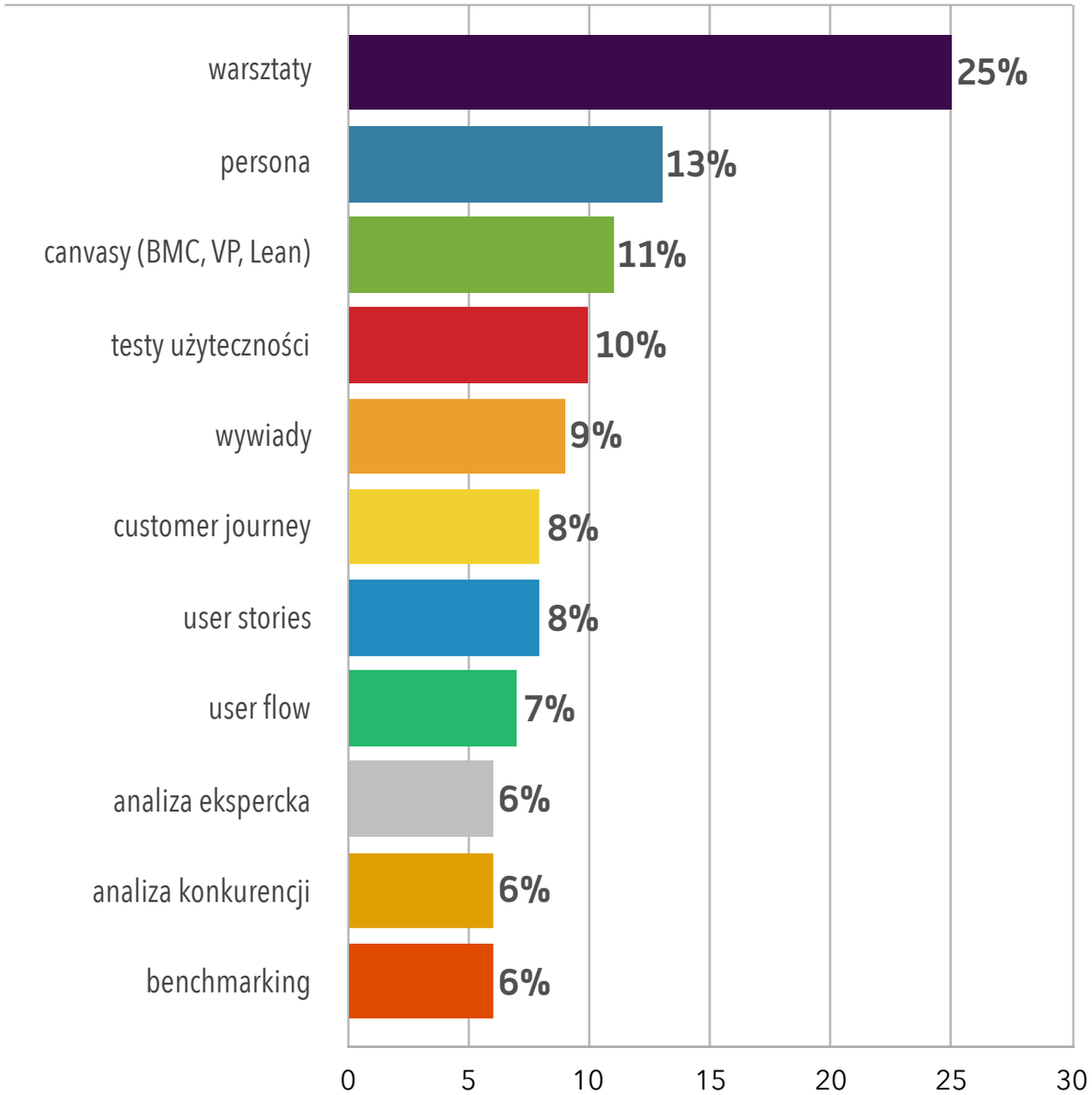
Oto nasza **definicja terminu warsztaty**:

Warsztaty to praktyczne, zespołowe spotkanie, które przebiega według ustalonego scenariusza i zakłada użycie wybranych metod lub technik badawczo-projektowych. Celem takiego spotkania jest najczęściej identyfikowanie potrzeb i generowanie pomysłów.

*Vines et al., Configuring Participation: On How We Involve People In Design. 2013.



Jakich metod i/lub technik najczęściej używasz? (N=211)



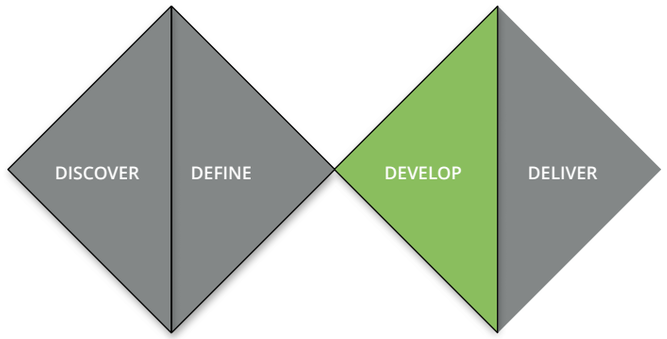
**Wyniki nie sumują się do 100%, gdyż respondenci udzielili więcej niż 1 odpowiedzi.

METODY I TECHNIKI NA ETAPIE DEVELOP

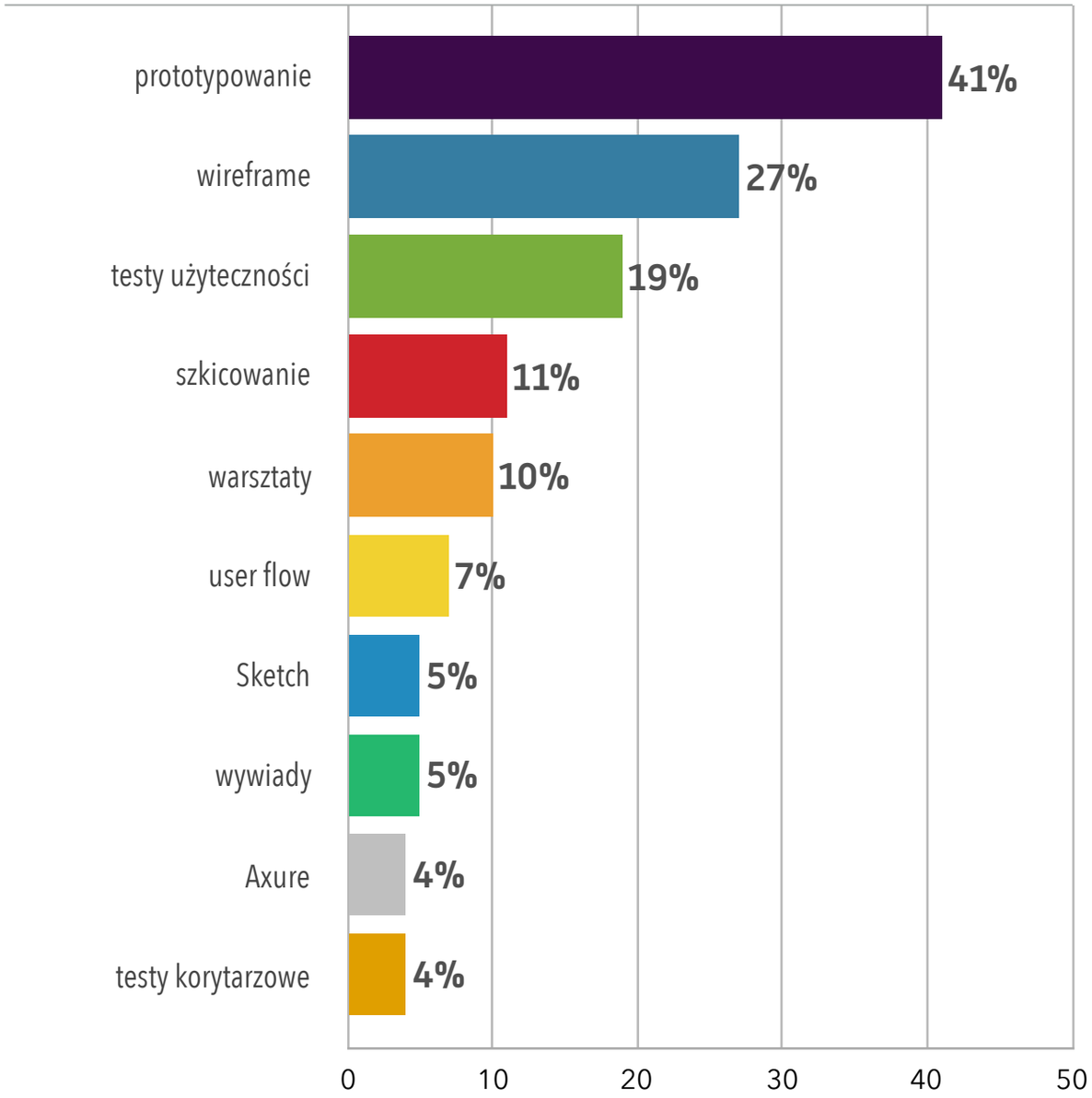
Nasze rozwiązania to klikalne makiety

Na etapie tworzenia potencjalnych rozwiązań, specjaliści UX przede wszystkim **prototypują** (41%). W ramach pytania o metody i techniki na etapie Develop część respondentów wskazała nazwy wykorzystywanych narzędzi do prototypowania: Axure (4%), Sketch (5%). Pojawiły się również wireframes (27%) i user flows (7%).

Popularność ww. podejść globalnie zinterpretowaliśmy jako realizowanie działań, których celem jest **przygotowywanie klikalnych makiet**. Pozostałe wymienione metody i/lub techniki, np. szkicowanie (11%) czy testy użyteczności (19%), również można zaliczyć do działań, które mogą być realizowane w kontekście pracy nad makietami. Szkicowanie umożliwia ideację rozwiązań, które prowadzą do stworzenia makiety. Testy użyteczności to testowanie rozwiązań przedstawionych w formie makiet.



Jakich metod i/lub technik najczęściej używasz? (N=201)



*Wyniki nie sumują się do 100%, gdyż respondenci udzielili więcej niż 1 odpowiedzi.

METODY I TECHNIKI NA ETAPIE DELIVER

Na etapie wdrożenia i dostarczania rozwiązań głównie **weryfikujemy efekty naszej pracy**. Przeprowadzamy testy użyteczności (28%) oraz korzystamy z analityki webowej (11%). Na tym etapie często nadal prototypujemy (24%) i tworzymy makiety (9%).

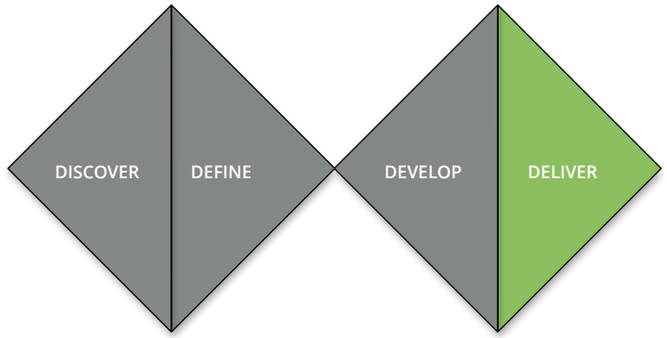
Wśród wymienionych metod i technik znalazły się również testy (11%). Niestety respondenci nie doprecyzowali, jakiego typu są to działania.

Wysoka popularność testów użyteczności i prototypowania sugeruje, że pod koniec procesu projektowego całkowicie **koncentrujemy się na dopracowaniu rozwiązania**, które następnie przekazujemy klientowi.

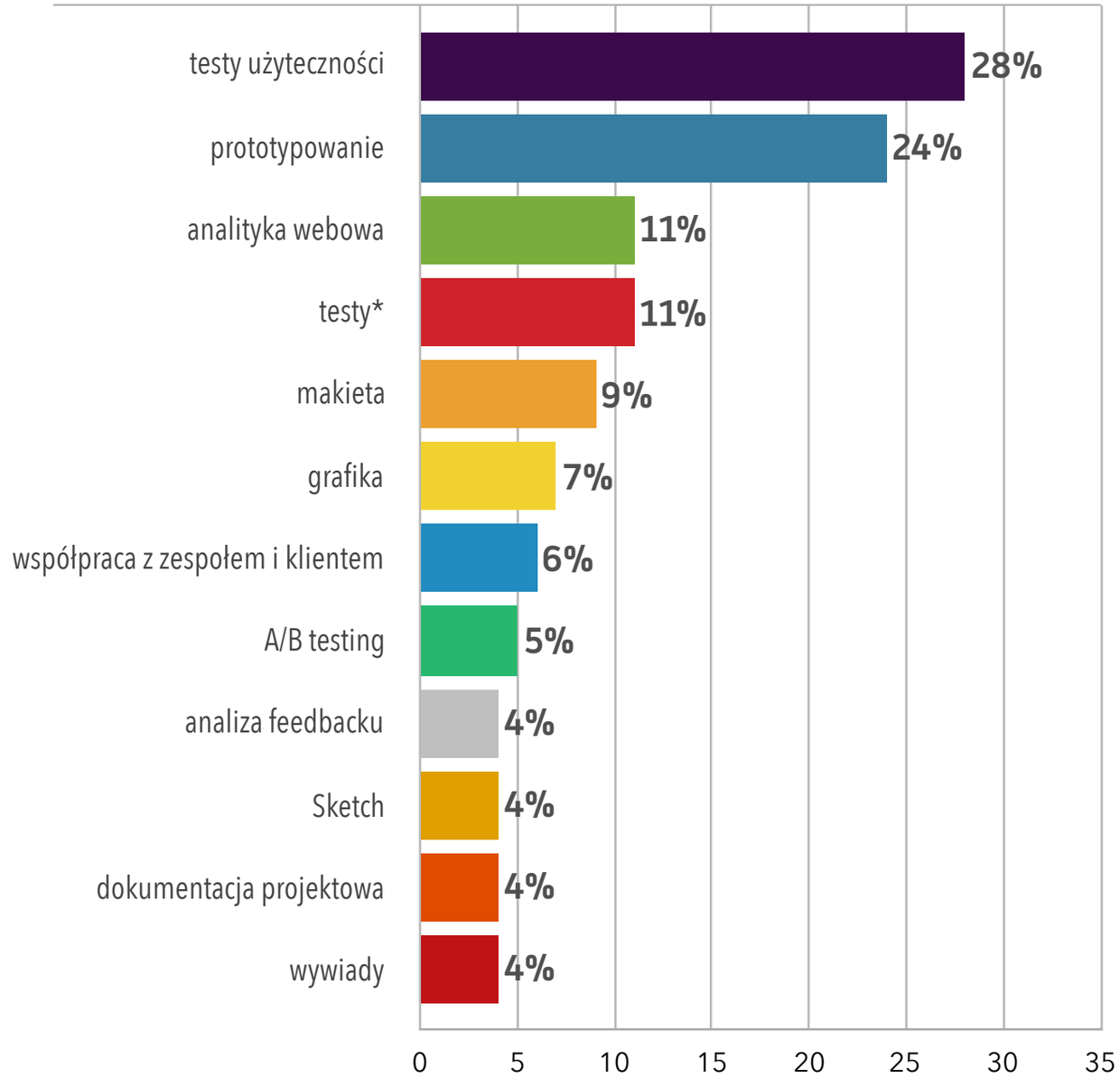
Wyzwania językowe

Branża UX jest zdominowana przez język angielski. Sporo stosowanych przez nas terminów posiada polskie odpowiedniki, jak np. interaction design - projektowanie interakcji. W praktyce preferujemy oryginały od polskich tłumaczeń.

Wiele terminów nie posiada ustandaryzowanych polskich tłumaczeń, jak np. *jobs to be done* czy *wireflow*. W tym przypadku najchętniej korzystamy z oryginałów i nie ulegamy pokusie tworzenia neologizmów.



Jakich metod i/lub technik najczęściej używasz? (N=172)



**Wyniki nie sumują się do 100%, gdyż respondenci udzielili więcej niż 1 odpowiedzi.

NARZĘDZIA

NAJPOPULARNIEJSZE NARZĘDZIA DO PROJEKTOWANIA

Umarł król, niech żyje król

Od pierwszej edycji badania, w 2012 roku, najpopularniejszym narzędziem do projektowania i prototypowania rozwiązań cyfrowych był Axure RP. Przez długie lata był on podstawowym narzędziem pracy projektantów UX – w 2012 roku używało go według deklaracji 68% badanych.

W tegorocznej edycji badania **Sketch wyprzedził wieloletniego lidera.** Na podium, poza Sketchem i Axurem znalazł się również dostępny za darmo program Adobe XD (eXerience Design), który z roku na rok zyskuje na popularności. Wynika to prawdopodobnie z jego obecności w pakiecie Creative Cloud oferowanym przez firmę Adobe.

Projektowanie graficzne versus tworzenie kodu

Wśród odpowiedzi udzielanych przez badanych znalazły się aplikacje do projektowania typowo graficznego, takie jak Adobe Photoshop i Adobe Illustrator. Z drugiej strony, widać również większą popularność narzędzi, których efektem końcowym jest kod HTML lub CSS, takich jak Figma, Marvel czy Framer X.

Pozwala to przypuszczać, że w nadchodzących latach **narzędzia oferujące efekt pracy projektantów bezpośrednio front-end i back-end developerom, będą zyskiwały na znaczeniu.**

Narzędzia do projektowania (663 odpowiedzi)

Sketch	**207 osób**
Axure RP	203 osoby
Adobe XD	69 osób
Adobe Photoshop	55 osób
UXPin	31 osób
Figma	28 osób
Marvel	21 osób
Adobe Illustrator	27 osób
Balsamiq	11 osób
Framer	9 osób

Zobacz porównanie narzędzi do projektowania w serwisie UXTools.co

NAJPOPULARNIEJSZE NARZĘDZIA DO WSPIERANIA PROJEKTOWANIA

Wachlarz narzędzi

Z tegorocznego badania można wysnuć wniosek, że spektrum narzędzi z którego korzystają specjaliści UX jest coraz większe. Pozwala też lepiej zidentyfikować zadania, którymi poza projektowaniem zajmują się projektanci.

Potrzeba dokumentacji i realnych produktów pracy

Najpopularniejszym narzędziem wspierającym projektowanie jest InVision, które oferuje m.in. opcję komentowania i tworzenia prostych, klikalnych prototypów. Tak wysoka pozycja tej aplikacji wynika prawdopodobnie z ograniczeń Sketcha oraz potrzeby komentowania.

Narzędziami, które wspierają dokumentowanie stworzonych projektów i prototypów są Zeplin i Invision. Obydwie aplikacje, pozwalają również na pracę w bardziej technicznym obszarze (tj. tworzenie plików styli CSS), które ułatwiają pracę developerom. Innymi ciekawymi produktami, powtarzającymi się w odpowiedziach były aplikacje Principle i Flinto, które pozwalają projektantom na tworzenie animacji.

Wynika z tego wniosek, że coraz częściej projektanci UX dostarczają produkty, które są **coraz prostsze do zaimplementowania lub jak najrzetelniej oddają docelowe rozwiązanie.**

Narzędzia wspierające projektowanie (287 odpowiedzi)

InVision*	**126 osób**
Zeplin	48 osób
Principle	14 osób
draw.io	13 osób
Flinto	10 osób

"Złoty standard" – Sketch + InVision

W tegorocznych wynikach parą najczęstszych narzędzi do projektowania był zestaw Sketch i InVision. Popularność tego rozwiązania wynika najprawdopodobniej z ograniczeń aplikacji Sketch, która do wersji 48 nie umożliwiała prototypowania i linkowania pomiędzy tworzonymi ekranami/stanami, co wymuszało korzystanie z narzędzi zewnętrznych.

* Wersja InVision, nie wersja Studio

NAJPOPULARNIEJSZE NARZĘDZIA DO BADAŃ, KOMUNIKACJI I ZARZĄDZANIA

Narzędzia do badań i analiz

Dwa najczęściej wskazywane narzędzia do badań i analiz to Google Analytics i Hotjar.

Interesujące jest dlaczego spośród 1640 odpowiedzi na pytanie o stosowane narzędzia, tylko 64 respondentów podało Google Analytics, a 57 Hotjara (odpowiednio 4% i 3%). Nie jest jasne, czy wynika to z modelu tworzenia oprogramowania, w którym projektanci i badacze uczestniczą tylko w część procesu, czy też z silnej specjalizacji i odrębnych ról analityków. Wiadomo jednak, że w poprzednim badaniu, analityka webowa była wskazywana jako najbardziej brakująca kompetencja wśród aż 64% uczestników. Dobrą informacją jest częstsze niż w latach ubiegłych korzystanie z zaawansowanych narzędzi badawczych, takich jak **Morae** (do laboratoryjnych badań z użytkownikami), czy też korzystanie z aplikacji wspierających cardsorting - takich jak **Optimal Workshop.**

Narzędzia do komunikacji i zarządzania

Poza dominującym w środowisku pracy specjalistów IT zestawem Jira + Slack, można zauważyć zwiększającą się popularność narzędzi typu Realtime Board czy Mural, które pozwalają na komunikację i pracę zdalną z wykorzystaniem technik zwinnych.

Badanie i analiza (281 odpowiedzi)

Google Analytics	**64 osoby**
Hotjar	57 osób
Morae	19 osób
Optimal Workshop	18 osób
Lookback	11 osób

Komunikacja i zarządzanie (209 odpowiedzi)

Jira	**47 osób**
Slack	32 osoby
Trello	24 osoby
Confluence	23 osoby
Realtime Board	18 osób

PROFILE

PROFIL FIRMY I ROZMIARY ZESPOŁÓW

Miejsce pracy

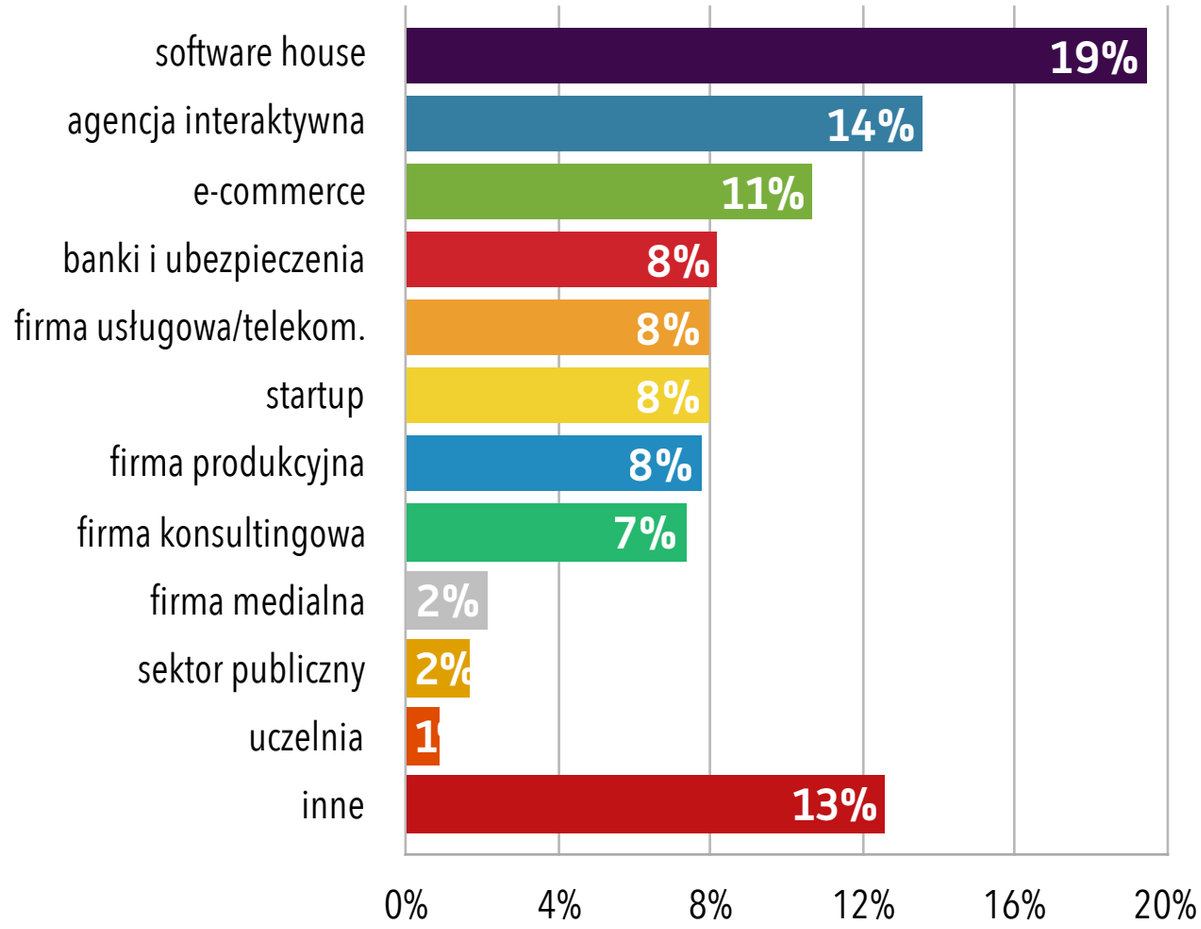
Jeden na pięciu polskich specjalistów UX pracuje w software house. Odsetek odpowiedzi wskazujących jako swoje miejsce pracy firmy, które wytwarzają oprogramowanie, jest od kilku lat stały.

Nie zmieniają się też inne popularne miejsca pracy: zwykle jest są to agencje interaktywne, firmy e-commerce, start-upy lub firma usługowe lub telekomunikacyjne. Widać rosnącą popularność sektora bankowego i ubezpieczeniowego oraz zmniejszającą się popularność firm medialnych.

Rosnące zespoły

Specjaliści UX coraz rzadziej pracują sami. Choć nadal najwięcej jest miejsc, gdzie pracuje od 2 do 5 UX-ów, to jednocześnie wzrósł udział dużych zespołów (6-10 osób, a nawet ponad 20 specjalistów UX), co można też zaobserwować w ilości ogłoszeń o pracę w dużych firmach.

Określ profil swojego głównego miejsca pracy (N=478)



Ile osób w Twojej organizacji specjalizuje się w obszarze UX (wliczając Ciebie)? (N=474)

13% ▼	38% –	20% ▲	11% –	15% ▲
pracuje **w pojedynkę**	pracuje z zespołem **2-5 specjalistów UX**	pracuje z zespołem **6-10 specjalistów UX**	pracuje z zespołem **11-20 specjalistów UX**	pracuje z zespołem **ponad 20 specjalistów**

PŁEĆ A MIEJSCE PRACY, PŁEĆ A ROLA

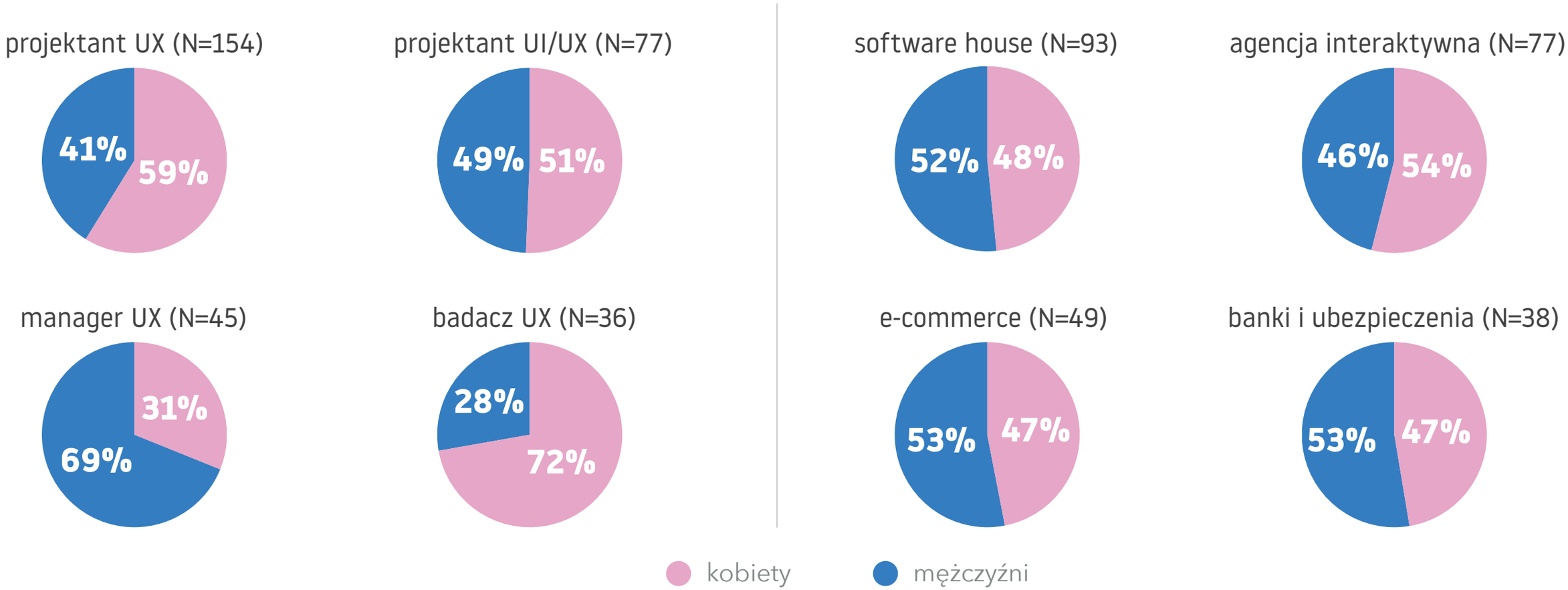
Równouprawnienie na stanowiskach?

W tej edycji badania po raz pierwszy postanowiliśmy policzyć liczbę kobiet i mężczyzn na konkretnych stanowiskach, aby spróbować zweryfikować popularne mity. O ile odsetek projektantów i projektantek UX oraz UX/UI jest zbliżony, o tyle w roli kierowników i liderów zespołów jest dwukrotnie więcej mężczyzn niż kobiet. Jest to zastanawiająca i niepokojąca dysproporcja. Wśród badaczy jest prawie 1/3 mężczyzn, co pozwala obalić mit o braku mężczyzn w tej specjalności.

Parytet w najpopularniejszych sektorach

Wśród najbardziej popularnych miejsc pracy specjalistów UX, nie ma takiego, gdzie dominowałaby jedna płeć. W większości tych miejsc pracuje mniej więcej tyle samo kobiet i mężczyzn.

Zaskakującą obserwacją jest liczba specjalistek UX w firmach produkujących oprogramowanie. Jest ich nieznacznie (4%) mniej niż mężczyzn. Podważa to popularne przekonanie, że software house'y są środowiskami, w których pracują wyłącznie mężczyźni.



DOŚWIADCZENIE ZAWODOWE SPECJALISTÓW USER EXPERIENCE

Respondenci dokonywali samooceny poziomu swojego doświadczenia, niezależnie od stażu pracy czy posiadanego stanowiska. Zdecydowana **większość projektantów wysoko ocenia swoje doświadczenie**, tylko 16% uważa się za osoby początkujące. **Najliczniejszą grupę (36%) stanowią specjaliści na średnim poziomie** doświadczenia, potocznie zwani regularami czy midami. Jednocześnie ich procentowy udział w branży w porównaniu do poprzednich lat maleje, przybywa zaś doświadczonych projektantów.

Szybko stajemy się seniorami i ekspertami

Zaskoczeniem może być fakt, że **co czwarta osoba pracująca w naszej branży to starszy specjalista** (senior), a **co dziesiąta - rozpoznawalny ekspert**. Szczególnie, jeśli zderzy się to z niewielką liczbą młodszych specjalistów. Ponieważ nic nie wskazuje na stagnację branży (wręcz przeciwnie, zarówno miejsc pracy, jak i kandydatów z roku na rok przybywa), przyczyny należy raczej upatrywać w specyfice tego zawodu. Brakuje programów stażowych (tylko 2% określiło się mianem stażysty) czy ścieżek rozwoju kompetencyjnego, za to od projektantów oczekuje się od razu samodzielności i odpowiedzialności za swoje projekty. Szybko więc nabywają przekonania, że ich doświadczenie jest duże.

Jak określiłbyś swój poziom doświadczenia zawodowego?

	2015 N=202	2016 N=225	2018 N=488
Rozpoznawalny ekspert	-	14%	9%
2015: Dyrektor / 2018: Lider zespołu lub menedżer	6%	-	14%
Starszy specjalista (senior)	**22%**	**24%**	**25%**
Specjalista (mid-level)	**50%**	**41%**	**36%**
Młodszy specjalista (junior)	17%	17%	14%
Stażysta	1%	3%	2%

Co to znaczy rozpoznawalny ekspert? Respondenci dokonali własnego przydziału do tej kategorii, więc mogą tu występować różnice w interpretacji. Kluczowy jest jednak aspekt "rozpoznawalności", którą osiąga się poprzez dzielenie się swoją wiedzą i doświadczeniem z szerszym gronem (poprzez publikacje, szkolenia czy podcasty).

KIM SĄ SENIORZY I LIDERZY?

Senior seniorowi nierówny

Największe zróżnicowanie stażu pracy widać wśród osób, które określiły swój poziom doświadczenia jako starszy specjalista (odchylenie standardowe wyniosło 4 lata). Okazuje się, że bardzo szybko można zostać seniorem (już po 2 latach) czy rozpoznawalnym ekspertem (po 3 latach). Zjawisko to nas niepokoi. Staż pracy świadczy nie tylko o znajomości swojego warsztatu pracy, ale także o dojrzałości projektowej i zrozumieniu własnych ograniczeń, co w naszej ocenie jest cechą niezbędną w byciu dobrym specjalistą UX.

Doświadczenie zawodowe a staż pracy (N=462)

Nazwa stanowiska	MIN staż pracy	średni staż pracy	MAX staż pracy
Rozpoznawalny ekspert	3	11 lat	22
Lider zespołu lub menedżer	2	8 lat	18
Starszy specjalista (senior)	2	7 lat	20
Specjalista (mid-level)	0	4 lata	25
Młodszy specjalista (junior)	0	2 lata	10

Dużo liderów, choć nie ma komu liderować?

Zaskakująco dużo też w naszej branży liderów zespołu czy menadżerów (aż 14%). Jest ich tylu samo, co juniorów. Wynika z tego, że zespoły którym przewodzą, muszą być bardzo niewielkie (według naszych badań projektanci najczęściej pracują w zespołach 2-5 osobowych). Popularność liderów tłumaczy trochę analiza ich czasu pracy. Okazuje się, że **menedżerowie UX nadal projektują** i uczestniczą w typowych pracach projektowych, a zarządzanie zespołem stanowi tylko część ich codziennych obowiązków.

Stanowiska juniorskie i programy stażowe to świetna okazja do zdobywania cennego doświadczenia pod okiem mentorów, przy jednocześnie niedużej odpowiedzialności za swoje decyzje, co wspiera proces nauki początkujących projektantów.

W naszej ocenie jest to bardzo ważny etap rozwoju kompetencji projektowych i warto go w pełni wykorzystywać w organizacjach.

NAZWY STANOWISK PRACY

Najpopularniejsi Projektanci User Experience

W każdej edycji naszego badania **najpopularniejszą** nazwą stanowiska wśród specjalistów UX był ***Projektant User Experience*** (ang. *User Experience Designer)*. Udział tej etykiety zmalał w porównaniu do poprzedniej edycji badania (w 2016 roku dotyczyła 44% respondentów, a w 2018 - 36%). Tym razem jednak pojawiła się **nowa nazwa w naszym zestawieniu - *Projektant produktu*** (7%). Razem projektantów UX i projektantów produktów jest 43%. Daje to podobną liczbę, co projektantów UX w 2016 roku.

Kolejną według popularności etykietą jest UI/UX Designer (11%), odwracając tym samym trend zapoczątkowany w 2016 roku (kiedy to zmalał ich udział w nazwach stanowisk).

Rosnąca rola liderów

Projektant produktu to nie jedyna nowość tegorocznej edycji badania. Po raz pierwszy tak licznie występują menedżerowie UX i liderzy zespołów (11%). Warto tu też przypomnieć, że w pytaniu o subiektywną ocenę poziomu doświadczenia stanowisko liderskie zaznaczyło więcej osób, bo aż 14%. W obu statystykach widać wyraźnie rosnące znaczenie liderów w branży projektowania produktów cyfrowych.

Jaka jest nazwa twojego stanowiska (to, co masz w stopce firmowego maila)? (N=486)

	2015	2016	2018
Projektant User Experience	**37%**	**44%**	**36%**
UI/UX Designer	16%	12%	17%
menedżer UX / lider zespołu	bd.	bd.	11%
UX researcher/Badacz UX	4%	5%	8%
Projektant produktu	bd.	bd.	7%
Specjalista ds. użyteczności	4%	2%	2%
Projektant interakcji	2%	2%	0%
Projektant usług	2%	2%	1%

W zestawieniu pojawiły się też mało popularne stanowiska wskazujące na wysoką specjalizację: projektant treści, CX designer, process designer, specjalista ds. konwersji. Na drugim biegunie były bardzo rozległe stanowiska takie jak Devops Engineer UX/UI.

OBOWIĄZKI SPECJALISTY UX W PRACY

Czym tak naprawdę zajmują się specjaliści UX na co dzień w pracy? Interesowało nas, które czynności są praktykowane regularnie, a nie używane sporadycznie, czy nawet jednorazowo, pod wpływem przeczytania nowego artykułu w internecie. Poprosiliśmy respondentów o wybranie najwyżej pięciu czynności, które najczęściej wykonują w pracy.

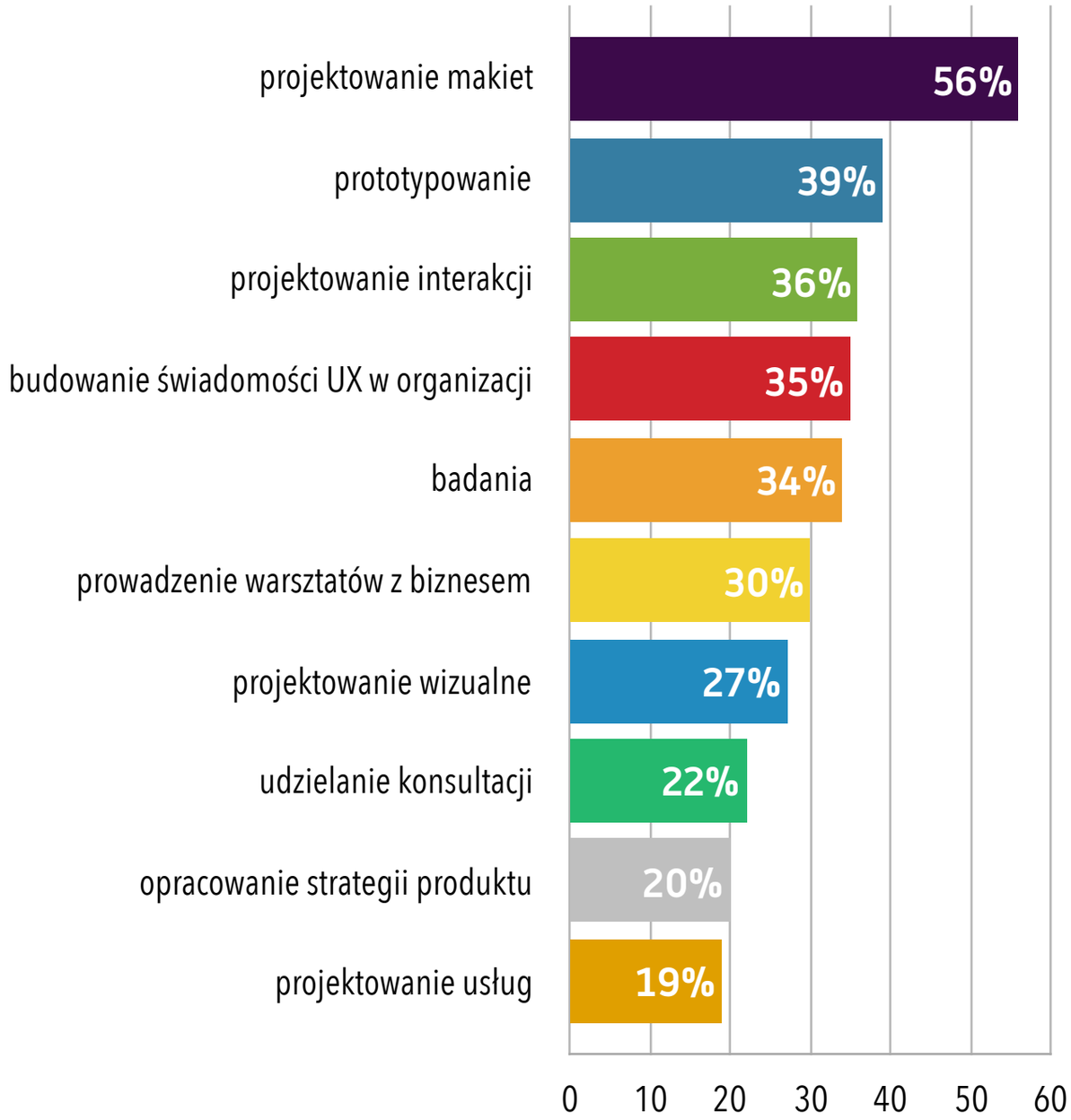
Specjaliści UX są od projektowania

Trzy pierwsze pozycje w tym zestawieniu **dotyczą projektowania**. Jedyną czynnością, którą wykonuje **większość specjalistów UX**, jest **projektowanie makiet (56%)**. Nieco rzadziej pojawiały się odpowiedzi związane z prototypowaniem (39%) i projektowaniem interakcji (36%). O ile ta pierwsza odpowiedź może oznaczać produkowanie makiet pod dyktando innych decydentów w projekcie, o tyle te dwie kolejne wskazują już na występowanie procesu projektowego. Dalszy podział wykonywanych czynności jest już bardziej zróżnicowany.

Duża potrzeba edukacji i ewangelizacji

Czynnością, którą specjaliści wykonują **najczęściej, poza projektowaniem**, jest **budowanie świadomości UX w organizacji** (35%). To pokazuje jak silną potrzebę edukowania widzą specjaliści UX.

Jakie czynności wykonujesz w pracy najczęściej? Zaznacz najwyżej 5 odpowiedzi. (N=488)



RÓŻNE OBLICZA SPECJALISTY USER EXPERIENCE

Badania są ważne

Na kolejnej pozycji znalazły się szeroko rozumiane badania (34%). Na co dzień zajmuje się nimi tylko 1/3 specjalistów UX. Jest to jednak lepszy wynik, niż w poprzedniej edycji raportu, kiedy badania nie znalazły się nawet w pierwszej piątce najczęściej wykonywanych czynności*. Tym razem widać, iż specjaliści UX dostrzegają ważną rolę, jaką badania pełnią w procesie projektowym.

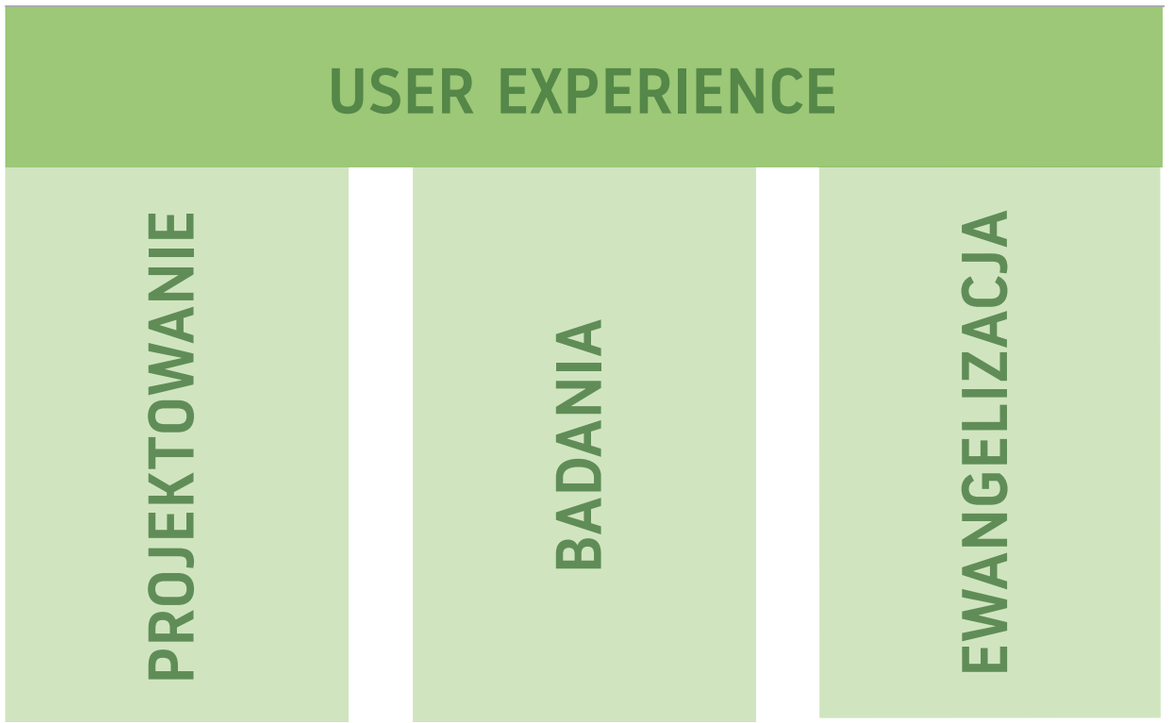
Specjaliści UX blisko biznesu

Projektowanie doświadczeń wykracza poza projektowanie interfejsu, co wymaga dobrego zrozumienia biznesu. Dlatego specjaliści UX są (albo przynajmniej starają się być) blisko biznesu: prowadzą z nimi **warsztaty projektowe (30%)**, uczestniczą w **opracowaniu strategii produktu** (20%) i **projektowaniu usług** (19%).

3 filary działalności UX

Pięć czynności, najczęściej wykonywanych przez specjalistów UX, tworzy filary, na których stoi branża projektowania produktów cyfrowych: projektowanie, badania i ewangelizacja. Są to podstawowe obszary działalności specjalistów user experience i product design w Polsce.

Trzy filary user experience: najczęstsze działania podejmowane przez specjalistów UX w Polsce.



Czy w branży UX można mówić o specjalizacji?

Czy jednak osoby posiadające różne nazwy stanowisk różnią się zakresem swoich obowiązków? Aby to sprawdzić, zestawiliśmy najczęściej wykonywane czynności z nazwami posiadanych stanowisk. Sprawdziliśmy też na jakie obszary działalności poświęcają najwięcej czasu pracy. Tak powstało pięć profili specjalistów UX, które omawiamy w dalszej części raportu.

* W poprzedniej edycji badania, w analogicznym pytaniu, respondenci mogli wybrać dowolną liczbę odpowiedzi.

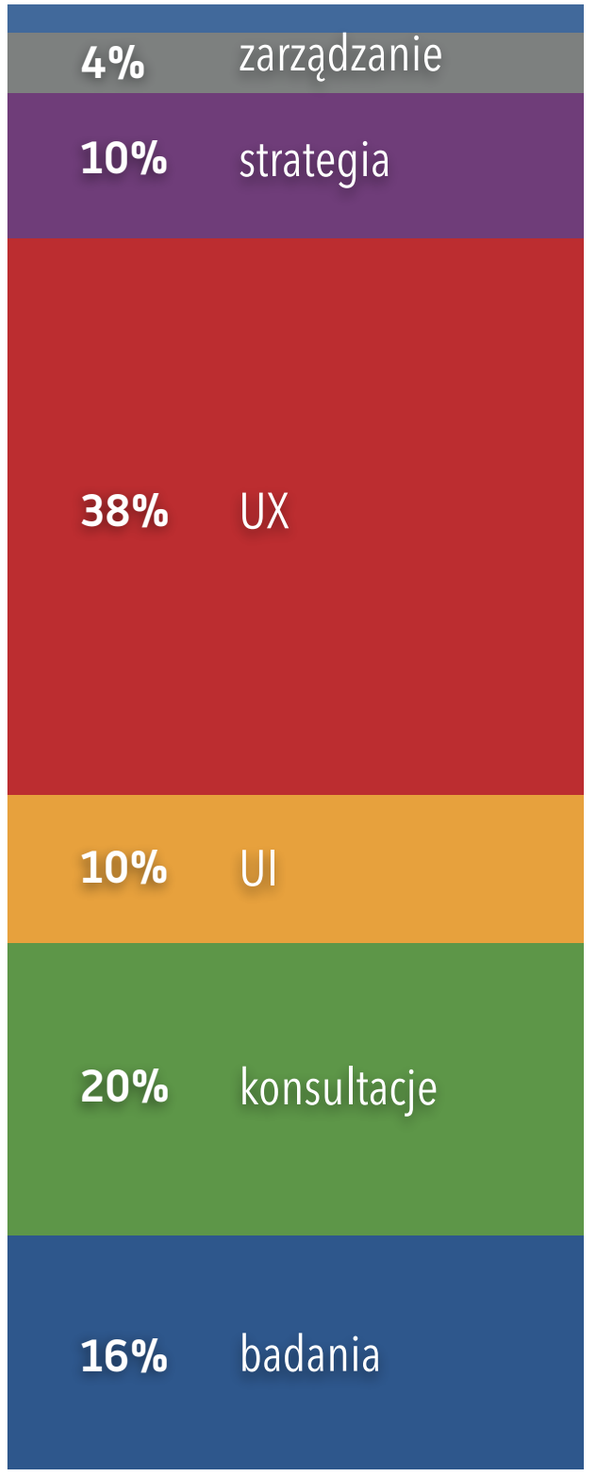
PROJEKTANT USER EXPERIENCE

Osoby pracujące w branży UX najczęściej zajmują stanowisko projektanta User Experience. **Najwięcej czasu** w swojej pracy poświęcają na **obszar projektowania UX (38% czasu pracy)**. Do tego obszaru można zaliczyć wszystkie **3 najczęściej wykonywane przez czynności**: projektowanie makiet (78%), prototypowanie (54%) i projektowanie interakcji (50%).

Co ciekawe, Projektanci UX **w niewielkim stopniu zajmują się projektowaniem UI** (10% czasu pracy), do którego można zaliczyć projektowanie wizualne. Więcej czasu poświęcaną na konsultowanie projektów (20%) i badania (średnio 16% swojego czasu pracy poświęcają na badania, jest to też czwarta najczęściej wykonywana czynność w pracy, wybrało ją 39% respondentów). Tak dużo uwagi poświęcanej badaniom może tłumaczyć fakt, dlaczego tak **mało w naszej branży badaczy - ich zadania częściowo przejęli projektanci UX**.

Zaskoczeniem jest stosunkowo niewielki udział czasu pracy nad strategią, co może świadczyć o **późnym włączaniu projektantów w proces pracy nad produktem**. Być może wiąże się to z najpopularniejszym miejscem pracy projektantów (software house i agencja interaktywna), gdzie jest duży nacisk na wdrażanie rozwiązania.

Podział czasu pracy (N=144)



Najczęściej wykonywane czynności*

projektowanie makiet	78%
prototypowanie	54%
projektowanie interakcji	50%
badania	39%
budowanie świadomości UX w org.	35%

*Wyniki nie sumują się do 100%, ponieważ uczestnicy badania udzielali max. do 5 odpowiedzi.

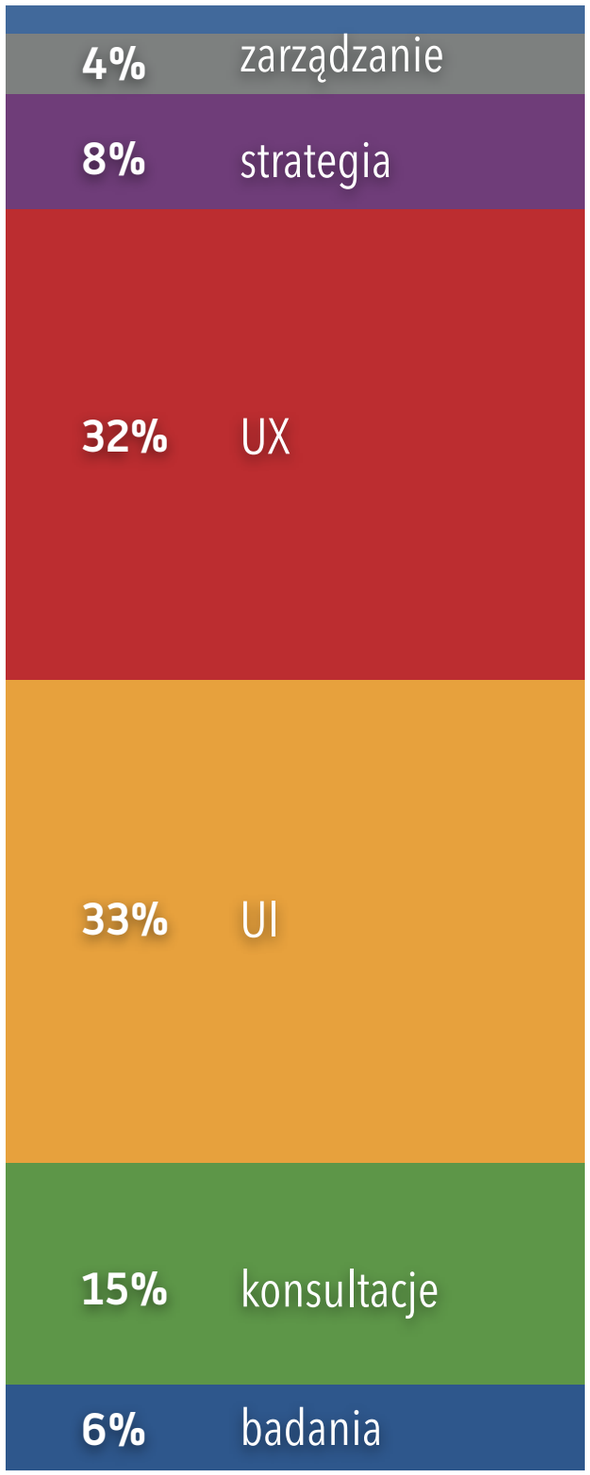
PROJEKTANT UI/UX

Jest to stosunkowo nowa nazwa stanowiska, zyskująca niewątpliwie na popularności w ostatnich latach. Jest to też **najmniej UXowa rola** spośród opisywanych - jedyna pozycja w naszym zestawieniu, w której **najwięcej czasu** pracy **poświęca** się samemu **interfejsowi (33%)**. Jednocześnie spośród wszystkich analizowanych stanowisk Projektant UI/UX poświęca **najmniej uwagi badaniom (6%)**. Choć obszarem UX zajmują się aż 32% swojego czasu, to powstaje wątpliwość, co to za UX bez badań? Czyżby wszyscy projektanci UI/UX korzystali ze wsparcia badaczy?

Większość, bo **65% swojego czasu pracy** Projektant UI/UX poświęca właśnie **na obszar projektowania**, w tym projektowanie makiet (zajmuje się tym aż 82% Projektantów UI/UX, najwięcej spośród wszystkich innych stanowisk), projektowanie wizualne (74%, także najliczniej spośród innych stanowisk), projektowanie interakcji (51%) i prototypowanie (50%). Inne czynności zdecydowanie rzadziej występują wśród codziennych ich obowiązków.

Drugim obszarem, jakiemu poświęcają jeszcze uwagę, są konsultacje (na czym spędzają 15% swojego czasu pracy) oraz związane z tym budowanie świadomości UX w organizacji (dotyczy to 32% badanych).

Podział czasu pracy (N=71)



Najczęściej wykonywane czynności*

*Wyniki nie sumują się do 100%, ponieważ uczestnicy badania udzielali max. do 5 odpowiedzi.

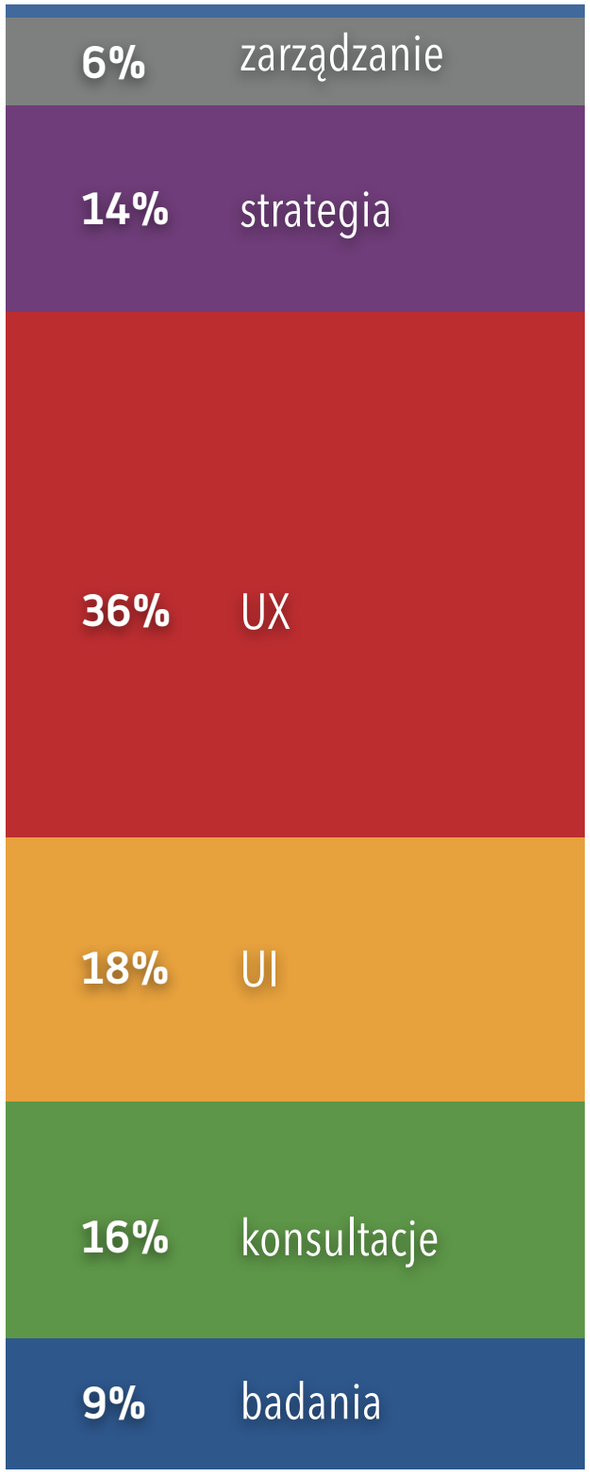
PROJEKTANT PRODUKTU

Kolejną nowością wśród stanowisk pracy jest projektant produktu, który po raz pierwszy pojawił się w raporcie o branży UX. Patrząc po ilości ofert pracy oraz trendach na zagranicznych rynkach można domniemywać, iż osób na tym stanowisku będzie przybywać. Na tem moment jest to najmniej licznie reprezentowana grupa w naszym zestawieniu, ukazująca też **największe rozproszenie obszarów działalności**.

Projektant produktu poświęca **bardzo dużo uwagi projektowaniu UX** (36% czasu pracy, prawie tyle, co projektant UX), ale też **sporo uwagi UI** (18%, więcej niż projektant UX) **i strategii** (14%, więcej niż pozostali dwaj rodzaje projektantów). Bada też więcej niż projektant UX/UI (9%), choć mniej niż projektant UX.

To rozproszenie uwagi widać też w zestawieniu najczęściej wykonywanych czynności, w którym znalazły się zarówno projektowanie interakcji czy makiet, jak i projektowanie wizualne i strategia produktu. Wszystko to składa się na obraz tak zwanego **UX Unicorna, który odpowiada za produkt od strategii, aż po wygląd**. Pytanie, czy przy tak rozległej działalności i braku specjalizacji rola ta spełni pokładane w niej oczekiwania.

Podział czasu pracy (N=30)



Najczęściej wykonywane czynności*

*Wyniki nie sumują się do 100%, ponieważ uczestnicy badania udzielali max. do 5 odpowiedzi.

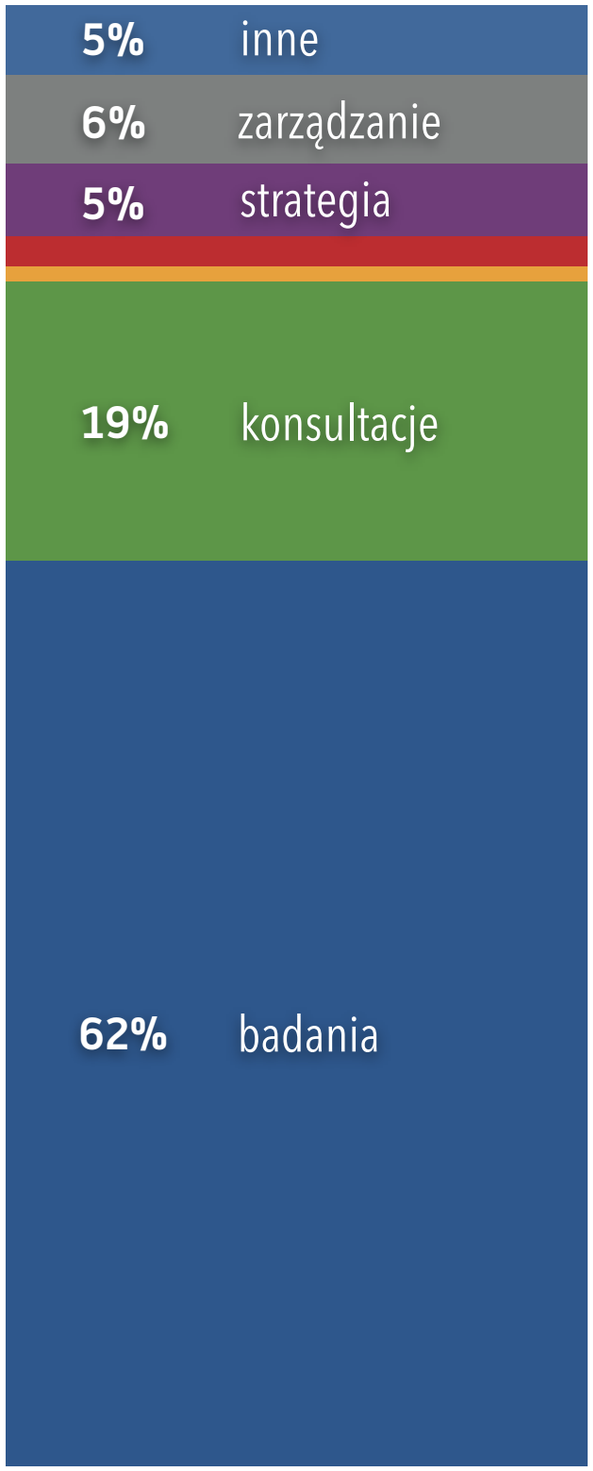
BADACZ UX

Zdecydowanie **największą specjalizację** wśród analizowanych profili specjalistów UX **widać u badaczy**. Badacz generalnie bada, poświęca na to aż 62% swojego czasu pracy. Jest to też jedyne stanowisko, na którym występuje pełna zgoda co do najpopularniejszej czynności w pracy - **wszyscy respondenci** zaznaczyli, iż na co dzień **zajmują się badaniami**. Do obszaru badań można też zaliczyć trzecią najpopularniejszą czynność, to jest prowadzenie warsztatów z użytkownikami.

Poza badaniami badacze zajmują się **przez 1/5 czasu pracy konsultowaniem**. Wśród najpopularniejszych działań wysoko znalazły się budowanie świadomości UX w organizacji (czym zajmuje się 39% badaczy), audyty eksperckie (31%) i osobiste konsultacje (31%). Badacze UX jawią się jako najwięksi **adwokaci użytkowników i podejścia klientocentrycznego** w organizacji.

Zaskakująco mało uwagi badacze poświęcają jednak sferze projektowania UX czy UI (średnio niecałe 3% czasu pracy), a także budowaniu strategii (5%). To pokazuje, że **badacze nie są angażowani w prace nad rozwojem produktu**, nie współuczestniczą w podejmowaniu decyzji, a ich rola jest sprowadzona do dostarczania informacji innym decydentom. Brak doświadczenia projektowego może odbijać się na ich zdolności wyciągania trafnych wniosków i wartościowych insightów.

Podział czasu pracy (N=32)



Najczęściej wykonywane czynności*

badania	100%
budowanie świadomości UX w org.	39%
prowadzenie warsztatów z użytkownikami	33%
audyty eksperckie	31%
udzielanie konsultacji	31%

*Wyniki nie sumują się do 100%, ponieważ uczestnicy badania udzielali max. do 5 odpowiedzi.

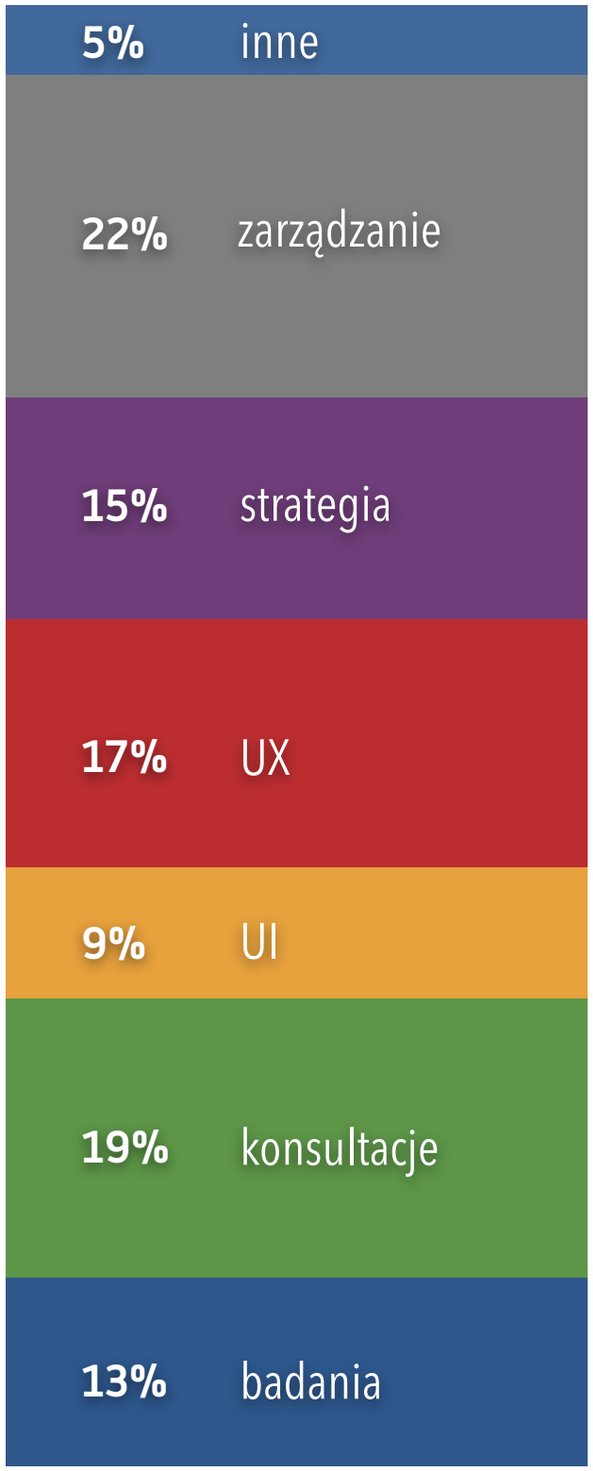
MENEDŻER UX

Menedżer UX czy też lider zespołu **zaskakująco mało zajmuje się zarządzaniem**. Choć wymienia ten obszar działalności najczęściej spośród innych analizowanych ról, to poświęca mu raptem 1/5 swojego czasu pracy. Pozostały czas dzieli dość równomiernie pomiędzy innymi obszarami działalności. Widać więc, że lider w branży UX to raczej **projektant, który dodatkowo zarządza zespołem**, niż menedżer, który zna się na projektowaniu.

Ponad połowa liderów **najczęściej zajmuje się budowaniem świadomości UX w organizacji** (55% osób), wspierając w ten sposób swój zespół w pracy projektowej. Wydaje się, że podstawowym celem istnienia tego stanowiska jest właśnie budowanie rangi zespołu UX. Innym rodzajem wsparcia są też konsultacje, które zajmują blisko 1/5 ich czasu pracy.

W pracach projektowych menedżer pracuje głównie wysokopoziomowo, prowadząc warsztaty z biznesem (dotyczy 47% menedżerów), opracowując strategię (33%) czy planując mapę rozwoju produktu (29%). Jest to ta rola, która spośród wszystkich pozostałych profili, najwięcej uwagi poświęca właśnie strategii (15%). Częściej też zajmują się projektowaniem UX, niż UI.

Podział czasu pracy (N=47)



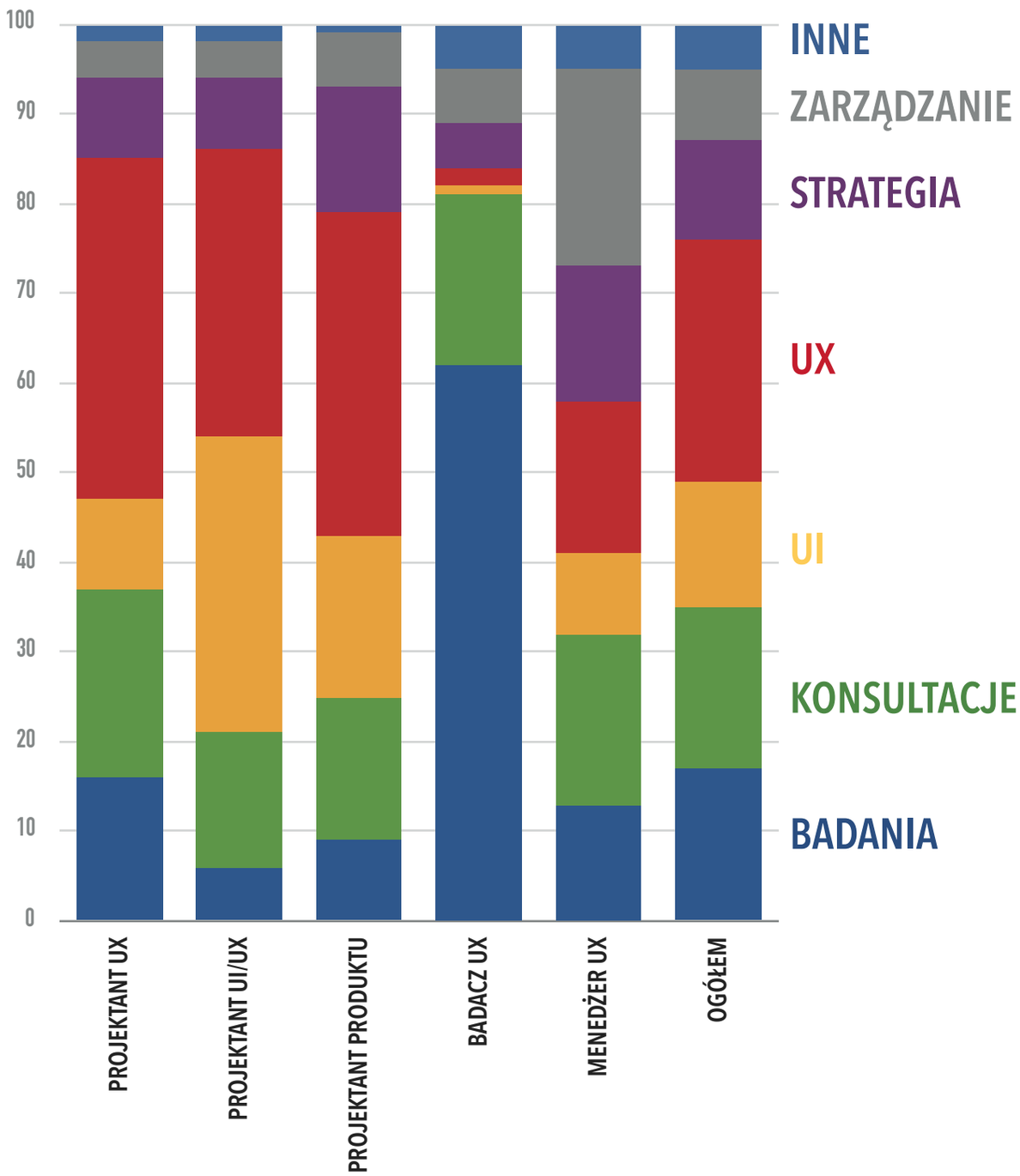
Najczęściej wykonywane czynności*

budowanie świadomości UX w org.	55%
zarządzanie zespołem	51%
prowadzenie warsztatów z biznesem	47%
opracowanie strategii produktu	33%
planowanie roadmapy dla produktu	29%

*Wyniki nie sumują się do 100%, ponieważ uczestnicy badania udzielali max. do 5 odpowiedzi.

PORÓWNANIE DZIAŁALNOŚCI RÓŻNYCH SPECJALISTÓW UX

Przypomnij sobie ostatnie trzy miesiące swojej pracy. Postaraj się procentowo oszacować, jak często zajmowałeś się czynnościami z poszczególnych obszarów. (N=438)



Jak widać po analizie tych profili **ciężko jest mówić o specjalizacji** w tej branży. Praktycznie jedynym profilem, w których faktycznie widać dużą specjalizację, jest badacz UX. Pozostałe stanowiska to bardzo **podobne do siebie mieszanki obowiązków** i wykonywanych czynności, różni się jedynie nacisk położony na poszczególne obszary działalności.

Czym zajmuje się specjalista UX?

Kiedy weźmie się pod uwagę wszystkie odpowiedzi specjalistów UX, niezależnie od zajmowanego przez nich stanowiska, to widać, że najwięcej czasu poświęcają oni na **projektowaniu UX (27%) i UI (14%),** a także **konsultowaniu (18%) i badaniach z użytkownikami (17%)**. Nieco **mniej czasu mogą poświęcić na strategię** (11%), zaś zarządzanie i inne działania stanowią jedynie margines ich działalności (odpowiednio 8 i 5%).

Specjaliści UX są więc… specjalistami, rzemieślnikami skupionymi na wykonywaniu swojej pracy i dostarczaniu jej efektów interesariuszom.

WADY I ZALETY

WADY PRACY JAKO SPECJALISTA UX

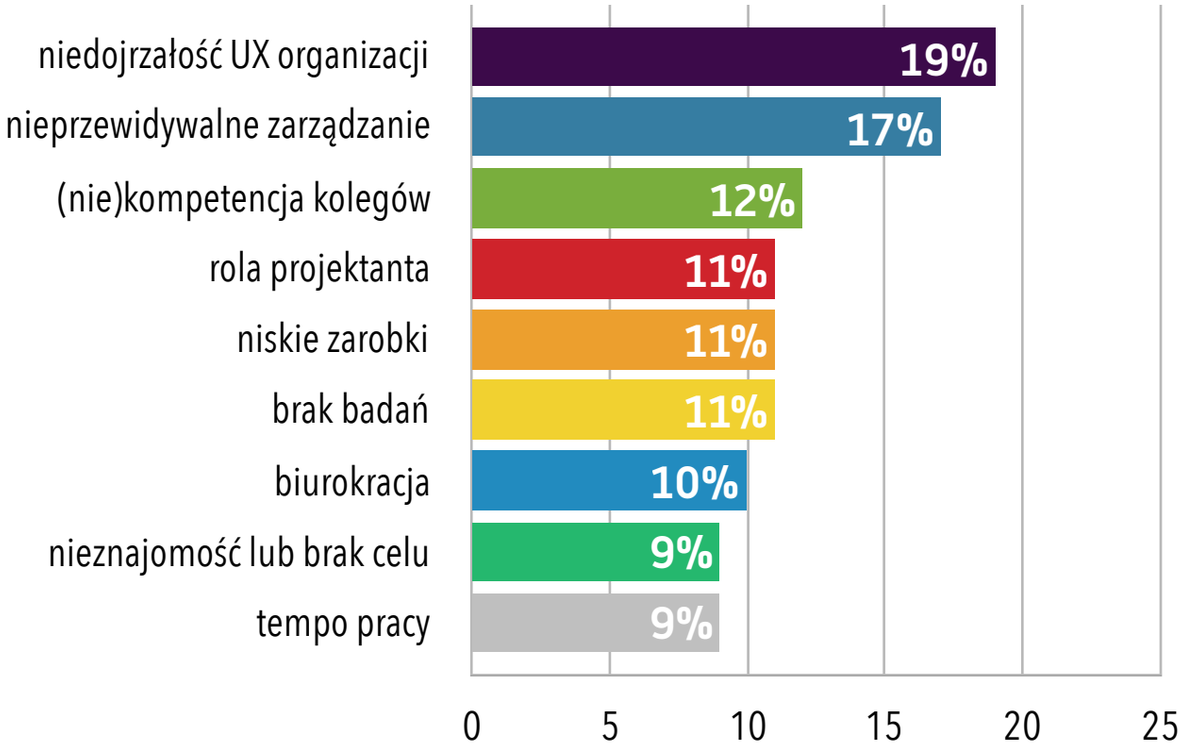
Po raz pierwszy spytaliśmy badanych, co lubią w swojej pracy, a co zmniejsza ich satysfakcję. Mieliśmy nadzieję, że dzięki odpowiedziom na te dwa pytania uda nam się pokazać prawdziwy obraz tego zawodu, zarówno mocne jego strony oraz korzyści jakie ze sobą niesie, jak i wyzwania, z którymi trzeba się na co dzień mierzyć. Badani mieli możliwość podać po trzy zalety i trzy wady, a ich odpowiedzi okazały się rozbudowane i treściwe. Wszystkie zostały zaklasyfikowane do pasujących kategorii. Przytaczamy wybrane z nich, tak aby najlepiej oddać charakter danej kategorii.

Najbardziej boli niezrozumienie UX

Najczęściej pojawiającą się **bolączką, wymienianą przez co piątego respondenta, była niska świadomość w organizacji** na temat procesu projektowania doświadczeń. Projektanci skarżą się na to, że ich praca jest niezrozumiana i niedoceniana, przez co ich rola często jest sprowadzana do produkowania makiet. Wielu interesariuszy nie zna założeń procesu projektowego i oczekuje szybkich rozwiązań. Zawód ten wiąże się w związku z tym z ciągłą koniecznością wyjaśniania i tłumaczenia, na czym ta praca polega i jaka jest jej wartość. To z kolei powoduje **duży poziom frustracji** (co widać po niektórych odpowiedziach w ankiecie).

Na pytanie o to, co zmniejsza satysfakcję z pracy, uzyskaliśmy 812 odpowiedzi od 342 osób. Wśród tych odpowiedzi widać duże rozproszenie, co może świadczyć o tym, że bolączki specjalistów UX w dużej mierze zależą od tego, w jakim środowisku pracują.

Co zmniejsza Twoją satysfakcję z pracy?
Podaj maksymalnie 3 odpowiedzi. (N=349)*



*Wyniki nie sumują się do 100%, ponieważ uczestnicy badania mogli udzielić do 3 odpowiedzi.

WADY PRACY JAKO SPECJALISTA UX

Niedojrzałość UX organizacji 19%

▸Konieczność tłumaczenia w IT, że UX nie jest fanaberią. ▸Traktowanie UX Designerów jako "tych od makiet". ▸Biznes nierozumiejący UXa. ▸Gamonie, którzy nie wiedzą, co to UX i myślą, że to UI.

Rola projektanta 11%

▸Zbyt mała ważność zespołu UX. ▸UX bywa kwiatkiem do kożucha. ▸Ciągłe użeranie się z upartymi managerami. ▸Nazywają mnie UXem, a oczekują tylko designów. ▸UX UX-em - my i tak swoje wiemy.

Nieprzewidywalne zarządzanie 17%

▸Zmienianie priorytetów. ▸Chaos w organizacji, brak jasnych ról. ▸Odwoływanie projektów, niedecyzyjny, niekompetentny biznes, decyzje z powietrza, a nie z badań. ▸ Chaos informacyjny.

Niskie zarobki 11%

▸Zbyt niskie zarobki. ▸Czekam na przelew. ▸Odwoływanie projektów, niedecyzyjny, niekompetentny biznes, decyzje z powietrza, a nie z badań. ▸ Chaos informacyjny.

(Nie)kompetencja kolegów 12%

▸Współpraca z ludźmi bez wiedzy. ▸Duża grupa pseudo-UXów ▸Wszyscy "się znają" na badaniach. ▸Upośledzenie developerów. ▸Przegadani ludzie - cholera mnie bierze, kiedy muszę ich słuchać.

Brak badań 11%

▸Traktowanie badań jako fanaberię UX-a. ▸Mało badań pre-idea. ▸Niechęć klientów do badań. ▸Brak budżetu badawczego. ▸Niedocenianie użytkowników przez biznes.

ZALETY PRACY JAKO SPECJALISTA UX

O ile wady pracy jako specjalista UX wynikają głównie z czynników zewnętrznych: środowiska, organizacji czy współpracowników, o tyle **zalety są bardziej związane z charakterem samej pracy**: różnorodność (48%), praca z ludźmi (42%), sprawczość (31%) czy kreatywność (21%).

Pochwała różnorodności

Specjaliści UX nie boją się wyzwań. Dlatego tak bardzo doceniają różnorodność w swojej pracy. Mnogość zadań, technik i projektów pozwala im się rozwijać i zapobiega znużeniu. **Dla blisko połowy respondentów różnorodność stanowi jedną z największych zalet** pracy jako specjalista UX.

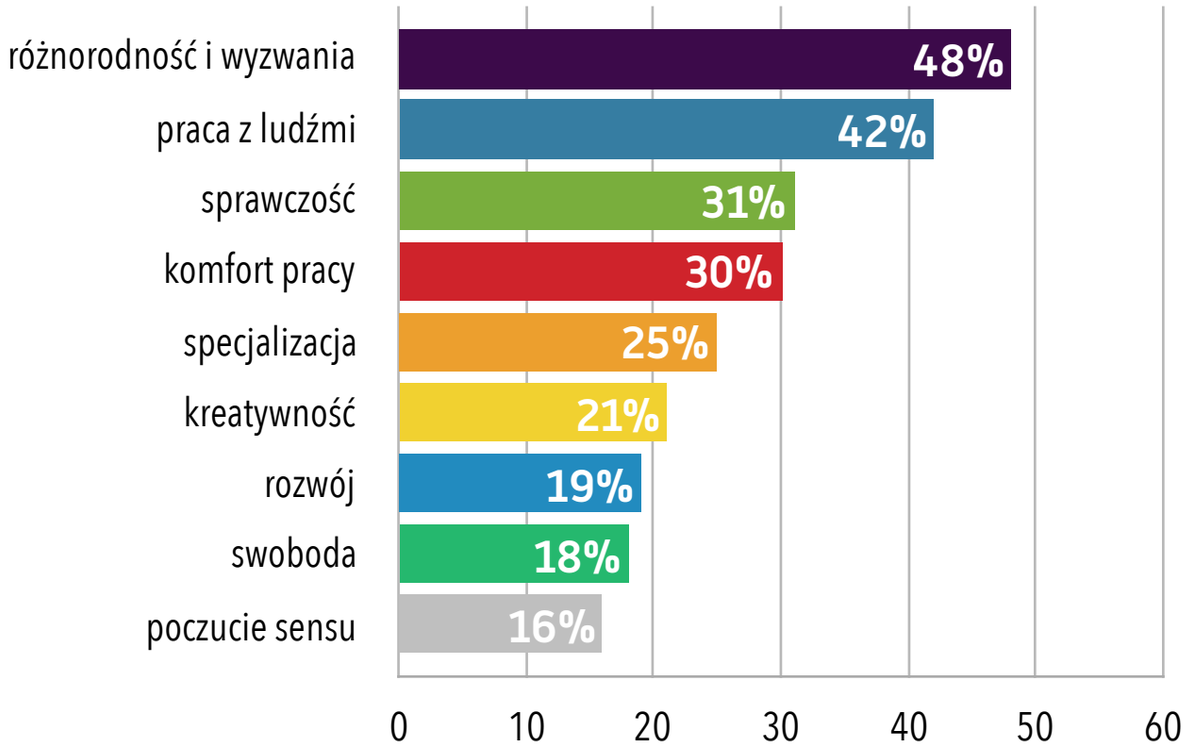
Ważne jest też środowisko pracy

Badani docenili też **czynniki wynikające ze środowiska pracy**, takie jak komfort pracy, na który składa się nie tylko wysokość zarobków, ale też elastyczny czas pracy, czy spokój (30%), swobodę w podejmowaniu decyzji i dobieraniu technik, narzędzi czy procesu przy danym projekcie (18%) oraz możliwości rozwoju (19%).

Warto wspomnieć, że **co szósty specjalista UX czuje, że jego praca ma sens**, pozwala rozwiązywać ludzkie problemy i zmienia świat na lepsze.

Na pytanie o to, co lubisz w swojej pracy, uzyskaliśmy 953 odpowiedzi od 349 osób. Zalet było o 141 więcej, niż wad. Okazały się też łatwiejsze w klasyfikacji, gdyż respondenci byli zaskakująco zgodni w swoich wyborach.

Co lubisz w swojej pracy? Podaj maksymalnie 3 odpowiedzi. (N=349)*



*Wyniki nie sumują się do 100%, ponieważ uczestnicy badania mogli udzielić do 3 odpowiedzi.

ZALETY PRACY JAKO SPECJALISTA UX

Różnorodność i wyzwania 48%

▸Brak nudy, cały czas nowe wyzwania. ▸Każdy dzień inny. ▸Różnorodność problemów. ▸Nadal napotykam na ciekawe wyzwania biznesowe i badawcze, gimnastykuję mózg. ▸Dużo się dzieje.

Komfort pracy 30%

▸Zdalna praca (życie rodzinne kwitnie). ▸Luz, to że nie ma terminu. ▸Brak korporacyjnego podejścia. ▸Spory szacunek do ludzi w zespole. ▸Stabilność płacy. ▸Doświadczony zespół i świadomość ux organizacji.

Praca z ludźmi 42%

▸Duża ilość interakcji z różnymi ludźmi. ▸Praca z ludźmi (klient, zespół, bliska współpraca z developerami). ▸Praca z ciekawymi ludźmi, nie da się nudzić. ▸Kontakt z użytkownikiem.

Specjalizacja 25%

▸Pracuje z grafiką, to moje hobby. ▸To, że wymaga też myślenia logicznego i odrobiny wiedzy technicznej. ▸ Warsztaty z klientami, zaglądanie im do głów. ▸Projektowanie w oparciu o badania.

Sprawczość 31%

▸Wpływ na rzeczywistość. ▸Praca na poziomie koncepcji i ich realizacja, przejście z czegoś w głowie do czegoś fizycznego. ▸Możliwość realnego wpływu na wygląd i zachowanie produktu.

Kreatywność 21%

▸Przestrzeń do kreacji . ▸Możliwość wymyślenia czegoś nowego. ▸Bycie twórcą. ▸Praca wyobraźnią. ▸Generowanie pomysłów. ▸Kreatywność tego zawodu.

ZAROBKI

WYNAGRODZENIA SPECJALISTÓW*

Pytania o zarobki jest tradycyjnie najbardziej problematyczną częścią każdej edycji raportu. Dane te traktujemy z wyjątkową ostrożnością i uwagą, prezentując i interpretując je w sposób, który nie pozwala na identyfikację respondentów. W tym roku zaufało nam rekordowe **82% uczestników badania**, udostępniając nam informacje o swoich wynagrodzeniach.

Wynagrodzenie a doświadczenie

Co roku porównujemy zarobki specjalistów w poszczególnych rolach. Nasze zaskoczenie budzi duże rozproszenie wynagrodzeń dla każdej z pozycji, która w zależności od poziomu doświadczenia waha się od pięcio- do dziesięciokrotności minimalnej pensji, w konkretnej kategorii.

Najlepiej zarabiają eksperci, natomiast rolę lidera zespołu/managera pracodawcy wyceniają tylko o 1 000 zł lepiej, niż pracę na stanowisku seniora. Niewykluczone, że taka różnica wynika z dość ograniczonych obowiązków managerskich, które omawiamy w części raportu poświęconej profilom.

Wynagrodzenie młodszych specjalistów oscyluje w granicach średniej krajowej pensji i znacząco odbiega od wynagrodzeń w pozostałych rolach. Może być to związane z tymczasowością tej roli i zwyczajowo szybkim awansem do stanowiska specjalisty.

Przedziały zarobków a pozycja zawodowa. (N=281)

nazwa	liczność	mediana	przedział zarobków
Ekspert	36	**12 000 zł**	3 500 – 43 000 zł
Lider zespołu / Manager	52	**9 100 zł**	3 800 – 30 000 zł
Starszy specjalista	105	**8 000 zł**	4 000 – 27 000 zł
Specjalista	148	**6 550 zł**	2 200 – 10 500 zł
Młodszy specjalista	61	**3 500 zł**	1 000 – 7 000 zł

Stawka za godzinę pracy. (N=281)

Średnia stawka godzinowa za godzinę pracy specjalisty UX to 113 zł. W porównaniu do roku 2016, jest to kwota o 17% procent wyższa. Co ciekawe, różnica pomiędzy stawką godzinową zarabianą przez ekspertów (206 zł), a średnią stawką jest mniej niż dwukrotna. Lider zespołu za godzinę pracy może zarobić 138 zł, seniorzy mogą zarobić średnio 118 zł, specjaliści 91 zł, a juniorzy 53 zł.

* Wszystkie kwoty podane netto

ŚREDNIE WYNAGRODZENIE*

Średnie wynagrodzenie

7 254 ZŁ

MIN 1 000 zł, MAX 43 000 zł, **MEDIANA: 6 500 zł**, N=410

Informacje o wynagrodzeniu z poprzednich badań.

rok	min	średnia	max	mediana
2017	650 zł	5 883 zł	20 000 zł	5 250 zł
2015	1 700 zł	5 366 zł	15 000 zł	5 000 zł
2013	900 zł	4 828 zł	14 000 zł	
2012	1200 zł	4 400 zł	12 000 zł	

Zarobki specjalistów UX w Polsce można określić jako dobre lub bardzo dobre. Świadczą o tym zarówno znaczące wzrosty kwoty średniego wynagrodzenia, jak i fakt, że kwestie finansowe znajdują się dopiero na piątym miejscu wśród wad pracy w branży user experience.

Dla porównania: przeciętne wynagrodzenie według danych GUS w Polsce w sektorze przedsiębiorstw wyniosło w 2018 roku 3 042 zł. Z kolei mediana zarobków specjalistów z obszaru IT (według raportu Sedlak&Sedlak za rok 2017) wynosi 5 300 zł. Porównując tę wartość do zarobków specjalistów UX - 6 500 zł - możemy tutaj mówić o **wyższych niż przeciętne zarobkach**.

Te wynagrodzenia wynikają prawdopodobnie po części z faktu, że branża cyfrowa ciągle cierpi na niedobór pracowników. Jest to wyraźnie widoczne w rosnącej rok do roku liczbie ogłoszeń o pracę na popularnych serwisach ogłoszeniowych. Sytuację nieco poprawiają absolwenci kierunkowych studiów podyplomowych, którzy co roku dołączają do rynku pracy i zwiększają konkurencyjność.

* Wszystkie kwoty podane netto

ZAROBKI W MIASTACH*

Zarobki w poszczególnych miastach.

miasto	liczność	mediana	średnia
Warszawa	179	**7 400 zł**	8 012 zł
Wrocław	53	**6 000 zł**	6 762 zł
Kraków	53	**6 300 zł**	7 470 zł
Poznań	40	5 800 zł	5 833 zł
Trójmiasto	28	6 200 zł	7 351 zł
Śląsk	23	5 000 zł	6 134 zł

Warszawa tradycyjnie z najwyższymi zarobkami

Warszawa jest według każdej edycji naszego badania głównym ośrodkiem branży UX, skupiającym ok. 40-45% polskich specjalistów. Jest też miejscem, gdzie zarówno mediana, jak i średnia zarobków jest najwyższa. **Branżowi specjaliści w Warszawie mogą zarobić około 7 400 zł** (mediana).

Silne duże ośrodki

Pozostałymi miastami, w których liczba odpowiedzi jest znacząca i pozwala na ich głębszą analizę, są Wrocław, Kraków i Poznań.

Mediana zarobków we Wrocławiu to 6 000 zł, w Krakowie 6 300 zł, a w Poznaniu 5 800 zł. W każdym z tych miast funkcjonuje sporo firm tworzących oprogramowanie (software house), własny produkt (start-up) i duże platformy e-commerce.

Dane dla aglomeracji Śląskiej i Trójmiasta oparte są na zbyt małej próbie i mogą być traktowane najwyżej jako poglądowe wartości.

* Wszystkie kwoty podane netto

NIERÓWNOŚĆ W ZAROBKACH*

Kobiety zarabiają zdecydowanie mniej

Jednym z największych odkryć tegorocznego raportu było porównanie zarobków kobiet i mężczyzn w branży UX. Z udzielonych odpowiedzi wnika, że **kobiety średnio zarabiają o 2 300 zł mniej niż mężczyźni**, a różnica median wynosi aż 2 000 zł.

Im wyżej, tym większa dysproporcja

Im poważniejsza rola i doświadczenie, tym różnica w zarobkach pomiędzy płciami jest większa. O ile na stanowiskach juniorskich nie można mówić o nierównościach (chociaż zastanawia, dlaczego kobiet jest dwu-trzykrotnie więcej niż mężczyzn), o tyle w kolejnych rolach jest coraz gorzej. Starsze specjalistki średnio zarabiają o 10% mniej niż mężczyźni, a **kobiety na stanowiskach kierowniczych i managerskich aż 25% mniej.** Inne raporty badające ten temat (Kobiety w IT 2018) wydają się potwierdzać tę niepokojącą nierówność.

Widać również, że kobiet na wyższych stanowiskach jest zauważalnie mniej niż mężczyzn, co również może mieć wpływ na wysokość zarobków. Jest to tym bardziej niepokojące, że według wyników badań z ostatnich 3 lat, proporcje kobiet i mężczyzn funkcjonujących w branży UX są mniej więcej równe.

W oparciu o niniejsze dane i informacje poboczne z niniejszego badania, można mówić o widocznej dysproporcji w zarobkach z uwagi na płeć.

* Wszystkie kwoty podane netto

Średnie zarobki mężczyzn
(N=197, mediana 7 500 zł)

8 493 ZŁ

Zarobki kobiet i mężczyzn według pozycji zawodowej.

	mediana		średnia		Liczność	
	K	M	K	M	K	M
Ekspert	10 500	12 000	13 000	14 411	15	17
Manager	**7 550**	**10 000**	7 933	11 020	**12**	**25**
Senior	**7 700**	**8 500**	7 944	8 828	**27**	**49**
Regular	**5 600**	**6 000**	5 605	6 213	**71**	**43**
Junior	3 500	3 300	3 496	3 645	33	11

Średnie zarobki kobiet
(N=211, mediana 5 500 zł)

6 130 ZŁ

USER EXPERIENCE I PRODUCT DESIGN W POLSCE 2018

BUZZWORD

PRZEREKLAMOWANE TERMINY*

artificial intelligence (AI), machine learning (ML), design thinking, blockchain, design sprint, product design, design system, UX, UX is dead, boty, service design, ops, voice interface, microcopy, agile, UX writing, smart, PWA, omnichannel, innowacja, digital transformation, UX/UI, research, persona, etyka, dark pattern, customer experience, conversational interfaces, experience design, warsztaty, VR, UX unicorn, UX lead, UCD, prototypowanie, prosty język, portfolio, out-of-the-box, offline, networking, mindfulness, machine learning, full stack designer, flat design, feedback, fail, facylitacja, FaceID, ewangelizacja UX, ekosystem, diversity, disruptive, discovery, design service, design research, data based decision, curiosity, certyfikaty ux, brand intentity, artificial intelligence (AI), machine learning (ML), design thinking dead, boty, service design, ops, voice interface, microcopy, agile, UX writing, smart persona, etyka, dark pattern, customer experience, conversational interfaces, experi prosty język, portfolio, out-of-the-box, offline, networking, mindfulness, machine le ewangelizacja UX, ekosystem, diversity, disruptive, discovery, design service, design r icial intelligence (AI), machine learning (ML), design thinking, blockchain, design spri ps, voice interface, microcopy, agile, UX writing, smart, PWA, omnichannel, innowac , customer experience, conversational interfaces, experience design, warsztaty, VR, U e-box, offline, networking, mindfulness, machine learning, full stack designer, flat desi ity, disruptive, discovery, design service, design research, data based decision, curiosi ning (ML), design thinking, blockchain, design sprint, product design, design system, UX, UX is dead, boty, service design, ops, voice interface, microcopy, agile, UX writing, smart, PWA, omnichannel, innowacja, digital transformation, UX/UI, research, persona, etyka, dark pattern, customer experience, conversational interfaces, experience design, warsztaty, VR, UX unicorn, UX lead, UCD, prototypowanie, prosty język, portfolio, out-of-the-box, offline, networking, mindfulness, machine learning, full stack designer, flat design, feedback, fail, facylitacja, FaceID, ewangelizacja UX, ekosystem, diversity, disruptive, discovery, design service, design research, data based decision, curiosity, certyfikaty ux, brand intentity, artificial intelligence (AI), machine learning (ML), design thinking, blockchain, design sprint, product design, design system, UX, UX is dead, boty, service design, ops, voice interface, microcopy, agile, UX writing, smart, PWA, omnichannel, innowacja, digital transformation, UX/UI, research, persona, etyka, dark pattern, customer experience, conversational interfaces, experience design, warsztaty, VR, UX unicorn, UX lead, UCD,

Najbardziej nadużywane terminy roku 2018 w branży UX to:

1. **artificial intelligence/machine learning**
2. **myślenie projektowe** (design thinking),
3. **blockchain,**
4. **design sprint,**
5. **product design.**

* Lista przedstawia losowe terminy, wskazywane przez uczestników badania. Terminy powtarzają się.

AUTORZY

Kontakt do autorów: raport@hci.org.pl

Iga Mościchowska

Jako trener, mentor i facylitator wspiera zespoły w rozwijaniu kompetencji UX. Wcześniej współtworzyła przez 6 lat studio projektowo-badawcze WitFlow, gdzie realizowała projekty dla eBay, Opera Software, Tauron czy KGHM. Współautorka bestsellerowej książki “Badania jako podstawa projektowania user experience”. Wykładowca i opiekun merytoryczny studiów podyplomowych User Experience & Product Design na WH AGH. Jest mentorem w programie akceleracyjnym Google. Fanka LEGO, zarówno do zabaw z dziećmi, jak i na warsztatach z klientem.

Joanna Rutkowska

Joanna Rutkowska jest design researcherem. Regularnie przemieszcza się między Warszawą a Nowym Jorkiem w poszukiwaniu informacji i inspiracji do swoich projektów. Współpracowała przy humanizacji nowych technologii dla organizacji takich jak Play czy Pracuj.pl, prowadziła zespół design research w Senfino. W ramach programu doktorskiego TLU w Estonii zajmuje się odkrywaniem i komunikacją insightów w procesie projektowym. Joanna należy do IDEO U Community of Practice, w którym realizuje projekt dotyczący kształtowania zdrowych relacji. Aktywnie praktykuje jogę i w ukryciu uczy się grać na ukulele.

Tomasz Skórski

Digital Products and Architecture Manager firmie Inter Cars S.A. Manager i projektant cyfrowych produktów z wieloletnim doświadczeniem, specjalizujący się w projektach z obszaru e-commerce. Wykładowca na Uniwersytecie SWPS w Warszawie, Wrocławiu i Katowicach, autor podcastu Nie Tylko Design, twórca serwisu Praca UX, członek ACM i SIG CHI. Współtwórca raportu branży UX od 2012 roku. W nieistniejących wolnych chwilach nurkuje.