



Young Digital Planet, Gdańsk

Wszystko zaczęło się w 1990 r., kiedy to czterech studentów Politechniki Gdańskiej z wydziału inżynierii dźwięku zastanawiało się, co zrobić ze swoją zawodową przyszłością. Waldemar Kucharski, Artur Dyro, Piotr Mróz i Jacek Kotarski postanowili założyć własną firmę. Przedsiębiorstwo Young Digital Planet (YDP)¹ powstało w 1990 r. jako spółka cywilna, początkowo pod nazwą Young Digital Poland Laboratorium Inżynierii Dźwięku. Pierwotna nazwa nawiązywała do zainteresowania problematyką kart dźwiękowych, którymi zajmowała się firma w pierwszym okresie swojej działalności. Czterech założycieli od początku istnienia przedsiębiorstwa działało razem, tworząc zarząd YDP. Wartość kapitału założycielskiego przedsiębiorstwa w momencie jego założenia wynosiła 10 milionów starych złotych (1000 PLN) plus komputer AT 286 bez twardego dysku. Założyciele firmy byli również jej pierwszymi pracownikami. Pierwszym przedmiotem działalności przedsiębiorstwa była sprzedaż kart dźwiękowych, jak również obrót handlowy produktami znanych producentów. Firma działała w ten sposób kilka lat, w praktyce realizując różne zlecenia i poszukując profilu działalności, który zapewniłby stabilne źródło dochodów. Było to typowe dla pierwszej połowy lat 90., w której wiele firm w Polsce poszukiwało swojej specjalizacji i zmieniało branże w wyniku niestabilnej polityki gospodarczej tego okresu.

W 1994 r. YDP stworzyło od podstaw program multimedialny do nauki języka angielskiego „MediaEuro”, zapisany na płycie CD i sprzedawany w ramach tzw. sprzedaży pudełkowej. W 1994 r. powstał również program „Euro Plus + Flying Colours” – interaktywny kurs języka angielskiego. Program ten, ciągle udoskonalany, nadal stanowi istotne źródło przychodów przedsiębiorstwa. W latach 1995-1997 przedsiębiorstwo koncentrowało się na interaktywnych kursach językowych, oferując takie programy jak np. Lingua-Land. Sukcesy w nadawaniu formy multimedialnej istniejącym wydawnictwom zachęciły YDP do prób tworzenia własnych produktów.

W 1998 r. inżynierowie YDP, zachęceni sukcesami pierwszych własnych wydawnictw, podjęli próbę stworzenia własnych programów edukacyjnych, nie tylko językowych. W ramach tego kierunku działalności stworzono takie programy jak: „Wirtualna Szkoła Matematyka” oraz „Andy Warhol” (we współpracy z Muzeum Narodowym w Warszawie oraz z udziałem znanych przedstawicieli świata kultury: m.in. Andrzeja Wajdy i Urszuli Czartoryskiej). Następnie została wydana seria Tuwim i Brzechwa, która uzyskała liczne nagrody międzynarodowe, w szczególności na targach edukacyjnych w Bolonii.

W latach 1998-1999 YDP rozpoczęło duże wspólne przedsięwzięcie z firmą Macmillan Heinemann ELT z Oxfordu, w wyniku którego powstał kilkupoziomowy program edukacyjny do nauki języka angielskiego „REWARD”, który okazał się bardzo dużym sukcesem rynkowym i w efekcie umożliwił szersze wejście na rynki międzynarodowe (m.in. Tajwan oraz kraje europejskie). W 2000 r. program „REWARD” wszedł na rynek rosyjski, z którym wiązano bardzo duże nadzieje.

W latach 1999-2001 YDP rozpoczęło realizację największego przedsięwzięcia edukacyjnego – tworzenia multimedialnych podręczników dla szkoły podstawowej i gimnazjum. W ramach tego zakresu działalności zrealizowano podręczniki do nauki kilku przedmiotów oraz zapoczątkowano tworzenie największej biblioteki zasobów edukacyjnych. Warto zaznaczyć, iż zgodnie z filozofią

¹ Young Digital Planet <http://www.ydp.com.pl/>



firmy wszystkie zasoby, poczynając od scenariuszy, poprzez grafikę, (zdjęcia, rysunki, itp.) oraz filmy (technika 2D, 3D oraz filmy audio) powstawały w YDP. W 2009 r. cyfrowa biblioteka tego typu zasobów liczyła ponad 20 tys. pozycji. Warto podkreślić, iż w 1999 r. przedsiębiorstwo pozyskało mniejszościowego inwestora strategicznego – koncern medialny Sanoma Learning and Literature, z siedzibą centrali w Finlandii.

Coraz większe sukcesy na rynkach międzynarodowych oraz reorientacja zainteresowania polskich władz w zakresie szkolnictwa publicznego w kierunku nowoczesnych technologii², a także niewątpliwý postępowanie w zapewnianiu przejrzystości w polityce przetargowej w Polsce, spowodowały powrót YDP na polski rynek szkolnictwa publicznego. W 2006 r. YDP, na zlecenie Ministerstwa Edukacji Narodowej, opracowało i wypełniło treścią portal edukacyjny scholaris.pl. Dzięki sukcesom krajowym na rynku publicznym oraz porozumieniom z wieloma krajami (np. Belgią i Holandią) zakres oddziaływania YDP zaczął się poszerzać na inne kraje Azji (Indonezja) i kolejne kraje Europejskie (m.in. Chorwacja i Węgry). W 2006 r. struktura wewnętrzna przedsiębiorstwa została rozbudowana – powstały dwie jednostki biznesowe: Business Unit Poland i Business Unit International, co w szerszym stopniu odpowiadało międzynarodowej i krajowej specyfice przedsiębiorstwa, ponieważ nie sposób prowadzić dwa główne nurty w obrębie tej samej jednostki organizacyjnej.

Szybki wzrost sprzedaży serwisowej dla szkolnictwa publicznego w innych krajach oraz bardzo poważny wzrost współpracy partnerskiej z czołowymi wydawnictwami europejskimi spowodowały znaczny wzrost pracochłonności i czynności operacyjnych, które powinny być realizowane poza Polską. W efekcie w 2008 r. YDP otworzyło dwie filie zagraniczne: jedną w Wielkiej Brytanii (YDP UK) i drugą w Norwegii (CyberBook). Te nowe przedsiębiorstwa nie pełnią roli biur przedstawicielskich czy sprzedażowych, ale uczestniczą w formułowaniu propozycji YDP na rynki, na których działają, w tym również propozycji nowych produktów edukacyjnych na tych rynkach.

W strategii YDP ważnym elementem myślenia biznesowego jest zastąpienie edukacji zorientowanej na bierne słuchanie, metodami wrażliwymi na indywidualne możliwości, potrzeby i tempo uczenia się. „Na świecie cieszy lawinowo rosnące zainteresowanie wzbogaceniem procesu edukacyjnego nowymi mediami. Malejące ceny sprzętu i rosnąca świadomość, że do młodzieży należy przemawiać „ich językiem” procentuje rozwojem inicjatyw edukacyjnych opartych o techniki internetowe. YDP jest uczestnikiem wielu z nich.” – mówi Waldemar Kucharski, prezes firmy.³ „Nie chodzi tutaj tylko o dodanie CD-ROM-u do książki, a o pełne zintegrowanie tego, co w niej jest, z tym, co zostaje zapisane na płycie. Jeżeli w podręczniku do chemii mowa jest o jakimś doświadczeniu, to my to doświadczenie filmujemy lub animujemy i umieszczamy na płycie, żeby uczeń w każdej chwili mógł zobaczyć, jak dany proces czy zjawisko wygląda naprawdę.” – dodaje Artur Dyro, współzałożyciel YDP.⁴

² W bardzo dużym stopniu było to wynikiem rosnących wymagań ze strony UE dotyczących udoskonalenia edukacji na poziomie krajów członkowskich, zwłaszcza uzyskania postępu w realizacji Strategii Lizbońskiej.

³ Waldemar Kucharski, Prezes Young Digital Planet, Biznes na Fali, 6.01.2010

http://biznesnafali.pl/index.php?option=com_content&view=article&id=164:waldemar-kucharski-prezes-young-digital-planet&catid=7:na-dywaniku

⁴ Forłow K., *Bardzo udana mieszanka. Rozmowa z Arturem Dyro, członkiem zarządu i dyrektorem ds. rozwoju, oraz Piotrem Mrozem, członkiem zarządu i dyrektorem ds. sprzedaży i marketingu Young Digital Poland*, Rynek-Książki, 31.08.2004 <http://www.rynek-ksiazki.pl/archiwum/y2004m8/rozmowa-z-arturem-dyro--czlonkiem-zarzadu-i->



Zasadniczym czynnikiem sukcesu przedsiębiorstwa YDP z Gdańska było przede wszystkim oparcie rozwoju firmy na innowacyjnym pomysle, konsekwentnie wdrażanym od wczesnego etapu rozwoju przedsiębiorstwa, a także na trafnie wytypowanych produktach. Ponadto niezwykle istotne było systematyczne dążenie do internacjonalizacji i globalizacji działalności przedsiębiorstwa, zwłaszcza wobec ograniczonych możliwości popytowych rynku wewnętrznego. Działanie w oparciu o współpracę i porozumienia partnerskie ze znanymi partnerami zagranicznymi szybko budowało prestiż młodego przedsiębiorstwa. Nie bez znaczenia był też wysoki poziom kreatywności w zakresie projektowania nowych produktów oraz ich duży poziom dopasowania do różnych kultur i zwyczajów, co przełożyło się na trafność spełniania potrzeb klientów. Istotną rolę odegrała też elastyczność przedsiębiorstwa w warunkach gwałtownych zmian rynkowych, w tym zdolność do przemiany strategicznej w punktach zwrotnych, a z drugiej strony korzystny rozwój środowiska edukacyjnego na świecie i jego rosnąca podatność na innowacje i przemiany technologiczne. Obserwując praktykę funkcjonowania YDP można stwierdzić, iż integratorem powyższych czynników był ściśle zintegrowany zespół pracowniczy, który z bardzo dużym zaangażowaniem budował i realizował cele przedsiębiorstwa. „Największym kapitałem YDP są dobre pomysły i zespół pracowników. Strategia polega na otwarciu na świat, braku kompleksów oraz konsekwentnym dążeniu do celu.” – podsumowuje prezes Waldemar Kucharski.⁵

W YDP pracuje blisko czterystu młodych i niezwykle kreatywnych specjalistów z różnych dziedzin. Unikalne technologie informatyczne i zdolność tworzenia wydawnictw trafiających w gusta klientów, zarówno z krajów europejskich (takich jak Holandia, Anglia, Francja i inne), jak i Dalekiego Wschodu (Chiny, Malezja), lokują produkty firmy na półkach sklepów w wielu krajach Europy, Azji, a także Afryki. Dochody ze sprzedaży wydawnictw interaktywnych w 2008 r. przekroczyły 128 mln PLN. Do grona swoich partnerów YDP zalicza wiodące wydawnictwa europejskie, między innymi: Cambridge University Press, Oxford University Press, Harcourt Education i Malmberg.

Produkty firmy YDP wielokrotnie zdobywały prestiżowe nagrody oraz wyróżnienia w kraju i za granicą, stając na czele większości rankingów przygotowywanych przez renomowane instytucje i wydawnictwa branżowe. Do najważniejszych nagród krajowych należą brązowe godła konkursu Forum Jakości Quality International 2009, a także tytuł „Ambasador Polskiej Gospodarki” otrzymany przez YDP w kategorii Kreator rozwiązań XXI w. Najbardziej istotną nagrodą zagraniczną jest (zdobyta przez produkty firmy dwukrotnie) EuroPrix, przyznawana najlepszym europejskim produktom multimedialnym przez Austriackie Ministerstwo Gospodarki i Komisję Europejską.⁶

dyrektorem-ds--rozwoju--oraz-piotrem-mrozem--czlonkiem-zarządu-i-dyrektorem-ds--sprzedazy-i-marketingu-young-digital-poland_2662.html

⁵ Żółcińska W., *Długość dźwięku przedsiębiorczości*, CEO Magazyn Top Menedżerów, wrzesień 2002,

http://ceo.cxo.pl/artykuly/25310_0/Dlugosc.dzwieku.przedsiębiorczosci.html

⁶ <http://www2.ydp.com.pl/ydp/multimedia/1065,Profil-firmy.html>