**Warszawa, 30.09.2022**

**Tworzenie innowacyjnych rozwiązań to budowanie własnej przewagi konkurencyjnej. Rozmowa z ekspertem CBRTP**

**Czwarta rewolucja przemysłowa trwa. Firmy nie tylko muszą odnaleźć się w świecie coraz bardziej opartym na inteligentnych maszynach i zaawansowanych technologiach informacyjnych, ale dążyć do tego, by wyjść w nim na prowadzenie. Jak to zrobić? Właśnie o tym rozmawiamy z Grzegorzem Putynkowskim - CEO Centrum Badań i Rozwoju Technologii dla Przemysłu (CBRTP).**

**W ostatnim czasie wiele mówi się o Przemyśle 4.0. i o wyzwaniach, jakie stawia on przed przedsiębiorstwami przemysłowymi. Jak postrzega Pan to ze swojej perspektywy – perspektywy człowieka, który z firmami z różnych branż pracuje na co dzień?**

Niewątpliwie świat już od XVIII wieku przechodzi przez kolejne fazy rozwoju przemysłu – od produkcji mechanicznej, przez elektryfikację i linie montażowe, po cyfryzację i automatyzację produkcji. Obecnie na naszych oczach tworzy się czwarta rewolucja przemysłowa, która nastawiona jest na jeszcze bardziej zaawansowane rozwiązania. Firmy muszą za tym wszystkim nadążyć, jeśli chcą utrzymać się na rynku. Te najbardziej ambitne dążą do tego, by w tworzeniu tej nowej ery przemysłu mieć swój udział. W CBRTP mamy akurat przyjemność pracować z firmami, które rozumieją, że droga do sukcesu prowadzi przez działanie i inwestycje, ale na rynku jest jeszcze cała masa przedsiębiorstw, które funkcjonują na zasadzie „dobrze, to ja sobie usiądę i poczekam, aż ktoś mądry wymyśli coś innowacyjnego, maszynę lub technologię, która może się przydać w mojej produkcji i wtedy szybciutko, przed innymi, wdrożę ją u siebie i będę „królem rynku”. Niestety, to tak nie działa. Trzeba w ogóle wiedzieć, że te najbardziej przełomowe innowacje są patentowane i nie ma możliwości, żeby osoby z zewnątrz mogły korzystać z nich bez otrzymania licencji. Obecnie my sami w CBRTP możemy pochwalić się już 26 patentami. Wniosek jest więc taki, że przedsiębiorcy nie mogą stać z boku i przyglądać się jak era Przemysłu 4.0 staje się faktem, tylko muszą brać czynny udział w jej budowaniu. Czynić kroki w kierunku tworzenia innowacyjnych rozwiązań. Tym samym będą szli jednocześnie w kierunku budowania własnej przewagi konkurencyjnej, która bezpośrednio przekłada się przecież na ich zyski.

**A w jaki sposób przedsiębiorcy mogą to robić?**

Tutaj właśnie z pomocą przychodzą takie jednostki, jak nasza. Jesteśmy po to, aby wspierać przedsiębiorców w procesie tworzenia nowej ery przemysłu i posiadamy do tego wszelkie niezbędne zasoby – zarówno sprzętowe, jak i ludzkie. Nasz zespół tworzy ponad 50 wysoko wykwalifikowanych specjalistów, z pokaźnym dorobkiem naukowym oraz przemysłowym i wieloma sukcesami. Można więc powiedzieć, że jesteśmy kuźnią innowacji i jedyne, co wystarczy zrobić, to zwyczajnie nawiązać z nami współpracę, a my zajmiemy się całą resztą. Wiele firm, które aktualnie wiodą prym wśród swojej konkurencji, to firmy, które zaczynały od współpracy z jednostką naukową. Z czasem, gdy w ramach tej współpracy udało się wypracować jakieś innowacyjne rozwiązanie, zdobyły przewagę na rynku. Do tego właśnie nawiązuje hasło przewodnie naszej firmy „Przewaga dzięki innowacji”.

**Co konkretnie firmy mogą zyskać dzięki współpracy z taką jednostką jak CBRTP?**

Efekty naszej pracy mogą być różne – możemy wygenerować rozwiązanie, które przyspieszy produkcję, zmniejszy koszty, podniesie jakość produktu albo ograniczy konieczność udziału człowieka na pewnych etapach produkcji. Niemniej zawsze firma zyskuje jakąś wartość mogącą stanowić o istotnym zwiększeniu rentowności. Niedawno zrealizowaliśmy projekt dla jednej z największych polskich firm z branży przetwórstwa tworzyw sztucznych. Dzięki rozwiązaniu, które powstało w regularnym procesie badawczym, firma zwiększyła roczne zyski o około 5 mln zł. Proszę zwrócić uwagę, że jest to co najmniej 5 mln więcej, które firma będzie zarabiała również w kolejnych latach. Do tego wszystkiego dochodzi jeszcze sam prestiż współpracy z renomowaną jednostką naukową, dzięki któremu firma „urasta” w oczach klientów i to również wpływa na jej przewagę konkurencyjną oraz powodzenie sprzedaży.

**Wcześniej mówił Pan o bierności firm wobec udziału w tworzeniu innowacji - co Pana zdaniem grozi firmom, które przyjmują taką postawę?**

Moim zdaniem firma, która wyłącznie odtwórczo wytwarza wyroby w żaden sposób nie dążąc do rozwoju, w najlepszym wypadku będzie trwała na rynku, walcząc z rosnącymi oczekiwania odbiorców w zakresie obniżania kosztów produkcji. Brak wartości dodanej i własnych produktów z odpowiednio wysokimi marżami zepchnie takiego przedsiębiorcę na skraj opłacalności i wytworzy pułapkę przewymiarowania zasobów względem zapotrzebowania na jego usługi, które w ostatnich latach zależy od wielu czynników (np. COVID i zapaść w branży motoryzacyjnej, czy działania wojenne wywołujące kryzys energetyczny). Konkurowanie w tak trudnym otoczeniu gospodarczym wymaga istotnie większego wysiłku od przedsiębiorców a brak własnych rozwiązań technologicznych prowadzi ostatecznie do marginalizacji względem konkurentów. Myślę, że tę potrzebę rozwoju i pogoń za innowacjami najlepiej można uargumentować słynnymi słowami Goethego – „kto nie idzie do przodu, ten się cofa”. Tak, te słowa z pewnością powinny wziąć sobie do serca wszystkie firmy, które marzą o rynkowym sukcesie.

Kontakt dla mediów:

Małgorzata Knapik-Klata

PR Manager

[m.knapik-klata@commplace.com.pl](mailto:m.knapik-klata@commplace.com.pl)

+ 48 509 986 984