

Innowacyjność w biznesie? Liderem motoryzacja

data aktualizacji: 2016.11.16



W ciągu kilku ostatnich lat prawie 34 proc. firm inwestowało w innowacyjne rozwiązania i produkty, a nakłady na badania i rozwój rosły skokowo. W Polsce powstaje coraz więcej centrów naukowo-badawczych, jednak większość innowacji produktowych wciąż pochodzi z zagranicy. Sprzedaż nowych samochodów stopniowo rośnie, a to powinno przyciągać kolejne inwestycje.

- Przemysł motoryzacyjny poległby bez innowacji. Kto nie inwestuje w nowe technologie i nowe rozwiązania, ten odstaje od czołówki. Dlatego innowacyjność musi być stale wpisana w nasz życiorys - mówił Andrzej Korpak, dyrektor General Motors Manufacturing Poland, podczas Forum Nowoczesnej Produkcji, organizowanego przez MM Conferences.

Z raportu „Rola przemysłu motoryzacyjnego w gospodarce Polski” firmy doradczej PwC wynika, że w latach 2011-2013 niemal 34 proc. firm motoryzacyjnych wdrażało innowacyjne rozwiązania. To więcej niż wynosi średnia dla całej gospodarki. Wartość nakładów na B+R w przemyśle motoryzacyjnym wzrosła niemal dwukrotnie, ze 187 mln zł w 2012 roku do 430 mln zł w 2013 roku.

Jak podaje PwC, polska branża motoryzacyjna to ponad 2,7 tys. firm, z których trzy czwarte to mikroprzedsiębiorstwa zatrudniające poniżej 10 osób. Jednak to duże firmy odpowiadają za większość przychodów osiąganych przez branżę. Im łatwiej jest również wdrażać innowacyjne produkty i rozwiązania.

- Koncernom, w tym również nam, łatwiej jest finansować innowacje, ponieważ często znajdują się na to pieniądze z budżetu centralnego. Jeżeli coś może przynieść dodatkowe oszczędności, to środki znajdują się prawie natychmiast. Większość innowacji polega właśnie na tym, że możemy w długim

terminie na nich zaoszczędzić. Są takie, które zaczną funkcjonować dopiero za kilka lat i dopiero wtedy przyniosą zysk - mówi Andrzej Korpak.

Kluczowe dla innowacyjności sektora są kadry

- My staramy się to realizować od dołu. Najlepszym pomysłem było zatrudnienie kreatywnych ludzi i staramy się tę ich kreatywność podtrzymywać - mówi Andrzej Korpak. - Często utyskujemy, że najlepsi inżynierowie wyjechali za granicę. To nie do końca jest złe. Oni tam się często uczą, wracają i przywożą innowacje tutaj. Dla mnie to otwarcie na technologie, które są wdrażane, gdzie indziej to jest jedna z ważniejszych rzeczy.

Na początku października Narodowe Centrum Badań i Rozwoju zapoczątkowało program sektorowy INNOMOTO.

W ramach programu przeznaczy 250 mln zł na dofinansowanie firm z branży motoryzacyjnej, które wdrażają innowacje i w ten sposób przyczyniają się do wzmocnienia jednego z kluczowych sektorów polskiej gospodarki. Producenci będą mogli przeznaczyć je m.in. na robotyzację linii montażowych, tworzenie inteligentnych systemów logistycznych, nowe technologie łączenia, spawania, opracowanie prototypów ultralekkich lub autonomicznych aut.

- Innowacyjność to są wszystkie procesy: zarządzanie ludźmi, finansami czy marketingiem. To jest obszerny temat i trzeba go traktować jako długofalowy proces dla każdej firmy - mówi Andrzej Korpak. - Trochę trudniejszym tematem są innowacje produktowe. Wiadomo, że Opel powstaje w Detroit i w Rüsselsheim, ale przedsiębiorstwa polskie, które go produkują od samego początku, mogą tę innowacyjność u siebie wdrażać. Centra badawczo-rozwojowe powstają jak grzyby po deszczu. My też oczywiście mamy takie centrum. Zajmujemy się tym, w jaki sposób produkować produkt, który jest już dany.

Sprzedaż samochodów osobowych wzrasta, zarówno w Polsce, jak i w całej Europie. Jak wynika z danych Polskiego Związku Przemysłu Motoryzacyjnego, w 2015 roku Polacy zarejestrowali prawie 355 tys. nowych samochodów osobowych, co stanowi 8-proc. wzrost rok do roku. Instytut Samar szacuje, że w tym roku będzie ich ok. 420 tys.

- GM w Polsce ma się bardzo dobrze. Produkujemy innowacyjny produkt, czyli najnowszą Astrę, która jest o 200 kg lżejsza od poprzedniczki. W związku z tym jesteśmy całkowicie spokojni o najbliższe pięć lat - zaznacza Andrzej Korpak. - Nasz udział w rynku jest powyżej średniej i jesteśmy traktowani jako bardzo perspektywiczny rynek sprzedażowy. Bardzo nas to cieszy, bo jak wiadomo, inwestuje się tam, gdzie się dużo sprzedaje.

Źródło: