

Robotyzacja po pomorsku



ANDRZEJ KUBIAK

Przewodniczący Rady Nadzorczej, Pirxon



BARTOSZ SOBOLEWSKI

Prezes Zarządu, Pirxon

Z czego wynika obecny boom na robotyzację procesów biznesowych? Czy rozszerzona rzeczywistość zawita niebawem na stałe do naszego życia? W jaki sposób skutecznie konkurować z branżowymi potentatami z sektora IT? Jak wyjść ze swoimi produktami za granicę? Czego małe firmy IT mogłyby oczekiwać ze strony władz lokalnych? O tym wszystkim w wywiadzie z twórcami gdańskiej firmy Pirxon.

Rozmowę prowadzi Marcin Wandałowski, redaktor prowadzący Pomorskiego Przeglądu Gospodarczego.

Czym zajmuje się firma Pirxon?

Bartosz Sobolewski: Istniejemy od 2004 r., a naszą specjalnością są usługi IT dla biznesu. Zaczynaliśmy od tworzenia różnego rodzaju stron internetowych oraz aplikacji na zlecenie. W późniejszym okresie skupiliśmy się na wytwarzaniu własnych rozwiązań – przede wszystkim systemów do zarządzania majątkiem i należnościami. Nasze autorskie programy wdrożyliśmy dotąd u ponad 700 klientów.

Cały czas staramy się obracać w kręgu najnowszych dostępnych na rynku, wdrażanych przez biznes technologii. Dlatego też 4 lata temu dodaliśmy do naszej oferty rozwiązania związane z robotyzacją procesów – projektujemy roboty, które przy wykorzystaniu oprogramowania automatyzują pracę ludzką, do tej pory wykonywaną przy komputerach. Obecnie prowadzimy także prace badawczo-rozwojowe w dziedzinie rozszerzonej rzeczywistości (*augmented reality* – AR) po to, by nadal być „na czasie” z najnowszymi technologiami i na ich bazie kreować nowe produkty w kolejnych latach działalności.

Zatrzymajmy się na moment przy temacie robotyzacji procesów biznesowych. Na czym ona polega i czym właściwie różni się od automatyzacji?

BS: Procesy można automatyzować w różny sposób – za sprawą integracji bezpośrednich systemów, wymiany danych, systemów do przepływów pracy itd. Robotyzacja stanowi natomiast jedną z form automatyzacji, polegającą na emulacji pracy człowieka. Mówiąc obrazowo: jeśli do tej pory pracownik wprowadzał czy przekształcał dane na komputerze, to robotyzacja polega na odwzorowaniu jego ruchów na pulpicie. Odpowiednie oprogramowanie jest w stanie kliknąć w danym miejscu, skopiować kawałek tekstu, przekleić dane, zapisać plik na dysku, wysłać go mailem itd. – słowem: wykonać wszelkie operacje, którymi normalnie zajmuje się człowiek. Sama nazwa „robotyzacji” jest tu nawiązaniem do robotów, które na hali produkcyjnej przenoszą elementy bez konieczności wykorzystania ludzkich rąk. Tu jest podobnie.

Andrzej Kubiak: W dzisiejszej rzeczywistości praktycznie w każdej firmie wykorzystywane są systemy informatyczne automatyzujące wiele różnych procesów. Jednak co z tego, że je mamy, skoro przedsiębiorstwa – proporcjonalnie do swojej wielkości – zatrudniają pewną ilość pracowników, których codzienna praca polega na przeklikiwaniu różnych systemów na swoich komputerach. Muszą odebrać maila, zalogować się do systemu finansowo-księgowego, uzupełnić go o ostatnie transakcje, złożyć sprawozdanie w ZUS-ie itd. Roboty są w stanie zastąpić ludzi w wielu tego typu powtarzalnych pracach. To potężna oszczędność czasu pracowników.

Obecnie mamy zresztą do czynienia z boomem na robotyzację – wziął się on przede wszystkim stąd, że jest ona bardzo tania i w dodatku szybko można ją zaimplementować. Z kolei automatyzacje związane chociażby z tworzeniem i wdrażaniem zaawansowanych systemów informatycznych wymagały wytężonej pracy programistów, przez co kosztowały firmy bardzo dużo – tak pieniędzy, jak również czasu. W takim układzie finalną wiedzę na temat tego, w jaki sposób dany proces został zautomatyzowany posiadał w zasadzie jedynie informatyk, bądź firma zewnętrzna.

“ **Mamy obecnie do czynienia z boomem na robotyzację procesów biznesowych – wziął się on przede wszystkim stąd, że jest ona bardzo tania i w dodatku szybko można ją zaimplementować.**

Robotyzacja jest znacznie bardziej przejrzysta – nie musimy zmieniać żadnych systemów, wymyślać innowacyjnych rozwiązań, nic nie jest tajemnicą. Siedzimy po prostu robota na miejscu człowieka i on odwzorowuje jego pracę. Jej wdrożenie nie wymaga dużo czasu i jest znacznie tańsze. Co szczególnie istotne – jest to rozwiązanie bardzo bezpieczne, gdyż powstaje w uniwersalnym języku programowania z uniwersalną, powszechnie dostępną dokumentacją.

Skąd natomiast pomysł na wejście w AR? Na czym ona tak właściwie polega?

BS: AR polega na nakładaniu cyfrowego obrazu na rzeczywistość, np. poprzez smartfona. Włączamy aparat w telefonie i widzimy zmieniony świat dookoła. Przykładowo – nakierowujemy go na ścianę w mieszkaniu i możemy zrobić symulację, jak będzie wyglądał na niej obraz. Albo: budujemy dom i wchodzimy do niewykończonych kuchni, gdzie dzięki AR możemy wybrać najbardziej odpowiadający nam rodzaj mebli czy kolor frontów.

Jeśli chodzi o nasze projekty w tym zakresie – pracujemy nad stworzeniem gry w rodzaju wielkiego *escape roomu*, gdzie w przestrzeni dowolnego miasta będzie można rozwiązywać zagadki, wykonywać zadania. Na przykład: popłynąć z Syrenką w Warszawie, powalczyć ze Smokiem Wawelskim czy też zwiedzać Gdańsk razem z Neptunem, który oprowadzi nas po mieście, opowie ciekawe legendy itp.

Nie będą do tego potrzebne specjalne gogle?

BS: Obecnie skupiamy się na rozwiązaniach na smartfony – korzysta dziś z nich praktycznie każdy, a gogle są póki co dość niszowe. Nasze oprogramowanie rozwijamy jednak z myślą o tym, że okulary prędzej czy później zdobędą popularność – tak się na pewno stanie, gdyż dają one zupełnie inny, lepszy potencjał wykorzystania technologii AR. Jak na razie nie są one jeszcze zbyt dobrze dopasowane do potrzeb użytkownika. Intensywnie nad ich udoskonaleniem pracują dziś Microsoft czy Apple. Nadal jednak czekamy na ich użyteczniejszą wersję.

Generalnie w tym momencie jesteśmy w fazie badawczo-rozwojowej – zdobywamy kompetencje, budujemy pierwsze prototypy rozwiązań. Dopiero co rozpoczęliśmy projekt gier, efekty będzie widać dopiero za 3 lata prac. To duże wyzwanie, szczególnie, że wchodzi tam też wątki związane ze sztuczną inteligencją.

Czy spodziewacie się, że rozszerzona rzeczywistość zawita niebawem na stałe do naszego życia?

AK: AR będzie bardzo mocno obecna w e-commerce. Postawiłbym nawet tezę, że w horyzoncie kilku lat przetrwają tylko te sklepy internetowe, które zaczną wykorzystywać tę technologię. Pandemia spowodowała prawdziwą eksplozję inwestycyjną branży e-handlu i żeby móc w tym sektorze skutecznie konkurować, trzeba się będzie jakoś wyróżnić. Moim zdaniem AR będzie budowała przewagę w tym obszarze. Już teraz Zara – potentat z branży odzieżowej – wprowadziła wirtualne przymierzalnie, z kolei Ikea możliwość wizualizacji w AR ma już w swojej ofercie od 2-3 lat. Co ciekawe, jako Pirxon 4 lata temu proponowaliśmy podobnego typu rozwiązanie jednej z największych firm meblarskich w Polsce, jednak nie była tym wówczas zainteresowana. Dziś niebawem stanie się to wręcz koniecznością. Dzięki AR, produkty danego sklepu będą jeszcze bliżej klienta.

“ W horyzoncie kilku lat mogą przetrwać tylko te sklepy internetowe, które zaczną wykorzystywać technologię rozszerzonej rzeczywistości.

Z drugiej jednak strony boom na e-commerce jest związany z często nawet darmowymi dostawami zamawianych towarów. Po co komu wirtualna przymierzalnia, skoro można zrobić duże darmowe zamówienie, przymierzyć ubrania, a następnie dokonać darmowego zwrotu tych, na kupno których się nie zdecydujemy?

BS: Mało kto czyta oficjalne dokumenty, ja akurat lubię to czasem robić. Dzięki temu wiem, że popularny sklep internetowy Zalando zaczyna przemycać informacje, że będzie dążył do ograniczenia bezpłatnych dostaw. Ma to związek z presją ekologiczną wynikającą z rosnącego śladu węglowego, generowanego przez nieustanny transport produktów do klientów. Konieczność ponoszenia kosztów dostawy i zwrotu na pewno by ten ruch do pewnego stopnia ograniczyła. Przewiduję, że tak też się za jakiś czas stanie – to jeszcze bardziej skieruje konsumentów w stronę AR.

Czy jako Pirxon działacie wyłącznie na polskim rynku, czy też wychodzicie ze swoimi rozwiązaniami w świat?

AK: Obecnie nie prowadzimy żadnych działań sprzedażowych skierowanych na zagraniczne rynki. W dużej mierze wpływa na to pandemia, a konkretniej – ograniczone możliwości bezpośrednich spotkań. W cztery oczy znacznie łatwiej nawiązuje się kontakt, zdobywa się zaufanie. Co więcej, wiele spośród naszych produktów i usług – związanych chociażby z AR, zarządzaniem należnościami czy majątkiem – jest dedykowanych konkretnym organizacjom. Aby móc je odpowiednio sprofilować, potrzebujemy cyklu spotkań z partnerem – to zawsze wymaga głębokiej współpracy. Właściwie jedyną rzeczą, którą możemy sprzedawać bez problemu na odległość jest – za sprawą niskiego poziomu skomplikowania – robotyzacja procesów. Szczególnie, że nasze rozwiązania z tego segmentu bronią się też cenowo – są tańsze od tych, proponowanych przez firmy holenderskie, amerykańskie, niemieckie czy francuskie.

Wszystko to nie zmienia jednak faktu, że nasze produkty i tak trafiają za granicę, gdyż są tam „rolowane” przez polskie oddziały międzynarodowych firm, z którymi współpracujemy. Założyliśmy, że robiąc dla nich bardzo dobrą robotę, będą chciały rozmawiać z nami nad wdrażaniem naszych rozwiązań w swoich pozostałych, zagranicznych lokalizacjach. Tak też się dzieje. Dla przykładu, nasz system do inteligentnego zarządzania należnościami jest dziś wykorzystywany we wszystkich 17 europejskich oddziałach Raben Logistics. Początkowo wdrożyliśmy go tylko w polskiej spółce, lecz sprawdził się tam tak dobrze, że po roku zostaliśmy poproszeni o zaimplementowanie go w pozostałych oddziałach. To dla nas – małej firmy z Trójmiasta – wielka rzecz.

“**Nasze produkty są „rolowane” za granicę przez polskie oddziały międzynarodowych firm, z którymi współpracujemy. Założyliśmy, że robiąc dla nich bardzo dobrą robotę, będą chciały rozmawiać z nami nad wdrażaniem naszych rozwiązań w swoich pozostałych, zagranicznych lokalizacjach. Tak też się dzieje.**

Określacie siebie jako małą firmę z branży IT. W jaki sposób udaje się Wam skutecznie konkurować z potentatami?

AK: Stoi za nami z pewnością to, że jesteśmy na rynku już od ponad 15 lat, przez co mamy wyrobioną pewną markę. Wydaje mi się, że naszą główną przewagą jest umiejętność wyprzedzania rynku, jeśli chodzi o proponowane naszym klientom rozwiązania. Gdy 4 lata temu wchodziliśmy na niego z robotyzacją procesów biznesowych, nikt o niej wcześniej nie słyszał. Nasz system do inteligentnego zarządzania należnościami to z kolei rozwiązanie, którym dysponujemy już od ponad 10 lat, a np. dopiero teraz wdrażamy je w jednej z największych firm paliwowych w Europie Wschodniej – wcześniej nasi klienci nie byli na nie zwyczajnie gotowi. Wspominaliśmy już o rozwiązaniu AR, które proponowaliśmy kilka lat temu jednej z największych firm meblarskich. Nie zdecydowali się wówczas na nie, a po roku bardzo podobną rzecz wprowadziła Ikea.

Co to właściwie oznacza, że firma nie jest gotowa na wdrożenie danego rozwiązania, skoro może ono jej przynieść wiele potencjalnych korzyści?

AK: W praktyce bardzo wiele zależy od czynnika ludzkiego. Nieraz menedżer zauważy potencjał płynący z zaproponowanego przez nas rozwiązania i się nim zainteresuje. Z naszego doświadczenia wynika jednak, że częściej zdarzają się tacy, którzy kierują się kryterium wielkości – bezpieczniej jest im nawiązać współpracę z bardzo dużą firmą. Wiąże się to oczywiście z większymi kosztami i zazwyczaj z niższą elastycznością partnera, jednak w wypadku niepowodzenia zawsze będą mogli powiedzieć: „Przecież wziąłem największego i najdroższego dostawcę, co więcej miałem zrobić?”. Taka niestety bywa szara rzeczywistość małych polskich firm IT.

“ Często menedżerowie kierują się kryterium wielkości – pomimo większych kosztów i niższej elastyczności partnera, bezpieczniej jest im nawiązać współpracę z bardzo dużą firmą, gdyż w wypadku niepowodzenia będą mogli powiedzieć: „Przecież wziąłem największego i najdroższego dostawcę, co więcej miałem zrobić?”.

Co stoi za tym, że tak często udaje Wam się wyprzedzać rynek?

AK: Po prostu słuchamy naszych klientów – to wystarcza. Chodzi o to, by ich rozumieć, podchodzić holistycznie do ich potrzeb, uwzględniać cały szeroki kontekst, a później na tej bazie tworzyć produkty. Niebawem będziemy chociażby ruszali z naszym nowym projektem – platformą do zarządzania automatyzacjami. Skąd wziął się na nią pomysł? Ano stąd, że od wielu przedsiębiorców słyszeliśmy, że nie panują oni nad automatyzacjami stosowanymi w ich firmach. Nikt nie wie np. jakie makra w Excelu są wykorzystywane przez ich pracowników. Nikt ich nie opisuje, nikt nie ma wiedzy, jak często są używane, nikt wreszcie nie kontroluje tego, na jakich urządzeniach

są uruchamiane. A przecież jeśli wyjdą one na zewnątrz, poza firmę, na przykład zostaną udostępnione na jakiejś stronie internetowej, może to być bardzo niebezpieczne dla przedsiębiorstwa chociażby w kontekście cyberataku.

“ **Nieraz udaje nam się wyprzedzać rynek, gdyż po prostu słuchamy naszych klientów – to wystarcza. Chodzi o to, by ich rozumieć, podchodzić holistycznie do ich potrzeb, uwzględniać cały szeroki kontekst, a później na tej bazie tworzyć produkty.**

Gdy tylko o naszych planach usłyszały duże instytucje finansowe, od razu zaczęły się interesować tym rozwiązaniem. Jeśli one wyrażają zainteresowanie, to dla nas znak, że firmy z innych branż również będą tym zainteresowane, ale za jakiś czas – polski sektor finansowy jest bowiem bardzo innowacyjny, wyprzedza trendy o kilka lat.

Pomysłów w głowach nam nie brakuje. Często jednak są odkładane na bok, bądź też w ogóle rezygnujemy z prac nad nimi ze względu na brak czasu, a także kwestie finansowe – finansujemy się sami, naszą sytuację na pewno poprawiłoby znalezienie partnera, który pomógłby nam szybciej komercjalizować projekty. Nie jesteśmy jednak tego w stanie zrobić przez ogrom pracy związany z realizacją obecnych przedsięwzięć. „Zabija nas” proza życia.

BS: Nie zamieniamy jednak wszystkiego w złoto – najczęściej mówi się o sukcesach, o produktach, które się sprawdziły i zdobyły rzesze klientów, jednak ponad 15 lat naszej działalności jest okupione także wieloma porażkami i niepowodzeniami w poszukiwaniu innowacji. Mieliśmy liczne projekty, które nie osiągnęły oczekiwanej przez nas skali. Działo się tak z różnych powodów – ze względu na rynek, konkurencję czy przez kwestie techniczne. Nie wstrzymuje nas to jednak przed poszukiwaniem kolejnych nowatorskich rozwiązań.

Jak prowadzi się firmę IT w Gdańsku?

BS: Uważam, że Pomorze to dobry region do prowadzenia biznesu. Cenimy sobie przede wszystkim dostępność wysoko wykwalifikowanych pracowników, w dużej mierze absolwentów lokalnych uczelni. Istotnym plusem są także instytucje otoczenia biznesu. Sami mieścimy się w Gdańskim Parku Naukowo-Technologicznym, gdzie dobrze nam się współpracuje. Jesteśmy także członkiem, a nawet jednym z założycieli Pomorskiego Klastra ICT Interizon. Należy on do największych polskich klastrów IT, zorganizowaliśmy z nim zresztą wiele wspólnych projektów. Z perspektywy pracowników naszej – i nie tylko – firmy plusem jest natomiast to, że Pomorze zapewnia swego rodzaju równowagę: z jednej strony nie jest tu tak tłoczno jak np. w Warszawie, a z drugiej – swoje robi dostęp do morza czy okolicznych lasów, gdzie można się zrelaksować. To duży atut.

Czego natomiast brakuje?

BS: Brakuje mi większego zwrócenia uwagi ze strony władz lokalnych i centralnych, że są na polskim rynku ciekawe, innowacyjne małe firmy IT, które potrzebują nie tyle wsparcia finansowego, co możliwości opowiedzenia o rozwijanych przez siebie rozwiązaniach oraz ich ewentualnego wdrożenia w sektorze publicznym. Byłoby to z korzyścią nie tylko dla przedsiębiorstw, lecz także dla urzędników i mieszkańców, którzy mogliby liczyć na sprawniejszą, szybszą czy po prostu lepszą obsługę. Tak się jednak nie dzieje. W ubiegłym roku odebraliśmy 3 prestiżowe nagrody za innowacyjność – dwie lokalnie, na Pomorzu, a jedną z rąk premiera Mateusza Morawieckiego. Niezależnie od opcji politycznej, nikt nas nawet nie spytał o to, na czym polega rozwiązanie, za które zostaliśmy uhonorowani.

AK: Jaskrawy przykład: polskie firmy robią programy edukacyjne dla NASA, a mają wielki problem, by przebić się ze swoimi rozwiązaniami w polskich szkołach i muzeach. A przecież to świetne miejsca do wdrażania chociażby projektów wykorzystujących AR. Na tym właśnie powinno polegać wspieranie polskich technologii. Nam nie chodzi o to, by Pirxon zgarnął intratny projekt finansowany z publicznych pieniędzy. Chcemy zwyczajnie zwrócić uwagę na potrzebę otwarcia się decydentów, w szczególności lokalnych, na innowacje – a zwłaszcza te, generowane przez firmy z regionu.

“ **Polskie firmy robią programy edukacyjne dla NASA, a mają wielki problem, by przebić się ze swoimi rozwiązaniami w polskich szkołach i muzeach. A przecież to świetne miejsca do wdrażania chociażby projektów wykorzystujących AR.**

O rozmówcach



ANDRZEJ KUBIAK

Przewodniczący Rady Nadzorczej, Pirxon

Andrzej Kubiak – Dyrektor ds. Rozwoju, Przewodniczący Rady Nadzorczej Pirxon. Odpowiada za rozwój biznesu, poszczególnych produktów pod marką Pirxon i kieruje współpracą z Klientami. Dzięki zdobywanemu przez lata doświadczeniu doskonale identyfikuje obszary działalności i procesy, które mogą zostać usprawnione oraz wygenerować oszczędności poprzez wdrożenie różnorodnych rozwiązań informatycznych.



BARTOSZ SOBOLEWSKI

Prezes Zarządu, Pirxon

Bartosz Sobolewski – Prezes Zarządu Pirxon. Odpowiada za realizację strategii firmy i rozwój technologii Robot Process Automation pod marką PirxonRobot. Posiada kilkunastoletnie doświadczenie w realizacji projektów wytwarzania i wdrażania oprogramowania oraz zarządzania zespołami IT. Ukończył informatykę na Politechnice Gdańskiej oraz Wyższą Szkołę Informatyki i Ekonomii w Olsztynie. Pasjonuje się weryfikacją nowych technologii w życiu codziennym. Za swój największy sukces uważa stworzenie firmy rozwijającej się w przyjaznej atmosferze.

Partnerzy „PPG”



SAMORZĄD
WOJEWÓDZTWA POMORSKIEGO



GDAŃSK

