

Nowa Gospodarka - mit czy rzeczywistość?

*Najważniejszym zadaniem – i odpowiedzialnością
naszego pokolenia jest wyobrazić sobie
od nowa nasze przedsiębiorstwa i instytucje,
zarówno publiczne jak i prywatne.*

Tom Peters, „Biznes Od nowa”

Innowacje z zakresu technologii informacyjnej, które pojawiły się w ostatnich 50 latach zyskały masę krytyczną o sile pozwalającej na całkowitą zmianę stylu życia i sposobu pracy jednostki, zasad działania przedsiębiorstw, sposobu funkcjonowania partii politycznych, organizacji społecznych, wreszcie całokształtu życia społecznego i gospodarczego w wymiarze narodowym i globalnym. Żyjemy w okresie rewolucji technologicznej przechodzącej w fazę relewancji społecznej i gospodarczej. Wbrew powszechnej opinii rewolucje nie rozpoczynają się nagle i wcale nie trwają krótko. Rewolucja przywodzi na myśl krwawe zamieszki i drastyczne zmiany, ale może także oznaczać szybkie i głębokie przekształcenia, zasadniczą transformację jakościową.

Szereg wynalazków wdrożonych i udoskonalanych w okresie prawie 100 lat na przełomie XVIII/XIX wieku zmieniło całkowicie sposób produkcji i dystrybucji towarów oraz stosunki społeczne i polityczne. Maszyny zastąpiły siłę mięśni w sferze produkcji dóbr i energii potrzebnej do ich wytwarzania. Zastosowanie powszechnie dostępnych surowców umożliwiło produkcję masową i wzrost dobrobytu. Maszyna prądnicza, maszyna parowa, wytop żelaza i stali z pomocą węgla, kolej i inne wynalazki popchnęły świat do przodu w ciągu wieku więcej niż przez 1000 lat do tej pory. Rozwój cywilizacji nie jest procesem liniowym, następujące po sobie fale szybkiego wzrostu i spowolnienia wynikają z twórczej siły innowacji, których masa krytyczna powoduje przyspieszenie. Ciągła nieciągła zmiana określa trajektorię rozwoju.

Jesteśmy dziś świadkami zjawisk i wydarzeń, które są siłą napędową kolejnego przyspieszenia. To rewolucja porównywalna z tą sprzed dwustu lat pod względem głębokości zmian sposobu funkcjonowania gospodarki i życia społecznego, chociaż ma zupełnie inny charakter. Siłą motoryczną zmian stały się obecnie innowacje w sieci powiązań i relacji za pomocą komputerów, urządzeń telekomunikacyjnych i odpowiedniego oprogramowania, które ułatwiają wykonywanie zadań, wspomagają komunikację, dostęp do informacji, przekazywanie wiedzy i ponownie przyspieszają tempo innowacji.

Kluczowym czynnikiem tego procesu jest *Technologia Informacyjna* (Information Technology - IT) i *Internet*. Dostarczają użytkownikowi narzędzi, za pomocą których może on pozyskiwać informacje, selekcjonować je, analizować, przetwarzać, zarządzać i przekazywać innym ludziom. Niezwykle szybki rozwój technologii informacyjnych porównuje się do największych osiągnięć rewolucji przemysłowej i ich wpływu na zmianę życia codziennego oraz organizację procesów produkcji (wzrost wydajności). Technologie informacyjne, obejmujące oprogramowanie, sprzęt komputerowy i telekomunikację, całkowicie zmieniają oblicze gospodarki wpływając na sposób produkcji, zarządzania i handlu przeobrażając jednocześnie zasady komunikacji, nauki, pracy, zakupów, spędzania wolnego czasu.

Wartość IT polega na zdolności do przechowywania, analizowania i transmisji informacji w trybie ciągłym w dowolne miejsce po niskich kosztach mając wpływ na wzrost efektywności we wszystkich dziedzinach gospodarki, od projektowania, produkcji, marketingu aż po rachunkowość. Rewolucja technologii informacyjnych prowadzi do gwałtownego wzrostu wydajności pracy w usługach – od ochrony zdrowia, edukacji po finanse i administrację państwem.

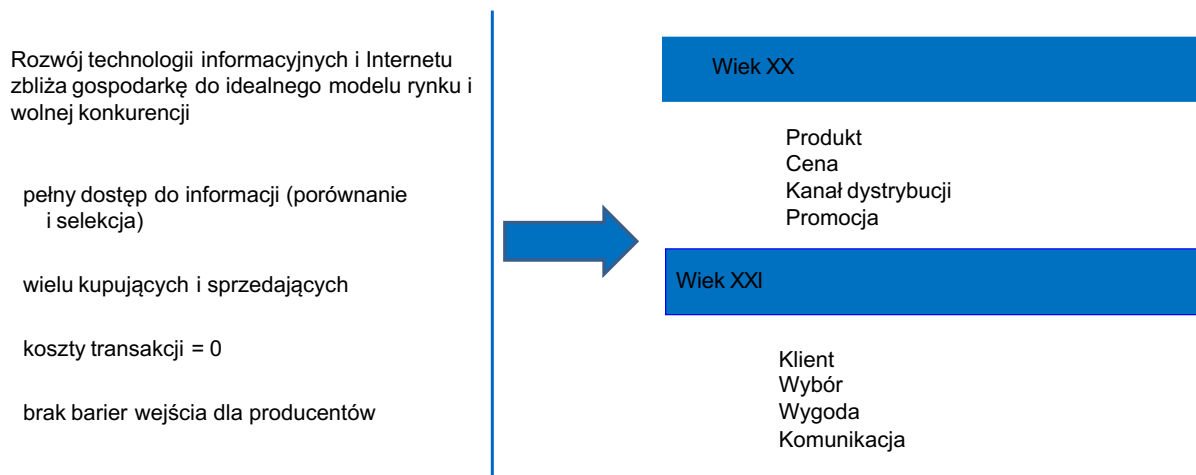
Napędem tego rozwoju jest niewątpliwie postęp technologii w dziedzinie sprzętu komputerowego, oprogramowania i telekomunikacji oraz rewolucja w Sieci. Jądrzem tego niszczącego huraganu zmian są zjawiska, których siła oddziaływania płynie z szybkości, zakresu i jakości wpływu na otoczenie.

Dzięki działaniu praw rozwoju i upowszechniania się nowych technologii (prawo Moore'a, Metcalfe'a i Gildera) rozwój wchodzi na ścieżkę wzrostu wg postępu geometrycznego. Trzeba sobie uzmysłwić, że w geometrycznej sekwencji kolejne podwojenia w krótkim okresie czasu dają zmianę jakościową, a w średnim okresie tworzą nowy świat.

Technologie informacyjne i Internet są dziś wszechobecne w gospodarce i mają wpływ na wszystkie jej obszary, zmieniają sposób funkcjonowania przedsiębiorstw we wszystkich branżach oraz wpływają na wszystkie aspekty życia człowieka. Życie prywatne i zawodowe w coraz większym stopniu jest definiowane poprzez relacje Internetowe. „Technologie informacyjne i Internet w takim samym stopniu wzmacniają siłę umysłu jak niegdyś wynalazki rewolucji przemysłowej wzmacniały siłę mięśni” – napisał prof. Brad de Long z Uniwersytetu Berkeley. Ta opinia dobrze określa wartość, jaką wnosi rozwój technologii informacyjnych i Internetu do przemian cywilizacji ludzkiej w aspekcie ekonomicznym i społecznym.

Internet jest jednym z najważniejszych katalizatorów zmieniających oblicze biznesu w XXI wieku. Dzięki niemu ilość informacji i szybkość, z jaką mogą być wymieniane, wzrosła dramatycznie. Szybki i bardzo efektywny przepływ informacji pozwala oszczędzać czas i pieniądze. Na naszych oczach następuje radykalny przełom i zmiana paradygmatu funkcjonowania gospodarki. Po raz pierwszy konsument uzyskał

Nowa Gospodarka – zmiana paradygmatu



rzeczywistą przewagę nad producentami dóbr i usług. Możliwość natychmiastowego porównania wszystkich dostępnych ofert w oparciu o dowolnie wybrane kryteria, daje klientowi nieograniczoną władzę, a przedsiębiorstwa stawia w sytuacji, gdzie tylko produkty rzeczywiście odpowiadające potrzebom klientów i tylko te o najlepszej jakości i cenie mają szansę znaleźć ich akceptację. Wzrost dostępu do informacji, szybkość i niskie koszty pozwalają na efektywne funkcjonowanie rynków kapitałowych, rynku pracy, rynku towarów i usług, rynków finansowych i innych. Wzrost przejrzystości rynków – radykalny spadek kosztów transakcyjnych - zapewnia spadek barier wejścia i wzrost konkurencji.

W efekcie konsumenci otrzymują możliwość porównania i racjonalnego wyboru na zasadzie maksymalizacji korzyści. Obniżenie barier wejścia na rynek dla przedsiębiorstw prowadzi do wzrostu liczby producentów, a te z kolei, poprzez wzrost konkurencji, wymuszają wzrost jakości i spadek cen.

Zmiana paradygmatu działalności przedsiębiorstw objawia się w tym, że

- Wartość jest oparta na unikalnych indywidualnych doświadczeniach konsumentów. Firmy ogniskują swoją uwagę na pojedynczym konsumencie i jego doświadczeniu jako użytkownika, niezależnie jak wielu ich mają. Klient staje w centrum uwagi.
- Każda firma ma dostęp do globalnych zasobów i wiedzy. Optymalizacja działania wymaga korzystania z wielu dostawców a kryterium wyboru jest cena i jakość.

Zmiana paradygmatu wymaga przestawienia mentalności pracowników i wysokich umiejętności w zakresie zarządzania technologią informatyczną, procesami i relacjami z klientami.

Model działalności przedsiębiorstw zmienił się w latach pięćdziesiątych XX wieku. Wcześniej podstawą działania był proces produkcji. Kryterium wyboru decyzji o wytwarzaniu towarów była technologia; klient znajdował się na końcu łańcucha wartości jako bierny konsument. Wynikające z tego koszty produkcji i marża zysku przekładały się na cenę, a zadaniem działu marketingu była organizacja dystrybucji i maksymalizacja wielkości sprzedaży. Czasy się zmieniły. Teraz w centrum uwagi jest klient, a jego potrzeby, preferencje, i możliwości finansowe determinują cechy produktu. Jest on w stanie samodzielnie porównać produkty pod względem ceny i jakości. A ze względu na małą ilość czasu ceni wygodę oczekując jasnego przekazu dotyczącego cech produktu, a nie efektywnej ale mało komunikacyjnej reklamy.

Integracja pionowa ustępuje poziomej. Dostępność zasobów na zewnątrz, ich jakość i cena, czyni outsourcing wielu czynności i procesów oczywistą opcją służącą optymalizacji działalności. Współpraca z wieloma dostawcami w kraju i za granicą pozwala wykorzystać najlepsze dostępne zasoby globalnej gospodarki.

Dowolna strategia zbudowana na megatrendach zmieniających paradygmat gospodarki wymaga doskonałej znajomości i umiejętnego zastosowania procesów biznesowych, technologii informatycznych i analizy danych. To one kształtują operacyjną przewagę konkurencyjną w dystrybucji (sprzedaż), logistyce (zaopatrzenie) i komunikacji wewnętrznej i zewnętrznej.

Skierowanie uwagi na klienta pozwala go lepiej poznać i ukierunkować ofertę tak, by dobrze spełniała jego oczekiwania i potrzeby. Tradycyjne firmy koncentrują swoje wysiłki na poznaniu profili docelowych grup odbiorców. Firmy Nowej Gospodarki kierują swoją ofertę i tworzą relacje z klientami na zasadach indywidualnej personalizacji.

Personalizacja oferty nie jest niczym nowym, ale jej powszechność tak. Osobista obsługa, ubrania szyte na miarę, samochody produkowane na zamówienie były dostępne dla wąskiej grupy ludzi o wypchanych portfelach. Obecnie każdy użytkownik serwisów społecznościowych, jak Facebook, czy mySpace może sobie zaprojektować własny świat. Klient Amazon, czy Ebay jest nie tylko rozpoznawany po zalogowaniu, ale jego zainteresowania są analizowane przez pryzmat dokonanych zakupów i co równie ważne - także oglądanych towarów.

Innowacje są od dawna uznawane są jako jedno ze źródeł przewagi konkurencyjnej. Wielu badaczy przedmiotu przypisywało innowacjom ważną rolę w budowie strategii rozwoju przedsiębiorstw, jednakże dopiero w ostatnich latach, wraz z nastaniem nowego ładu gospodarczego, innowacje zdobyły uznanie jako główny motor wzrostu i warunek konieczny przetrwania w długim okresie. Wiele długowiecznych, powszechnie znanych obecnie firm zawdzięcza swoje miejsce na mapie gospodarczej strategii opartej na ciągłej innowacji, wprowadzaniu nowatorskich produktów, procesów i modeli biznesowych. Są wśród nich zasiedziałe przedsiębiorstwa, które uczyniły z innowacji swoją główną kompetencję, niejednokrotnie przeszły proces gruntownego przeobrażenia sposobu funkcjonowania a nawet zupełnej odnowy i zmiany profilu działalności. Do grona takich firm należą znane amerykańskie firmy: IBM, 3M, Microsoft, General Electric, Nike, Wal-Mart, Procter and Gamble, Johnson & Johnson, Walt Disney & Co., Du Pont, europejski giganty: Nokia, SAP, BMW, BP, Philips, Ryanair oraz azjatyckie tygrysy: Sony, Samsung, LG Electronics, Toyota i wiele innych.

Liderzy Nowej Gospodarki zbudowali swoją pozycję prawie wyłącznie dzięki **innowacjom produktowym i nowatorskim konceptom biznesowym**. Do nich należą powszechnie znane: Amazon, Yahoo!, Ebay, Google, Facebook, ale ucieleśnieniem rozwoju poprzez ciągłe innowacje jest firma Apple, wielokrotny zdobywca wyróżnienia dla najbardziej innowacyjnej firmy na świecie.

Czy w Polsce można tworzyć nowatorskie przedsięwzięcia i innowacyjne firmy zmieniające świat?

Prof. Krzysztof Obłój, jeden z najbardziej cenionych polskich specjalistów w dziedzinie strategii w biznesie, wykładowca Uniwersytetu Warszawskiego, napisał, że „Innowacja to wyobrażenie sobie przyszłości, która będzie inna i zbudowanie wokół tej wizji nowego modelu biznesowego firmy”. Prof. Gary Hamel z Harvard Business School idzie dalej twierdząc, że „Konkurencja dziś nie tyle odbywa się pomiędzy produktami, co raczej modelami biznesowymi, a nie przywiązywanie do tego znaczenia jest większym ryzykiem niż brak efektywności”.

Zazwyczaj źródeł innowacyjności gospodarki upatruje się w wysokich nakładach finansowych na badania i rozwój, pozyskiwanych tak ze źródeł publicznych jak i prywatnych. Nasz kraj zajmuje dalekie pozycje w tych rankingach i nic nie wskazuje, bo to się szybko mogło zmienić. Jednakże Nowa Gospodarka daje szansę na włączenie się do procesu poszukiwania innowacji na innej drodze niż tradycyjne kapitałochłonne badania. Era Internetu stwarza wolny dostęp do informacji, wymiany myśli i doświadczeń a globalizacja pozwala na wykorzystanie najnowszych wynalazków i nowoczesnych technologii w skali międzynarodowej. Nowatorskie modele biznesowe i przełomowe innowacje procesowe, bazują na wiedzy, wyobraźni, często na innym zastosowaniu istniejących odkryć naukowych i technologicznych. Nie można oczekiwać, że w Polsce powstaną firmy zmieniające rzeczywistość naszego kraju i świata w oparciu o własne przełomowe wynalazki i technologie, ale pracowitość, przedsiębiorczość, wreszcie pomysłowość Polaków to wystarczające przesłanki dla realizacji innowacyjnych przedsięwzięć opartych na umiejętnym wykorzystaniu istniejących wynalazków i technologii w procesach i nowych modelach biznesowych. Takie przykłady już można zobaczyć: mBank piąty największy bank internetowy na świecie, Solaris Bus & Coach SA z Bolechowa produkująca światowej klasy autobusy miejskie, Nowy Styl z Krosna, którego krzesła można znaleźć w biurach na całym świecie, czy Atlas, polski producent chemii budowlanej z powodzeniem konkurujący ze światowymi potentatami w kraju i zagranicą. Nowa gospodarka stwarza szansę na stworzenie w Polsce firmy i marki o zasięgu międzynarodowym. Gdzieś w garażu kilka osób już pewnie nad tym pracuje.