

PUNKT WIDZENIA

CZY MUSIMY GONIĆ MEGATRENDY?

DAWID SALAMADRY
dsalamadry@gornicza.com.pl

W 1976 r. Kodak posiadał 90 proc. udziału w światowej sprzedaży rynku filmów fotograficznych i niewiele mniej w odniesieniu do sprzedaży samych aparatów. Przez prawie sto lat firma była hegemonem w branży fotograficznej, a jej założyciel George Eastman przeprowadził Kodaka przez dwie rewolucje technologiczne: najpierw pomógł mu przeskoczyć z płyt na filmy, a później płynnie przejść z filmów czarno-białych na kolorowe.

Nie minęło wiele lat, kiedy ten sam Kodak stracił swoją pozycję z powodu rozwoju fotografii cyfrowej, która – jak na ironię – została opracowana w latach największej świetności firmy, więc miała ona wszelkie środki i możliwości, żeby być jej oreadownikiem i również na tym polu stać się globalnym liderem.

Podobnie było z Nokią, która przez lata miała silną pozycję na światowym rynku telefonii komórkowej, stając się znakiem rozpoznawczym małej Finlandii, podobnie jak klocki Lego dla Danii. Cenione za proste i wygodne rozwiązania oraz jakość i solidność wykonania, chętnie kupowane telefony Nokii uspiły czujność kierownictwa fińskiej firmy, które zaczęło skupiać się na wyglądzie kolejnych aparatów, zamiast iść w kierunku, które próbowały wytyczać inni producenci (np. Sony ze swoją serią komórek Walkman, które pokazały, jak bardzo posiadacze telefonów pożądamy od nich dodatkowych funkcji). Nokia została zepchnięta na boczny tor telefonii komórkowej, jednak głównie z powodu rewolucji smartfonów, które notabene sama jako pierwsza opracowała w drugiej połowie lat dziewięćdziesiątych. Finowie polegali też całkowicie na polu programowania, które nadało tempo odejścia od tradycyjnych komórek w stronę smartfonów i przyspieszyło upadek firmy z Espoo.

Przykłady Kodaka i Nokii to chyba już sztandarowe kazusy podmiotów, które pomimo swojej pozycji i możliwości, zamiast podążać za zmianami wyznaczającymi nowe kierunki na rynku, trzymają się kurczowo tego, co uczyniło je wielkimi, ale nieuchronnie zmierzają do lamusa. Zmiany te nazywane są megatrendami, co według literatury oznacza: „stałe ten-

dencje ekonomiczne, społeczne, polityczne i kulturowe, zjawiska powstałe w procesie cywilizacyjnego rozwoju społeczeństwa, o różnorodnych uwarunkowaniach oddziałujących na ludzkość poza narodowymi granicami i kontynentami, ogarniające cały ziemski glob oraz warunkujące główne kierunki i cele perspektywicznego rozwoju ludzkości”. Megatrendy mogą przybierać charakter pozytywny, jak np. ugruntowywanie się gospodarki rynkowej czy rozwój cywilizacji informacyjnej, ale również negatywny, czego przykładem mogą być np. zagrożenia środowiska naturalnego, terroryzm lub choroby cywilizacyjne.

Do najważniejszych megatrendów XXI wieku zalicza się przede wszystkim technologie cyfrowe – media społecznościowe, big data, urządzenia mobilne, chmury obliczeniowe i popyt na informacje; wzrost przedsiębiorczości, globalizację rynku (zarówno dla dużych firm oraz małej wymiany handlowej pomiędzy pojedynczymi przedsiębiorcami), dalszą urbanizację, jak i rozwój medycyny, który w połączeniu z niskim przyrostem naturalnym przełoży się na starzenie się społeczeństw. Poza wymienionymi powyżej, jednym z sześciu głównych megatrendów według raportu EY z 2015 r. będzie również wzmożony popyt na energię elektryczną i podążający za nim wzrost produkcji prądu, do którego będą potrzebne surowce naturalne, wydobywane z miejsc do tej pory niedostępnych. Według szacunków analityków EY, w 2030 r. aż 70 proc. ropy i 30 proc. gazu będzie pochodzić z zasobów niekonwencjonalnych.

Energetyka sama w sobie również podlega pewnym zjawiskom, które można kwalifikować jako megatrendy, gdzie do głównych należą rozwój odnawialnych źródeł energii oraz dążenie do zwiększania efektywności energetycznej. Przed dwoma laty ukazał się raport innej firmy doradczej – Deloitte – której analitycy do spółki z Forum Analiz Energetycznych nakreślili europejskie megatrendy energetyczne, które będą oddziaływać na wizję polskiego sektora energetycznego. Autorzy zaliczyli do nich redukcję emisji, rozwój OZE, wzrost roli decyzyjnej i świadomości społeczeństwa (a więc rozwój energetyki prosumenckiej oraz udział w decyzjach o nowych inwestycjach), zmniejszanie

znaczenia paliw kopalnych, poprawę efektywności energetycznej oraz nowe modele funkcjonowania biznesu energetycznego (np. mikroźródła lub energetyka rozproszona). Jedną z prognoz ujętych w raporcie był spadek udziału węgla w polskim miksie z 85 do 30 proc. w perspektywie roku 2030.

Osobiście podchodzę do zagadnienia megatrendów w energetyce z wielkim szacunkiem, ale bez nadmiernego zapędu, jak czyni to wielu komentatorów i analityków. Doskonale zdaję sobie sprawę z faktu, że również polski sektor energetyczny będzie się zmieniał, i to prawdopodobnie w kierunku dzisiaj wytyczanym przez kraje rozwinięte, ale nie uważam np., że powinniśmy gonić je w tej transformacji. Przypadek Kodaka czy Nokii jest często przytaczany w dyskusji nad polskim miksem energetycznym, ale ja nie znajduję tutaj analogii. W przeciwieństwie bowiem do złożoności produktowej rynku technologii użytkowych (jak telefony czy aparaty fotograficzne), branża energetyczna dostarcza zawsze ten sam produkt, więc dla odbiorców – zwłaszcza tych z sektora przemysłowego – liczy się przede wszystkim cena (jak w słynnej reklamie Polskiej Grupy Energetycznej – „prąd jak prąd, tylko tańszy”).

Element ceny jest ważny tym bardziej, że Polska wciąż znajduje się w gronie krajów rozwijających się, dla których tania energia jest jednym z głównych motorów napędowych. Dodatkowo nie występuje u nas element presji odbiorców korporacyjnych na źródła wytwarzania (o czym piszę w kontekście USA w drugiej części epizodu „Koniec końca wojny z węglem” w Punkcie Widzenia), który mógłby zmuszać spółki energetyczne do rewizji portfela elektrowni i zamknięcia tych wysokoemisyjnych. Dlatego więc, kiedy analitycy i zwolennicy megatrendów wzywają nas do podążania za światem (trochę w myśl zasady: „co Francuz wymyśli, to Polak polubi”), nie ma silnych stymulantów, żeby podążać tą ścieżką. I w przeciwieństwie do Nokii czy Kodaka, nie stanie się naszej energetyce większa krzywdą, jeśli zamiast ślepo gonić megatrendy, poczeka i w spokoju poobserwuje rozwój nowych technologii, a zainteresuje się nimi bardziej wtedy, kiedy np. znacząco spadnie ich koszt.

KONFERENCJA

Dylematy energetyki polskiej

INSTYTUT GSMIE PAN ORAZ PAEE ZAPRASZAJĄ DO UDZIAŁU W KONFERENCJI „FORUM GOSPODARKI ENERGETYCZNEJ”, KTÓRA ODBĘDZIE SIĘ 19-20 MARCA 2018 R. W HOTELU QUBUS W KRAKOWIE.

Hasło tegorocznej konferencji to „Dylematy energetyki polskiej – wyzwania i zagrożenia”. Wśród zagadnień poruszanych podczas Forum znajdują się m. in.: przyszłość węgla w Polsce w dobie promocji gospodarki innowacyjnej, wyzwania dla energetyki i ciepłownictwa w świetle zaostrzonych wymogów środowiskowych czy dylematy przedsiębiorstw energochłonnych. W konferencji uczestniczyć będą reprezentanci środowiska naukowo-badawczego oraz przedsiębiorstw i instytucji działających w obszarze sektora paliwowo-energetycznego. Patronat honorowy nad wydarzeniem objęli ministrowie energii oraz nauki i szkolnictwa wyższego, dyrektor NCBR i prezes URE. Szczegółowe informacje można znaleźć na stronie internetowej www.forum-ge.pl. Patronem medialnym konferencji są redakcje Trybuny Górniczej i portalu nettg.pl.

www.autojunior.kia.pl

Przebojowy charakter.



Nowa Kia Stonic już od
54 990 PLN

STONIC

Nowa Kia Stonic. Wrażeń nigdy dość.

Kia Stonic to samochód zaprojektowany dla tych, którzy czerpią z życia garściami i chętnie podejmują wyzwania. Ten dynamiczny, kompaktowy crossover powstał z myślą o osobach ciekawych świata. Oferowany jest w wielu wersjach kolorystycznych nadwozia, jedno- i dwukolorowych. To propozycja dla urodzonych indywidualistów.

The Power to Surprise



Auto Junior 44-203 Rybnik / ul. Żorska 77
tel. 32 423 18 00 / www.autojunior.kia.pl



7 lat / 150 000 km gwarancji. Szczegółowe okresy gwarancji oraz jej warunki określone są w książce gwarancyjnej. Każdy nowy samochód marki Kia, fabrycznie wyposażony w system nawigacji firmy LG, umożliwia korzystanie przez 7 lat z najnowszych wersji map bez ponoszenia dodatkowych kosztów.