



Komunikat prasowy

Sopot, 2.10.2015

Nowe modele biznesu na nowe czasy

Globalne firmy innowacyjne nie skupiają się już na wypracowywaniu własnych rozwiązań innowacyjnych, ale kupowaniu projektów na wstępnym etapie rozwoju. To wielkie ostrzeżenie dla Polski. Aby stała się fabryką intelektualną, a nie kolonią intelektualną, trzeba zadbać o branding rozwiązań pochodzących z Polski – stwierdził prof. Piotr Moncarz ze Stanford University podczas debaty, zorganizowanej w ramach Europejskiego Forum Nowych Idei.

Nowe modele biznesowe powinny uwzględniać kilka cech, które w obecnych czasach nabierają szczególnego znaczenia. Po pierwsze, kluczowa jest **współpraca**. Internet daje globalne możliwości komunikacji i pozwala dużo szybciej rozwijać swój biznes, niż jeszcze kilkanaście lat temu. Każdy klient ma w kieszeni dostęp do zasobów całego świata. Wymaga to jednak zachowania szczególnej **uczciwości** w prowadzeniu biznesu.

Jak przekonywała Sarah Drinkwater, szefowa campusu Google (UK), istnienie mediów społecznościowych już nie pozwala zamieścić czegokolwiek pod dywan. Natomiast koszty ujawnienia są dużo wyższe, bowiem to konsumenci współkreują rynek i mogą także ukarać firmę dużo dotkliwiej niż państwo. Dziś firma PR ma niewielki wpływ na komunikację z klientem, gdy każdy ma smartfona i na bieżąco dostaje informacje z różnych źródeł – mówił prof. Alexander Manu z Rotman School of Management na Uniwersytecie w Toronto.

Kolejnym kluczowym elementem rozwoju firm są **innowacje**. Bez nich przedsiębiorstwa tracą możliwość ekspansji. Pewną rolę w tym procesie ma do spełnienia państwo, które powinno wyznaczać kierunki rozwoju oraz swoim udziałem w projektach minimalizować ryzyko inwestorów.

– Poszukiwanie innowacji warto skupiać na rozwiązywaniu konkretnych problemów – przekonywał Adam Czyżewski, główny ekonomista PKN ORLEN – W innym przypadku nie będzie można precyzyjnie przewidzieć, jakie rozwiązania zostaną wypracowane. Taki kierunek jest również dużo bardziej akceptowany przez inwestorów – mówił Czyżewski.

Wypracowywanie rozwiązań innowacyjnych musi być realizowane w ścisłym związku z najbardziej zaawansowaną technologią, nauką i naukowcami. Zdaniem Jeffrey'a Sachsa, dyrektora The Earth Institute, uczelnie mogą prowadzić projekty o celach długofalowych i tym sposobem mogą wspierać firmy, które mają zdecydowanie krótszy horyzont celów. A nie ma innowacji bez celów długofalowych.



Biznes się nie uda bez **odwagi i zuchwałości**. To w nich jest wizja i motywacja, która wiąże się z potrzebą ciągłej zmiany. Nie można już zakładać, że za pięć lat forma będzie wyglądała podobnie jak dziś – ostrzegął Alexander Manu.

Zdaniem Piotra Moncarza zmienia się również **rola menadżerów**. Dzisiejsze przedsiębiorstwa bardziej potrzebują coachów zarządzających zespołami, niż przywódców w dotychczasowym znaczeniu.

Moderatorem debaty był Marek Tejchman, zastępca redaktora naczelnego Dziennika Gazety Prawnej.

Partnerem sesji był PKN Orlen.

EUROPEJSKIE FORUM NOWYCH IDEI to międzynarodowy kongres środowisk biznesowych z udziałem wybitnych przedstawicieli świata polityki, kultury, nauki i mediów. Organizowane jest od 2011 r. przez Konfederację Lewiatan we współpracy z BUSINESSEUROPE, Miastem Sopot oraz polskimi i międzynarodowymi firmami i instytucjami. Celem Forum jest wypracowywanie pomysłów na silną Europę i konkurencyjną gospodarkę, otwartą na trendy cywilizacyjne i technologiczne. Tegoroczna edycja EFNI odbędzie się w dniach 30.09- 1-2.10.2015 r. w Sopocie, a jej hasłem przewodnim będzie pytanie: **„Europa i świat wobec rosnących nierówności społecznych, radykalizmów i zagrożeń geopolitycznych.”**

Więcej informacji: www.efni.pl

**Patronat honorowy
Partnerzy instytucjonalni**

Prezydent Rzeczypospolitej Polskiej, Parlament Europejski
Agencja Rozwoju Przemysłu S.A., Komisja Europejska, Narodowe Centrum Badań i Rozwoju

Partnerzy strategiczni

MetLife, PKN ORLEN, PZU, Totalizator Sportowy, „Dziennik Gazeta Prawna”, Grupa Onet.pl, TVP SA

**Partner Gali otwarcia
Partnerzy główni**

Bank Pekao S.A.
Biznes.pl, BMW Group, Citi Handlowy, Discovery NETWORKS CEEMEA, „Forbes”, France 24, Intel, Microsoft, „Newsweek”, Orange Polska, „Parkiet”, PKP S.A., Silvermedia

Partnerzy wspierający

AMS, „Bloomberg BusinessWeek Polska”, „Gazeta Wyborcza”, Havas Worldwide, „Liberté!”, McCANN Worldgroup, PAP, PGNiG SA, Polski Związek Pracodawców Przemysłu Wydobywczego, Pomorska Specjalna Strefa Ekonomiczna, „Puls Biznesu”, Starcom MediaVest Group, Związek Pracodawców „Transport i Logistyka Polska”, „Warsaw Business Journal Observer”, Związek Pracodawców Prywatnych Energetyki, Związek Pracodawców Technologii Cyfrowych Lewiatan

Partnerzy merytoryczni

Ashoka, Aspen Institute Prague, Centrum Stosunków Międzynarodowych, demosEUROPA – Centrum Strategii Europejskiej, ECFR, Instytut Spraw Publicznych, POLITYKA INSIGHT, Res Publica Nowa, THINKTANK, Global Compact w Polsce – Inicjatywa Sekretarza Generalnego ONZ Global Compact, Światowa Akademia Sztuki i Nauki

**Partner logistyczny
Oficjalny przewoźnik
Producent wykonawczy**

Port Lotniczy Gdańsk im. Lecha Wałęsy
PLL LOT
IDFX

KONTAKT DLA MEDIÓW:

Zbigniew Maciąg, zmaciag@konfederacjalewiatan.pl, tel.: +48 604 589 080