

Cyfryzacja bramą do globalizacji MŚP



Jacek Zwolak

Prezes Zarządu, Pomorski Fundusz Rozwoju



dr Magdalena Pronobis

Wiceprezes Zarządu, Pomorski Fundusz Rozwoju

Nie ma dziś już możliwości, by firma odniosła globalny sukces, będąc nieobecna w świecie cyfrowym. Potrzeba digitalizacji dotyczy już nie tylko podmiotów dużych, czy najbardziej innowacyjnych, lecz także małych i średnich, a nawet tych, działających w skali mikro. Dlaczego przedsiębiorcy nie powinni traktować cyfryzacji jako *rocket science*? Czy słuszne są ich obawy, że proces ten może „odhumanizować” ich działalność? Jak skutecznie wspierać digitalizację małych i średnich przedsiębiorstw oraz jaka jest w tym kontekście rola Pomorskiego Funduszu Rozwoju?

Rozmowę prowadzi Marcin Wandałowski, redaktor publikacji Kongresu Obywatelskiego.

Czy można powiedzieć, że digitalizacja jest warunkiem *sine qua non* wpięcia małych i średnich przedsiębiorstw w międzynarodowe łańcuchy wartości?

M.P.: Uważam, że tak – nie ma możliwości, by firmy miały szansę na włączenie się w globalne łańcuchy, jeśli nie są zdigitalizowane i nie posiadają narzędzi do zaistnienia w cyfrowej przestrzeni. Jest ona dziś najlepszym i najbardziej powszechnym sposobem na nawiązanie kontaktu z klientem czy dostawcą, którzy znajdują się mogą nawet na drugim końcu świata. Dlatego też prowadzenie biznesu bez wykorzystania rozwiązań cyfrowych jest dziś niemal niewykonalne, a już szczególnie gdy – tak jak tu, na Pomorzu – nie ma się aspiracji związanych jedynie z prostą produkcją czy montażem, lecz przeciwnie: z dalszym rozwojem, ze wspinaniem się coraz wyżej w łańcuchu wartości i z wchodzeniem w najbardziej wysokomarżowe obszary.

J.Z.: Warto zresztą zauważyć, że postępująca cyfryzacja okazuje się być najlepszą strategią także dla globalnych potentatów i to często we wcale nieoczywistych branżach. Przykładem może być tutaj firma LEGO, która każdemu chyba z nas kojarzy się z klockami, czyli z interakcją wybitnie materialną, namacalną. Okazuje się jednak, że i ona w swoich wartościach, w swojej misji, stawia dziś właśnie na cyfryzację – po to, żeby przetrwać i móc dalej się rozwijać. To dziś *de facto* jedyny możliwy kierunek dalszego postępu – można się z tym nie zgadzać, można tego nie lubić albo się przed tym wzbraniać, ale w świecie biznesu nie ma dziś innej drogi rozwoju.

Na własnej skórze odczułem to, o czym Pan mówi – spore było moje zdziwienie, gdy kupując w zeszłym roku swojemu dziecku klocki LEGO na urodziny, nie znalazłem w kartonie papierowej instrukcji, lecz ulotkę z informacją, że znajdę ją w aplikacji mobilnej. Wróćmy jednak do sedna rozmowy – mam wrażenie, że jeszcze

kilka, a już na pewno kilkanaście lat temu digitalizacja była „musem” przede wszystkim z perspektywy dość innowacyjnych przedsiębiorstw. Dziś natomiast obecność w świecie cyfrowym staje się koniecznością nawet dla małych, lokalnych firm pokroju piekarni czy kwiaciarni. Czy podpiszą się Państwo pod tą tezą?

J.Z.: Zdecydowanie. Dodałbym jeszcze do tego, że owa konieczność została szczególnie wzmożona w okresie pandemii. Wówczas wiele firm, które do tej pory nie korzystało z rozwiązań cyfrowych, bądź też czyniło to w bardzo ograniczonym stopniu, musiało wejść na tę ścieżkę, aby móc przetrwać.

”

Potrzeba cyfryzacji biznesu została szczególnie wzmożona w okresie pandemii, kiedy to wiele firm, które do tej pory nie korzystało z rozwiązań digitalnych, bądź też czyniło to w bardzo ograniczonym stopniu, musiało wejść na tę ścieżkę, aby móc przetrwać.

M.P.: Mam wrażenie, że digitalizacja nadal niektórym kojarzy się z *rocket science*. Zupełnie niesłusznie. Oznacza ona przecież często bardzo proste rozwiązania. Wspomniana przez Pana kwiaciarnia nie musi od razu korzystać ze sztucznej inteligencji. Może znaleźć najlepiej dopasowane do jej potrzeb rozwiązanie cyfrowe, za sprawą którego uda się zwiększyć efektywność kosztową, bądź też dotrzeć do szerszych grup klientów. Wszyscy dobrze wiemy, jak bardzo rośnie popularność zakupów internetowych i że klient coraz częściej nie oczekuje od sklepu „fizycznej” obecności – *brick and mortar*, jak to mówią – lecz możliwości dokonania zakupów przez sieć. Pozostając przy przykładzie kwiaciarni, możemy dziś spotkać liczne przykłady funkcjonowania tego typu biznesów właśnie w sferze wirtualnej.

”

Digitalizacja nadal niektórym kojarzy się z *rocket science* – zupełnie niesłusznie. Oznacza ona przecież często bardzo proste rozwiązania, pozwalające m.in. zwiększyć efektywność kosztową, bądź też dotrzeć do szerszych grup klientów.

Do tego wszystkiego dodałbym jeszcze szalenie dziś istotny wątek ekoefektywności – szersze wdrażanie cyfryzacji w prowadzony biznes pozwala na znaczne obniżanie jego śladu węglowego. Nie tylko w przypadku firm dużych, lecz także w tzw. mikroskali. Warto mieć to na uwadze w kontekście wszechobecnego zagrożenia, jakim są obecnie zmiany klimatu.

J.Z.: Zauważmy też, że dbanie o zrównoważony rozwój, na przykład opierając się na wykorzystaniu odnawialnych źródeł energii, termomodernizacji czy pompach ciepła, najczęściej bazuje również na narzędziach cyfrowych. Pozwalają nam one *de facto* złożyć jeden wielki układ, integrujący ze sobą ileś urządzeń i czujników, co tworzy pewnego rodzaju efekt synergii. Sami, indywidualnie, nie potrafilibyśmy w sposób optymalny zarządzać odpowiednim poborem mocy, magazynowaniem energii, etc.

Jak zatem skutecznie wspierać proces cyfryzacji małych i średnich przedsiębiorstw?

J.Z.: Jestem zwolennikiem podejścia sekwencyjnego jeśli chodzi o wdrażanie zmian w organizacji – a pamiętajmy, że cyfryzację jak najbardziej do takowych należy zaliczyć. Obrazując to metaforą: lepiej zrobić pięć drobnych kroków, niż raz skoczyć i złamać sobie nogę. Sądzę, że taki stopniowy, zaplanowany, uporządkowany proces jest najlepszą drogą, przede wszystkim z punktu widzenia firm w skali mikro. Nieraz jest to też w praktyce jedyna dostępna ścieżka – często nie dysponują one przecież tak dużymi nakładami, aby móc od razu zainwestować wielkie środki w transformację cyfrową.

Zwróciłbym też uwagę na to, by na cyfryzację patrzeć przez pryzmat nie tylko technologii, lecz również człowieka. Digitalizacja nie polega na odhumanizowaniu działalności gospodarczej – po drugiej stronie, za wszelkiego rodzaju

rozwiązaniami i *know-how*, stoją przecież finalnie osoby, które je tworzą lub obsługują. Dlatego też niezbędne jest w tym kontekście odpowiednie kształcenie ludzi – najlepiej już najmłodszych, ale też i dojrzałych pracowników firm.



Patrzmy na cyfryzację przez pryzmat nie tylko technologii, lecz również człowieka. Digitalizacja nie polega na odhumanizowaniu działalności gospodarczej – po drugiej stronie, za wszelkiego rodzaju rozwiązaniami i *know-how*, stoją przecież finalnie osoby, które je tworzą lub obsługują.

Idąc dalej, ważne będzie też przełamanie istniejących stereotypów, że informatyk to geniusz w okularach i swetrze. Taka wizja jest nie do zaakceptowania. Warto, żeby kojarzył się on z czymś bardziej pozytywnym. Również, żebyśmy mieli w świadomości, że to nie musi być mężczyzna, lecz równie dobrze kobieta. Chodzi o spojrzenie na to, że świat się zmienia i że od tego nie uciekniemy. Wystarczy zresztą popatrzeć na nasze dzieci – gdy to robię, czasem mam wrażenie, że jestem cyfrowo wykluczony. Najmłodsze pokolenie, wychowując się w świecie otoczonym cyfrowością, robi pewne rzeczy w sposób intuicyjny, naturalny. To ono wskazuje nam najlepiej drogę rozwoju.

M.P.: Całkowicie się zgadzam. Spójrzmy na przykład na dzieci, które dotykają ekranu telewizora i nie są w stanie pojąć, że jest on nieczuły na dotyk. Z ich perspektywy jest to właściwie przeżytek.

Wróćmy jednak do kontekstu przedsiębiorstw – firma, która się cyfryzuje, która stawia na nowoczesne, zaawansowane narzędzia sprawia, że praca w niej jest bardziej *smart* i staje się tym samym bardziej atrakcyjnym miejscem pracy dla młodych ludzi, dobrze obeznanych z technologiami będącymi dziś „na czasie”. Uważam, że z perspektywy przedsiębiorców, jest to bardzo istotna kwestia, stanowiąca zachętę do przekształcania oraz unowocześniania swojej działalności.

W jaki sposób transformację cyfrową pomorskich firm wspiera Pomorski Fundusz Rozwoju?

M.P.: Staramy się działać uniwersalnie, dostarczając mikro, małym oraz średnim przedsiębiorstwom finansowanie adekwatne do ich potrzeb. Działamy na tyle elastycznie, by wsparcie z naszej strony było z perspektywy firm jak najbardziej „wygodne” oraz uwzględniało wątki cyfryzacyjne. W naszej ofercie mamy m.in. produkt o nazwie „Pożyczka na Odbudowę Biznesu”, w którym preferencje dotyczą wprost inwestycji związanych właśnie z cyfryzacją. Projekt ten realizujemy poprzez dwóch pośredników finansowych – Pomorski Fundusz Pożyczkowy w Gdańsku oraz Polską Fundację Przedsiębiorczości w Szczecinie.

Liczymy, że za sprawą m.in. naszego wsparcia, ale także wspomnianych doświadczeń pandemicznych, pomorski sektor małych i średnich przedsiębiorstw, dostanie silny bodziec do szybszej transformacji cyfrowej, do zmiany swoich modeli biznesowych. Może „cyfrowy standard” przesunie się z witryny internetowej czy profilu na Facebooku, w kierunku rozwiązań mobilnych, finansów mobilnych lub chmury obliczeniowej? Współczesne technologie oferują bardzo wiele rozwiązań, które większość firm nadal wykorzystuje w niewielkim stopniu.

J.Z.: Wydaje się, że dwa istotne obszary, w których Polska odstaje *in minus*, ma pewne zapóźnienia w porównaniu do pozostałych państw w regionie, to: niewykorzystywanie chmury obliczeniowej oraz niższe umiejętności cyfrowe społeczeństwa. Powinniśmy stawiać nacisk na doskonalenie się na obydwu tych polach, aby móc szerzej i skuteczniej wdrażać rozwiązania digitalne – i to nie tylko w biznesie.



Dwa istotne obszary, w których Polska odstaje *in minus* w porównaniu do pozostałych państw w regionie, to: niewykorzystywanie chmury obliczeniowej oraz niższe umiejętności cyfrowe społeczeństwa. Powinniśmy stawiać nacisk na doskonalenie się na obydwu tych polach, aby móc szerzej i skuteczniej wdrażać rozwiązania digitalne – i to nie tylko w biznesie.

W jaki sposób Pomorski Fundusz Rozwoju przygotowuje swoją ofertę skierowaną do przedsiębiorstw?

J.Z.: Tak jak wspominaliśmy, wsparcie udzielane przez Pomorski Fundusz Rozwoju, wędruje do firm poprzez naszych partnerów, tzw. pośredników finansowych. To właśnie oni są odbiorcami bezpośrednich próśb czy sugestii ze strony lokalnych przedsiębiorców. Regularnie spotykając się z partnerami, staramy się budować naszą ofertę pod kątem na bieżąco zgłaszanych przez firmy uwag.

Wydaje mi się, że najczęściej sygnalizowany nam przez pośredników problem dotyczy nietworzenia produktów na „wąskie” potrzeby, czy kierowanych tylko na bardzo doprecyzowane cele, lecz przeciwnie – budowania rozwiązań cechujących się wysokim poziomem elastyczności. Dlatego też oferujemy między innymi tzw. pożyczkę ogólnorozwojową.

Jakiego typu firmy najczęściej zgłaszają się do Pomorskiego Funduszu Rozwoju z wnioskiem o wsparcie?

M.P.: Pomorski Fundusz Rozwoju współpracuje z instytucjami finansowymi zlokalizowanymi na terenie całego Pomorza i przede wszystkim to dzięki nim docieramy do firm z naszego województwa. Profil przeciętnego przedsiębiorcy ubiegającego się o wsparcie nie odbiega zazwyczaj od struktury naszej regionalnej gospodarki – zdecydowaną większość stanowią firmy najmniejsze, zatrudniające do 10 pracowników. W ostatnich dwóch latach dominującą grupą podmiotów pozyskujących wsparcie były firmy z sektora budownictwa, natomiast relatywnie niewiele z sektora przemysłowego. Najczęściej udzielamy wsparcia rzędu stu tysięcy złotych, mimo że sama oferta jest dużo szersza. Najwięcej środków trafia do firm zlokalizowanych w obszarze metropolitalnym, co również jest naturalne, ponieważ przedsiębiorczość wciąż jest skoncentrowana właśnie tutaj.

Na zakończenie – czasy są dziś bardzo niepewne, czego zatem można życzyć Pomorskiemu Funduszowi Rozwoju na najbliższą przyszłość?

J.Z.: Myślę, że tego, czego życzą sobie też przedsiębiorcy, czy kredytobiorcy, a więc tego, by rynek finansowy osiągnął pewną stabilizację. Nie czeka nas co prawda w nadchodzących miesiącach powrót do tak niskiego kosztu pieniądza jak jeszcze półtora roku temu, ale dobrą wiadomością byłoby, chociażby nabranie przekonania, że *peak* inflacji czy wzrostu stóp procentowych jest już za nami. Wszechobecna dziś niepewność powoduje bowiem między innymi efekt wstrzymania decyzyjnego, jeśli chodzi o inwestycje. Życzymy więc sobie stabilnej sytuacji rynkowej oraz stabilnych parametrów makroekonomicznych, abyśmy jak najszybciej mogli stwierdzić, że negatywne trendy utrzymujące się od pewnego czasu w naszej – i nie tylko zresztą – gospodarce, zostały przynajmniej wyhamowane.

O rozmówcach

Jacek Zwolak – absolwent Wydziału Zarządzania Uniwersytetu Gdańskiego, od początku ścieżki zawodowej związany z Pomorzem. Posiada dwudziestoletnie doświadczenie w obszarze funduszy przedakcesyjnych PHARE i unijnych przeznaczonych na wsparcie rozwoju pomorskich firm z poziomu regionalnego i krajowego. Od 2021 roku prezes zarządu Pomorskiego Funduszu Rozwoju Sp. z o.o.

Dr **Magdalena Pronobis** – absolwentka Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu, ekspertka z zakresu funduszy unijnych zajmująca się tą tematyką od 20 lat – w pierwszych latach jako doradczyni w consultingu europejskim, z samorządem województwa pomorskiego związana od 2013 roku. Kierowała zespołem odpowiedzialnym za programowanie i wdrażanie wsparcia zwrotnego na Pomorzu ze środków unijnych na lata 2014-2020. Z Pomorskim Funduszem Rozwoju Sp. z o.o. związana od samego początku jego istnienia, brała udział w jego tworzeniu i w budowaniu strategii rozwoju Spółki, od 2021 jako wiceprezesa.

Partnerzy



Pomorski Fundusz Rozwoju
sp. z o.o. z siedzibą w Gdańsku



Spółka Samorządu
Województwa Pomorskiego



Partnerzy numeru

