

Zašto prerađivačke kompanije moraju prihvatiti prekretničke promjene kako bi preživjele

Lako je vidjeti kako dugotrajni investicijski i inovacijski trendovi brzo dovode do neviđene promjene paradigme poslovanja u sve većem broju biznisa. Uber danas upravlja s najvećim brojem taksi vozila na svijetu, a Airbnb je na putu da postane najveći svjetski hotelijer. Glazbeni servisi kao što je Spotify nedavno su, po prodaji, pretekli prodaju CD-a.

Napredno istraživanje, zajedno s razvojem i investicijama, uglavnom je bilo rezervirano za velike kompanije, koje su na taj način mogle iskoristiti svoju ekonomsku snagu. Te mogućnosti danas se sve više šire na start-upove i poduzeća koji se koriste tehnologijom koja mijenja postojeću paradigmu poslovanja. Na taj način, te kompanije izazivaju korjenite promjene u sve većem broju tradicionalnih industrija.

Era start-upova nastavlja jačati i ne nazire joj se kraj, a potiče je jednostavan pristup investicijama rizičnog kapitala za poduzetnike. Malo tradicionalnih industrija ostat će neokrnute tom pojavom. Ipak, umjesto da se jadaju na razvoj situacije, prokušane kompanije trebale bi prigrлити ove promjene i pokušati iskoristiti nove prilike koje im se nude.

U praksi je to, naravno, lakše reći nego učiniti. Ipak, one kompanije u tradicionalnim industrijama koje ne budu u stanju prihvatiti promjene u paradigmi poslovanja snosit će teške posljedice. Nekoliko je razloga koji nas navode na taj zaključak. Uzmimo kao primjer prerađivačku industriju, koja se trenutačno suočava s nizom novih izazova:

Prvo, prerađivačka industrija više nije industrija koja privlači "najbolje i najbistrije". Tehnološki upućeni mladi ljudi radije će raditi za tehnološke divove kao što je Google ili pak za neki start-up poput Airbnba. Posljedično, kompanije koje se bave prerađivačkom industrijom suočavaju se s manjkom poduzetničkog duha.

Kao drugo, veliki tržišni igrači u prerađivačkoj industriji nisu dovoljno gipki da bi bili u stanju prihvatiti nove trendove koji se rađaju iz svakodnevne tržišne komunikacije potrošača. Danas potrošač želi biti uključen u proces stvaranja proizvoda ili usluge, a to je nešto što zahtijeva mnogo više fleksibilnosti i interaktivnosti od kompanija koje se bave prerađivačkom industrijom.

Kao treće, većim prerađivačkim kompanijama često fali dovoljno sredstava za investiranje u istraživanje i razvoj te u nove komunikacijske modele i kanale. Zbog toga riskiraju zaostajanje za drugim tržišnim igračima, dok se istovremenu na tržištu probijaju nove start-up kompanije.

Stoga, kako bi se nosili s novim izazovima, veće prerađivačke kompanije trebaju prigrлити nove načine privlačenja investicija i udruživanja sa start-upovima. Uzimajući sve u obzir, jake kompanije imaju neke jedinstvene prednosti i kapacitete od kojih tehnološki napredniji start-upovi mogu profitirati. Rezultat je situacija u kojoj su svi na dobitku - start-upovi, kompanije i potrošači.

Postavlja se i pitanje o tome koje mogućnosti stoje na raspolaganju prokušanim većim prerađivačkim tvrtkama koje žele poslovati sa start-upovima? Što takve kompanije mogu ponuditi start-upovima, a da oni to već nemaju?

Odgovor je - vrlo mnogo.

Na primjer, multinacionalne kompanije već imaju utvrđene i razvijene infrastrukturne i distribucijske mreže, koje se brzo mogu mobilizirati kako bi se neka nova ideja internacionalizirala. Tako da, umjesto da se upuštaju u izgradnju takvih mreža od nule, start-upovi, zajedno s jačim kompanijama, mogu doprijeti do novih tržišta te vrlo učinkovito pristupiti postojećoj ekspertizi tih kompanija.

Nadalje, velike kompanije imaju pristup jedinstvenoj paleti usluga koje su obično nedostupne manjim kompanijama. Te usluge odnose se na kontrolu kvalitete, istraživanje tržišta, pravnu zaštitu, financije, marketing i znanje o lokalnim tržištima.

Suradnja između velikih kompanija i start-upova stvara učinak sinergije. S jedne strane, start-upovima se otvara trenutačan pristup uslugama, ekspertnom znanju, iskustvu i dijeljenju resursa ili investicija u razvijanju novih ideja. S druge strane, velike kompanije mogu posegnuti za investicijama rizičnog kapitala, tehnološki razvijenim idejama i radnom snagom s izraženim poduzetničkim duhom. Velike kompanije se mogu razvijati i rasti, a lokalna ekonomija zajedno s njima, baš kao i start-upovi.

Kako sve više velikih i malih kompanija bude prepoznavalo niz jasno vidljivih prednosti sinergijske suradnje, tako će broj start-upova koje preuzimaju velike kompanije rasti, za razliku od broja velikih preuzimanja i spajanja kompanija, koji će opadati. Još jedan način na koji velike kompanije mogu poduprijeti start-upove je da osnuju lokalne inkubatore koji se mogu angažirati na području istraživanja i razvoja, u suradnji s nadarenim lokalnim poduzetnicima i akademskom zajednicom.

Promjene su uvijek teške, ali ponekad su nužne. Ukoliko se radi o prerađivačkom sektoru i drugim tradicionalnim industrijama, prihvaćanje promjena u paradigmi kroz nova partnerstva sa start-upovima moglo bi biti najuzbudljivija promjena u proteklih nekoliko desetljeća.