

Modele biznesowe XXI wieku. Co warto o nich wiedzieć, zanim rozpocznieś pracę?

W polskim przemyśle cyfrowe rozwiązania powoli stają się codziennością – niemal połowa zakładów korzysta już z AI, chmury obliczeniowej czy internetu rzeczy. Z [danych Głównego Urzędu Statystycznego](#) wynika, że wśród dużych spółek niemal wszystkie – bo aż 94,2% – sięgają po nowoczesne narzędzia. Tak wysoki odsetek pokazuje, że cyfrowa transformacja nie jest dodatkiem do tradycyjnej działalności, lecz przenosi ją w zupełnie nowy wymiar. Przekształca się nie tylko zaplecze technologiczne, ale i sama logika prowadzenia biznesu. Coraz częściej o przewadze rynkowej decydują rozwiązania oparte na danych oraz umiejętność szybkiego dostosowania się do zmieniających się potrzeb odbiorców, a nie wielopiętrowe struktury zarządzania. W tym krajobrazie wygrują kandydaci, którzy potrafią zrozumieć mechanizmy stojące za nowymi modelami biznesowymi i włączyć się w ich rozwój. To właśnie znajomość takich koncepcji może stać się punktem wyjścia do świadomego planowania kariery i lepszego odnalezienia się w świecie pracy przyszłości.

Współczesne modele biznesowe i ich rola

Dzisiejszy biznes rozwija się w zupełnie innym rytmie niż jeszcze dekadę temu. Firmy na nowo definiują relacje z klientami, inaczej zarządzają zasobami i szukają nowych sposobów na zwiększenie zysków. O kształcie tej zmiany decyduje nie tylko postęp technologiczny, lecz także globalizacja i rosnąca świadomość konsumentów. Dla osób poszukujących pracy rozumienie tej rzeczywistości to klucz do dobrego startu – daje pewność podczas rozmowy kwalifikacyjnej i pozwala wybrać pracodawcę, którego praktyki będą w zgodzie z ich planami zawodowymi.

Platformy i handel online

Jednym z nurtów, które w ostatnich latach zmieniły handel, jest model platformowy – najlepiej pokazuje to rozwój sektora e-commerce. Serwisy sprzedażowe marketplace odmieniły handel, stając się cyfrowymi przestrzeniami, w których spotykają się sprzedawcy i kupujący. Proces ten, określany mianem **platformizacji**, polega na budowaniu rozbudowanych ekosystemów, które ułatwiają wymianę i zarabiają poprzez prowizje, abonamenty czy dodatkowe usługi. Równolegle upowszechnia się idea sprzedaży wielokanałowej (ang. *omnichannel*), łączącej zakupy online i offline tak, aby klient miał jednolite doświadczenie – może obejrzeć towar w sklepie, zamówić go w aplikacji, a następnie wybrać dostawę do domu lub odbiór przez Paczkomat®.

Taką spójność obsługi zapewniają **systemy CRM**, które integrują dane i pozwalają na indywidualne dopasowanie oferty. Na wielu rynkach, szczególnie w Azji, wyniesiono ideę integracji na wyższy poziom, tworząc tzw. *superapps* – aplikacje, w których można nie tylko zrobić zakupy, lecz także opłacić rachunki czy zamówić usługi kurierskie w obrębie jednego

ekosystemu. W Polsce takie narzędzia dopiero raczkują, ale doświadczenia rynków azjatyckich pokazują, że w dłuższej perspektywie podobny model może znaleźć swoje miejsce również tutaj.

Subskrypcje i cyfrowe formy płatności

Model subskrypcyjny wyrasta na jeden z najbardziej dochodowych sposobów prowadzenia biznesu. Daje firmom przewidywalne, regularne przychody, a odbiorcom poczucie wygody i stałego dostępu do tego, czego potrzebują. Swoją ekspansję rozpoczął w sektorze rozrywki – Netflix, Legimi i Spotify sprawiły, że **przestaliśmy kupować pojedyncze produkty, a zaczęliśmy płacić za dostęp**. Dziś subskrypcje obejmują już nie tylko serie czy muzykę, lecz także oprogramowanie SaaS, abonamenty na kawę czy dietę pudełkową dostarczaną każdego dnia. Obok tego popularność zdobywają mikropłatności i modele pay-per-use, które rozliczają wyłącznie faktyczne użycie usługi.

Popularność subskrypcji i modeli pay-per-use nie pojawiła się w próżni – umożliwiła ją rewolucja w płatnościach cyfrowych. To innowacje z obszaru fintech sprawiły, że zakupy w internecie stały się jednocześnie szybkie i bezpieczne. Dzisiejsi klienci nie akceptują skomplikowanych procedur – kilka dodatkowych pól w formularzu wystarczy, aby przerwali transakcję i porzucili koszyk. **Firmy, chcąc zatrzymać użytkowników, inwestują więc w narzędzia, które skracają proces do minimum**. Dobrym przykładem jest InPost Pay (<https://inpostpay.pl/biznes>), dzięki któremu całą transakcję można zatwierdzić jednym przyciskiem w aplikacji, bez ponownego wpisywania danych. Takie usprawnienia pokazują, że przewaga rynkowa rodzi się dziś z umiejętności upraszczania drogi klienta.

Ekonomia natychmiastowości i dzielenia się

Krajobraz usług w ostatnich latach został wyraźnie ukształtowany przez dwa modele: gospodarkę na żądanie i *sharing economy*. Pierwsza odpowiada na rosnącą potrzebę błyskawicznego dostępu. **Klienci oczekują dziś, że zamówiony produkt czy usługa trafi do nich niemal od razu** – nic więc dziwnego, że popularność zdobyły aplikacje typu Glovo czy Bolt Food, których kurierzy dostarczają posiłek praktycznie natychmiast po złożeniu zamówienia. Podobny mechanizm zaczyna wkraczać także do handlu detalicznego, choć dostawa tego samego dnia wciąż nie jest powszechnym standardem, lecz kierunkiem rozwoju branży. Druga koncepcja, **ekonomia współdzielenia, opiera się na idei wspólnego korzystania z zasobów zamiast ich kupowania**. Dzięki platformom Airbnb i BlaBlaCar prywatne mieszkania, wolne miejsca w samochodzie czy czas kierowcy stają się usługą, a dla wielu także źródłem dodatkowego dochodu.

Tempo, w jakim rozwinęły się oba modele, nie byłoby możliwe bez nowoczesnych technologii. **Aplikacje mobilne, geolokalizacja i systemy ocen** – jak chociażby gwiazdki przyznawane kierowcom w Uberze – budują zaufanie i przejrzystość. Z kolei nowoczesna logistyka pozwala, aby zamówienia składane w aplikacji były realizowane w ciągu kilkunastu minut. Taka infrastruktura wpływa też na oczekiwania wobec pracowników. Wysoko cenione są dziś umiejętności analizy danych potrzebne do przewidywania popytu, znajomość logistyki ostatniej mili oraz zdolność koordynowania złożonych sieci dostawców i odbiorców.

Technologie napędzające współczesny biznes

Dziś rozwój przedsiębiorstw opiera się przede wszystkim na technologii, obecnej w każdym punkcie styku z klientem. **Synergia AI i analizy danych** umożliwia personalizację ofert, przewidywanie trendów i usprawnianie procesów. To dzięki algorytmom analizującym miliony zachowań użytkowników serwisy e-commerce potrafią trafnie rekomendować produkty, a usługi subskrypcyjne dostarczają treści dopasowane do indywidualnych preferencji. Coraz istotniejszą rolę odgrywa też **internet rzeczy (ang. Internet of Things, IoT)**, który zbiera dane z urządzeń w czasie rzeczywistym. W obszarze logistyki technologia ta pozwala na śledzenie przesyłek na każdym etapie drogi, a w przemyśle – kontrolowanie stanu maszyn bez przerywania ich pracy. IoT znajduje zastosowanie również w motoryzacji. Czujniki wspierają monitoring kondycji pojazdów i ostrzegają kierowców o zbliżających się awariach.

Tak rozbudowane środowisko wymaga sprawnego zaplecza systemowego. **Rozwiązania ERP** integrują obszary finansów, produkcji i kadr, a **systemy CRM** pozwalają lepiej rozumieć klientów i prowadzić z nimi trwałe relacje. Całość opiera się na **chmurze obliczeniowej**, która zapewnia elastyczną moc i przestrzeń na dane bez potrzeby budowania kosztownych serwerowni. Wraz z jej upowszechnieniem rośnie znaczenie **cyberbezpieczeństwa** – w świecie cyfrowym ochrona danych firmowych i prywatnych staje się warunkiem zaufania, a często także możliwości dalszego rozwoju.

Umiejętności jutra – oczekiwania pracodawców

Wraz z rozwojem nowych modeli biznesowych finanse, technologia i logistyka coraz silniej się przenikają, tworząc wspólne środowisko działania. W takiej rzeczywistości przewagę daje nie tyle znajomość pojedynczych narzędzi, ile umiejętność spojrzenia na problem z wielu stron i elastyczne reagowanie na zmieniające się wyzwania.

Wśród kompetencji poszukiwanych dziś przez firmy wyróżniają się:

- **AI literacy** – rozumienie, jak działają algorytmy sztucznej inteligencji, jakie mają zastosowania i ograniczenia, także te etyczne.
- **Podejście projektowe** – zdolność projektowania rozwiązań w oparciu o potrzeby użytkownika oraz łączenia technologii z doświadczeniem klienta.
- **Umiejętność pracy z danymi w czasie rzeczywistym** – wykorzystywanie bieżących informacji do podejmowania decyzji i optymalizacji procesów.
- **Data literacy** – sprawne korzystanie z danych: od analizy krytycznej po wizualizację i wspieranie decyzji biznesowych.
- **Transdyscyplinarność** – łączenie wiedzy z różnych obszarów, np. zarządzania, finansów i technologii, oraz skuteczna współpraca w zespołach o zróżnicowanym profilu.

Zawody kształtowane przez cyfrową transformację

Cyfrowa zmiana jako pierwsza mocno uderzyła w sektor finansowy. Nowe systemy płatności i rozwój usług fintechowych stworzyły zapotrzebowanie na specjalistów od oceny ryzyka kredytowego online, ochrony danych oraz projektowania innowacyjnych produktów. W obszarach opartych na modelu subskrypcyjnym coraz bardziej doceniani są natomiast

eksperci od strategii cenowej i analitycy zajmujący się badaniem przyczyn rezygnacji klientów. Ich wnioski pozwalają firmom skuteczniej utrzymywać użytkowników. Rosnące oczekiwania wobec natychmiastowej dostępności usług sprawiają z kolei, że firmy inwestują w planistów logistyki ostatniej mili, koordynatorów dostaw w czasie rzeczywistym oraz inżynierów rozwijających automatyzację flot i magazynów. To właśnie te role stoją za obietnicą dostawy „jeszcze dziś”.

E-commerce natomiast rozwija się w stronę nowych form marketingu i zarządzania doświadczeniem klienta. Na znaczeniu zyskują badacze UX odpowiedzialni za komfort zakupów, specjaliści automatyzujący kampanie reklamowe oraz eksperci od danych – od analityków po inżynierów – którzy potrafią przekształcić ogromne zbiory informacji w konkretne rekomendacje biznesowe.

Jak przygotować się do wejścia na tak specyficzny rynek pracy?

Dyplom i kierunkowa wiedza zdobyta na studiach pozostają ważnym elementem przygotowania do zawodu, ale **pracodawcy coraz częściej patrzą także na doświadczenia wykraczające poza program uczelni.** O przewadze mogą zdecydować umiejętności, które kandydat już zdążył zastosować w praktyce, oraz jego znajomość narzędzi. Dlatego tak bardzo na znaczeniu zyskują krótkie kursy specjalistyczne i branżowe certyfikaty, pozwalające szybko poszerzyć kompetencje.

Na znaczeniu zyskują również inicjatywy podejmowane obok formalnej edukacji – konkursy, hackathony, projekty studenckie tworzone we współpracy z biznesem czy aktywności, które uczą pracy zespołowej i elastyczności w rzeczywistych warunkach. Takie doświadczenia coraz częściej stanowią ważne uzupełnienie wykształcenia i mocny argument w pierwszych rekrutacjach.

Przewaga, którą możesz zbudować

Znajomość nowych modeli biznesowych wyraźnie wpływa na sposób, w jaki młodzi ludzie rozpoczynają karierę. Dzięki niej łatwiej zrozumieć oczekiwania pracodawców i świadomie planować rozwój w branżach o dużym potencjale. Wiedza o tym, jak przedsiębiorstwa tworzą wartość, pomaga także przewidywać, które umiejętności już wkrótce znajdą się w centrum uwagi rekruterów.

Świat gospodarki przyspiesza, a rozwiązania uznawane dziś za przełomowe jutro mogą być codziennością. Dlatego start w życie zawodowe wymaga nie tylko dyplomu, lecz również gotowości do nieustannego uczenia się. Pomaga w tym ciekawość, która pcha do śledzenia trendów, i inicjatywa, dzięki której łatwiej zdobywać nowe kompetencje. Każdy krok w stronę lepszego rozumienia mechanizmów biznesu działa jak inwestycja, która zwraca się dwukrotnie – w karierze i w życiu osobistym, dając pewność w podejmowaniu decyzji.

Autor: Joanna Ważny

Źródła:

- <https://inpostpay.pl/>

- Cyfrowa transformacja polskiego przemysłu. Co druga firma stawia na nowe technologie – Główny Urząd Statystyczny
- Modele biznesowe dla MŚP – Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości (PARP)
- Zwyczaje płatnicze w Polsce w 2023 r. – Narodowy Bank Polski
- Future of Jobs Report 2025 – World Economic Forum
- Collaborative economy in the EU - October 2018 - - Eurobarometer survey
- Omnichannel commerce, a must in business marketing - MIUniversity