

Wnioski: Świat wzmocnienia

Według analityka geopolitycznego Petera Zeihana, świat doświadcza nieprzewidywalnych zmian. Łańcuchy dostaw ulegają załamaniu; demografia się załamuje; a kryzys klimatyczny, niedawne wojny oraz obawy przed inflacją i problemami gospodarczymi rosną. Podsumowując, Zeihan stwierdza: „Tak jak geopolityka mówi nam, że era wolnego handlu dobiega końca, tak demografia mówi nam, że era wzrostu napędzanej konsumpcją, która była normą gospodarczą przez siedemdziesiąt lat, dobiega bezceremonialnego końca”. Te wyzwania sprawiają, że perspektywiczne spojrzenie w przyszłość jest niezwykle trudne, co utrudnia, jeśli nie wręcz uniemożliwia, wypracowanie praktycznych rozwiązań przy użyciu obecnych narzędzi ekonomicznych. Świat potrzebuje zupełnie nowego sposobu podejścia do tego problemu. Jamie Damion, prezes zarządu i dyrektor generalny JPMorgan Chase & Company, podkreślił wyzwania stojące przed światem:

Napięcia geopolityczne, wysoka inflacja, słabnące zaufanie konsumentów, niepewność co do wysokości stóp procentowych oraz niespotykane dotąd zacieśnianie ilościowe i jego wpływ na globalną płynność finansową, w połączeniu z wojną na Ukrainie i jej szkodliwym wpływem na globalne ceny energii i żywności, z dużym prawdopodobieństwem będą miały negatywne konsekwencje dla światowej gospodarki w przyszłości.

Jednak pod wieloma względami jest to opowieść o dwóch światach. Według Scotta Galloway'a, z makroekonomicznego punktu widzenia, świat jest znacznie bogatszy, ma więcej swobód i jest lepiej wykształcony niż kiedykolwiek:

- W 1980 roku 40 procent ludności świata żyło w skrajnym ubóstwie; w 2022 roku liczba ta wynosiła mniej niż 20 procent.
- W 1980 roku 44 procent ludzi nie miało praw demokratycznych; w 2022 roku liczba ta spadła do 25 procent.
- Dzieci urodzone w 1980 roku mogły spodziewać się 63 lat życia, a obecnie liczba ta wzrosła o dekadę.
- W 1980 roku 30 procent osób powyżej 15 roku życia nie miało formalnego wykształcenia; obecnie liczba ta spadła o 50 procent.

Niezaprzeczalnym aspektem świata jest jego rosnąca dynamika. W tym tkwi szansa dla firm, aby zainwestować w metawersum, stosując Persistent Utility, strategiczną metodologię i sposób myślenia zapewniający ciągłą pętlę usług dla trzech grup odbiorców:

1. Ci, którzy budują metawersum.
2. Konsumenci, którzy czerpią korzyści z metawersum.
3. Firmy, które się rozwijają.

Karol Darwin zauważył, że przetrwa nie najsilniejszy ani najinteligentniejszy gatunek. To ten, który jest najbardziej podatny na zmiany. Ta filozofia ma zastosowanie do firm, które dostosowują się do obecnych zmian rynkowych i przyspieszają transformację metawersum (tj. adaptację metawersum do swoich modeli biznesowych). Mark Read, dyrektor generalny WPP, podkreślił: „Myślę, że wzrost jest najważniejszy dla firm i ludzi. Czy realizujemy nasz cel najlepiej, jak potrafimy, i czy zostawiamy po sobie coś, z czego wszyscy jesteśmy dumni?”. Metawersum ma potencjał zwiększenia zysków o rząd wielkości, wpływając na społeczny zwrot z inwestycji (SROI) i inne modele kapitałowe, w tym modele środowiskowe, społeczne i ładu korporacyjnego (ESG).

Wartość ekonomiczna i społeczna

Jak wyjaśniono w książce, metawersum to trwałe, wzajemnie powiązane środowisko o społecznych i ekonomicznych efektach, które odzwierciedla rzeczywistość i tworzy skrzyżowanie między światem fizycznym a wirtualnym. Aby podkreślić znaczenie metawersum, Światowe Forum Ekonomiczne pracuje nad strategią metawersum:

... wiodące głosy z sektora prywatnego, społeczeństwa obywatelskiego, środowiska akademickiego i polityki łączą się, aby zdefiniować parametry ekonomicznie opłacalnego, interoperacyjnego, bezpiecznego i inkluzywnego metawersum, koncentrując się na dwóch kluczowych obszarach: zarządzaniu oraz tworzeniu wartości gospodarczej i społecznej.

Metawersum będzie motorem napędowym, który zapewni przedsiębiorstwom i społeczeństwu impuls do napędzania wzrostu, a tym samym pomoże osiągnąć 17 głównych celów zrównoważonego rozwoju określonych przez Organizację Narodów Zjednoczonych:

- 1 Cel 1: Brak ubóstwa
- 2 Cel 2: Zero głodu
- 3 Cel 3: Dobre zdrowie i dobrostan
- 4 Cel 4: Jakościowa edukacja
- 5 Cel 5: Równość płci
- 6 Cel 6: Czysta woda i sanitacja
- 7 Cel 7: Przystępna cenowo i czysta energia
- 8 Cel 8: Godna praca i wzrost gospodarczy
- 9 Cel 9: Przemysł, innowacje i infrastruktura
- 10 Cel 10: Zmniejszenie nierówności
- 11 Cel 11: Zrównoważone miasta i społeczności
- 12 Cel 12: Odpowiedzialna konsumpcja i produkcja
- 13 Cel 13: Działania na rzecz klimatu
- 14 Cel 14: Życie pod wodą
- 15 Cel 15: Życie na lądzie
- 16 Cel 16: Pokój, sprawiedliwość i silne instytucje
- 17 Cel 17: Partnerstwo na rzecz Celów

Rozwój firmy

Według najnowszego badania McKinsey Global Survey⁵, 55% firm uważa rozwój i ekspansję za trzy najważniejsze priorytety. To prawie dwukrotnie więcej niż kilka lat temu. McKinsey odkrył, że kluczowym czynnikiem rozwoju firmy jest wybór źródła wzrostu przychodów. Metawersum jest źródłem wzrostu przychodów w najbliższej przyszłości. Aby odblokować te obszary wzrostu, konieczny będzie inny model biznesowy. Citigroup Investment Bank podał w raporcie opublikowanym na początku 2022 roku⁶, że całkowity rynek docelowy dla gospodarki metawersum wynosi od 8 do 13 bilionów dolarów. Goldman Sachs szacuje go na 12,5 biliona dolarów w tym obszarze, zakładając, że

jedna trzecia gospodarki cyfrowej przeniesie się do świata wirtualnego, a następnie wzrośnie o 25 procent.⁷ Dla porównania, całkowity globalny PKB w 2021 roku wyniósł 96,2 biliona dolarów. Te perspektywy stanowią wezwanie do działania dla profesjonalistów, badaczy, artystów i innych, aby stworzyć dynamikę społeczno-ekonomiczną i kulturową. Potrzebne będą nowe modele biznesowe, aby sprostać bardziej rozwiniętym oczekiwaniom konsumentów w zakresie trwałej użyteczności.

Kreatywność i innowacja

Metawersum generuje zupełnie nowy, nieliniowy typ gospodarki. Firmy na całym świecie przygotowują się na metawersum, w którym ludzie będą mogli się bawić, robić zakupy, spotykać się towarzysko, bawić i pracować. Wiele osób będzie spędzać coraz większą część swojego życia w metawersum. Będą dołączać do coraz większych społeczności, wypełniając je generowanymi przez siebie treściami. Ta wirtualna przestrzeń będzie zdecentralizowana i zjednoczy obecnie rozproszone, wyizolowane ekosystemy. Gospodarka na żądanie metawersum tworzy nową dynamikę ekonomiczną i model, który będzie wymagał przywódczego podejścia, stawiającego klienta na pierwszym miejscu, a użyteczność w centrum. Zapoczątkuje to nową erę, w której kreatywność napędza dobrobyt gospodarczy. Ludzie będą rozwijać swoje umiejętności dzięki temu nowemu podejściu metawersum. Scott Belsky podkreślił: „Jeśli czegoś uczymy się z wyjścia z cyklu boomu i powrotu do cyklu ograniczeń i innowacji (w przeciwieństwie do optymalizacji wyceny): zbyt dużo/łatwych pieniędzy opóźnia merytokrację wśród produktów i odciąga uwagę od tworzenia z właściwych powodów”. Metawersum to nowy model zaangażowania poprzez społeczności wirtualne, mający na celu zwiększenie ekspansji firmy i wartości dla klienta, zapoczątkowując nową erę zapotrzebowania na kreatywne, techniczne i miękkie umiejętności. Wciąż istnieje wiele niewiadomych dotyczących metawersum, ale jak zauważył Adam Grant, psycholog organizacji w Wharton, musimy rozwijać nastawienie na rozwój: „Jeszcze nie wiem, co robię. To tylko kwestia czasu, zanim to rozgryzę. Najwyższą formą pewności siebie jest wiara w swoją zdolność uczenia się”.

Strategia

Wdrożenie metawersum to nie tylko odwrócenie schematu. To raczej stworzenie zupełnie nowej gospodarki i modelu ekonomicznego, który zjednoczy ludzi, firmy i społeczeństwo. Metawersum działa jak mnożnik ekonomiczny. Teoria kreatywności Josepha Schumpetera głosi: Kreatywna Destrukcja to „proces mutacji przemysłowej, który nieustannie rewolucjonizuje strukturę ekonomiczną od wewnątrz, nieustannie niszcząc starą i nieustannie tworząc nową”. Oznacza to, że regulowanie istniejących technologii może utrudniać przyszłe innowacje, dlatego niezwykle ważne jest, aby bardzo rozważnie podchodzić do podejścia regulacyjnego metawersum. Możemy być pewni, że metawersum będzie ewolucją składającą się z wielu technologii, których misją jest stawianie na pierwszym miejscu użyteczności człowieka.

Świat Wzmocnienia

W miarę jak przechodzimy z Ery Informacji do Ery Kreatywności w metawersum, nasze decyzje będą kształtować naszą przyszłość. Przyjmując to założenie, jeśli oddamy decyzje innym, oddajemy naszą zdolność do projektowania życia, jakie chcemy wieść. Zaprojektowany w sposób przemysłany, metawersum ułatwi świat wzmocnienia, obejmujący wzmocnienie płci, wzmocnienie społeczne, wzmocnienie edukacyjne, wzmocnienie ekonomiczne, wzmocnienie polityczne, wzmocnienie psychologiczne, wzmocnienie fizyczne i wzmocnienie indywidualne. Metawersum da jednostkom kontrolę nad ich losem i będzie stanowić wezwanie do działania dla firm, że nie chodzi o marki w centrum wszechświata. Chodzi o ludzi. Według Jima Kennedy'ego, starszego wiceprezesa ds. strategii w Associated Press:

Być może bardziej użyteczne, a z pewnością bardziej ekscytujące, będzie myślenie o metawersum nie jako o rzeczywistości wirtualnej, ale jako o nowej rzeczywistości. Rzeczy tam stworzone i rzeczy, które zdecydujemy się tam zrobić, będą, w bardzo prawdziwym sensie, realne. W tym kontekście może ono stać się przestrzenią zarówno pracy, jak i zabawy”.

Led Zeppelin pozornie przepowiedział metawersum w wersji swojej piosenki „Kashmir”: Jestem podróżnikiem zarówno w czasie, jak i przestrzeni. Gdy metawersum stanie się rzeczywistością, wszyscy staniemy się pełnymi mocy podróżnikami w tym nowo odkrytym wymiarze. Do zobaczenia w metawersum!