



FIRMA – IDEA

1. ZARZĄDZANIE RÓŻNORODNOŚCIĄ: WIELOPOKOLENIOWA I WIELOKULTUROWA ORGANIZACJA
2. POCOVIDOWA ORGANIZACJA I EKOSYSTEMY BIZNESOWE

ZARZĄDZANIE RÓŻNORODNOŚCIĄ: WIELOPOKOLENIOWA I WIELOKULTUROWA ORGANIZACJA

Zagadnienie różnorodności wieku i innych cech tożsamościowych jest nieodłącznym elementem wizji ekonomii wartości i przedsiębiorstwa ukierunkowanego na wytwarzanie wartości. Kluczowym problemem pozostaje wybór najistotniejszych z perspektywy rozwoju przedsiębiorstw wymiarów różnorodności oraz metod jej implementacji.

Różnorodność w organizacji ma wiele aspektów. Jednym z tych oczywistych jest jej analiza pod kątem efektywności, która wymaga dyskusji, czy różnorodność jest w ogóle mierzalna i możliwa do osiągnięcia. W wymiarze lokalnym możemy zastanawiać się, czy Polska w ogóle jest państwem homogenicznym kulturowo. Nie da się jednak zaprzeczyć wpływowi imigracji osób pochodzenia m.in. ukraińskiego do Polski na zmiany w polityce firm (np. wprowadzenie komunikacji w języku innym niż oficjalnie używany).

Poruszając temat różnorodności, nie uciekniemy od refleksji nad rolą kobiet we władzach spółek i ich wpływie na wartość firmy. Czy potrzebne są działania regulacyjne (kwoty/parytety) w tej sferze czy ewolucja musi być jedynie pochodną świadomości właścicieli oraz nieustannej edukacji? Jakiego rodzaju wsparcie dla kobiet w procesie ich rozwoju zawodowego jest kluczowe, aby częściej awansowały na najwyższe stanowiska? Jakie obszary działania firm mogą szczególnie zyskać dzięki większemu udziałowi kobiet w gremiach decyzyjnych? Na te pytania nie ma jednoznacznej odpowiedzi, nie oznacza to bynajmniej, że nie należy ich sobie zadawać.

Kolejnym nurtem dyskusji o różnorodności jest wiek. Pod tym względem zmiany w organizacji dotyczą każdej grupy. Dąży się do przyspieszenia ścieżki kariery młodych ludzi. Niektórzy kwestionują sens sformalizowanych gremiów decyzyjnych (np. zarząd młodych/rada młodych) i poszukują innych sposobów zwiększania skali partycypacji młodych ludzi w organach spółek. Nadrzędnym celem jest również włączenie długoletniego doświadczenia zawodowego i życiowego w generowanie potencjału innowacyjnego i wytwórczego firmy.

POCOVIDOWA ORGANIZACJA I EKOSYSTEMY BIZNESOWE

Ostatnie kilkanaście miesięcy przyniosło bezprecedensowe wydarzenia na światowych rynkach oraz w przestrzeni społecznej i organizacji firm. Zmieniły się procesy dystrybucji towarów i usług na rynek (radykalny wzrost kanału e-commerce), zmieniły się formy komunikacji z klientami oraz wewnątrz organizacji. Przede wszystkim jednak zmienił się model pracy milionów ludzi.

Przeniesienie wielu obowiązków zawodowych do sieci okazało się o wiele prostsze niż podtrzymanie relacji w czasie pracy w domu. Długotrwałe przebywanie pracowników w odosobnieniu wymusza na korporacjach troskę o zdrowie psychiczne zatrudnionych w nich osób. Rolą przywódców stało się poszukiwanie zupełnie nowych metod motywacji i oceny pracowników. Jaka sfera postaw i zachowań będzie kluczowa w okresie utraty fizycznych kontaktów? System opieki medycznej w firmach może wymagać przebudowy, by mógł sprostać zjawisku lęku i strachu w zespołach.

Wobec tak fundamentalnych zmian rozwiązanie doraźnych problemów nie wystarczy. Konieczna jest refleksja nad nową aksjologią w organizacjach. Firmy czeka przeformułowanie tak podstawowych pojęć jak ich wartość, kompetencje, projektowanie czy rozwój.

Z uwagi na to, jakie były bezpośrednie przyczyny obecnego kryzysu, kształtuje się nowe pojęcie *corporate environmental responsibility* (CER). Trwa dyskusja, czy działania w tym obszarze powinny być dla spółek obligatoryjne i wynikać z regulacji czy woluntarystyczne. Jak sprawić, by nie uległy one takiej samej inflacji jak społeczna odpowiedzialność biznesu (CSR)?





MIASTO – IDEA

1. MIASTA HISTORYCZNE – CO DALEJ?
2. OD GLOBALIZACJI DO LOKALNOŚCI – ULOKALNIENIE I NATURALIZACJA GOSPODAROWANIA

MIASTA HISTORYCZNE – CO DALEJ?

Pandemia z pewnością będzie miała wpływ na przestrzeń i funkcje miast, które w ostatnich latach przeżywały ogromną presję związaną z gwałtowną turystyfikacją. W wyniku kryzysu samorządy przededykują swój stosunek z jednej strony do ochrony krajobrazu swych historycznych centrów, a z drugiej strony do regeneracji i rewitalizacji wielu obszarów miasta, dotkniętych kryzysem ekonomicznym, funkcjonalnym, społecznym.

Do wybuchu pandemii Światowa Organizacja Turystyczna szacowała, że do 2030 podróżować będzie blisko 1,8 miliarda ludzi. Odtwarzanie się ruchu turystycznego może trwać w najlepszym przypadku 2 lata, a w najgorszym nawet 5 lat. Ta niepewność będzie miała niebagatelne znaczenie dla zarządzania miastami, które w swojej polityce rozwojowej nie wdrażały mechanizmów równoważących rozwój turystyki.

Kryzys funkcji historycznych centrów miast wynika z systemowych zaniechań w pielęgnowaniu różnorodności usług w miastach historycznych. Turystyfikacja jako następstwo leseferyzmu powoduje, że przestrzeń dopasowuje się do potrzeb tymczasowych rezydentów i turystów. Podobne zjawiska jak w Krakowie obserwowane są w większości historycznych miast turystycznych: Dubrownik, Barcelona, Berlin, Wenecja, Split, ale także w coraz większym stopniu Gdańsk, Wrocław, Sopot czy Poznań.

W 2021 r. mija 10 lat od przyjęcia rekomendacji UNESCO o historycznym krajobrazie miejskim. To także 11 lat Parku Kulturowego Stare Miasto w Krakowie. To historia sukcesów i porażek.

Podejście Historic Urban Landscape (HUL) opierało się na potrzebie ujęcia w ramy szerszych celów ogólnego zrównoważonego rozwoju, także strategii zachowania dziedzictwa miejskiego. Michael Turner nazywa to prawem do dziedzictwa, w którym coraz większą wagę odgrywa jego uspołecznienie – menedżerami przestrzeni dziedzictwa stają się mieszkańcy.

Jaka będzie turystyka po pandemii? Czy będzie bardziej odpowiedzialna, zrównoważona? Czy podróże wypoczynkowe ulegną skróceniu, by zminimalizować ich wpływ na klimat i krajobraz miast?

OD GLOBALIZACJI DO LOKALNOŚCI – ULOKALNIENIE I NATURALIZACJA GOSPODAROWANIA

Neoliberalna zglobalizowana gospodarka przeszła drogę od produktywności do zyskowności i chciwości. Obecnie globalne podmioty gospodarcze (korporacje) mogą swą działalnością wywoływać negatywne skutki odczuwalne na danym terytorium i jednocześnie nie być narażone na konsekwencje takiego postępowania. Aby powstrzymać megakryzys, trzeba zawrócić i pójść w innym kierunku. Jednym z nich jest naturalizacja gospodarowania. To dążenie do tego, aby lokalny obieg gospodarczy uczynić podstawą gospodarowania w większej skali.

Każdy proces wytwórczy ma swoje biofizyczne granice. Możemy ich nie dostrzegać i/lub nie respektować, ale dadzą o sobie znać. To argument za wprowadzeniem gospodarowania bazującego na innym modelu ludzkiej wytwórczości i nowych wskaźnikach, które pozwoliłyby na rewaloryzację związanych z nią kompetencji. W przeciwnym razie każde gospodarowanie będzie jedynie przyczyniało się do wzrostu entropii.

Nieograniczona komercjalizacja dóbr i urynkowienie wszelkich sfer życia zbiorowego globalizuje gospodarkę, a uwspólnianie dóbr ją lokalizuje. Globalizację może zablokować agresywny, zmilitaryzowany etatyzm. O wiele bezpieczniejszym i ludzkim (w etycznym sensie) sposobem formowania przeciwwagi dla skrajnego urynkowienia jest właśnie zakorzenione lokalnie uwspólnienie jakiejś części zasobów i dóbr.

Osadzenie gospodarki w lokalnym ekosystemie to szansa na rozpoznanie i respektowanie jego biofizycznych ograniczeń, zanim ich przekraczanie wywoła nieodwracalne konsekwencje niszczące środowisko naturalne i psychospołeczne. Ulokalenie gospodarki ma jeszcze jedną zaletę. Dzięki niemu dziedzictwo kulturowe i krajobrazowe można postrzegać jako ważny i szczególnie chroniony zasób rozwojowy.



MARKA – KULTURA

1. STREAMING & GAMING
2. CZY I JAK ZACZYNAĆ OD NOWA?



STREAMING & GAMING

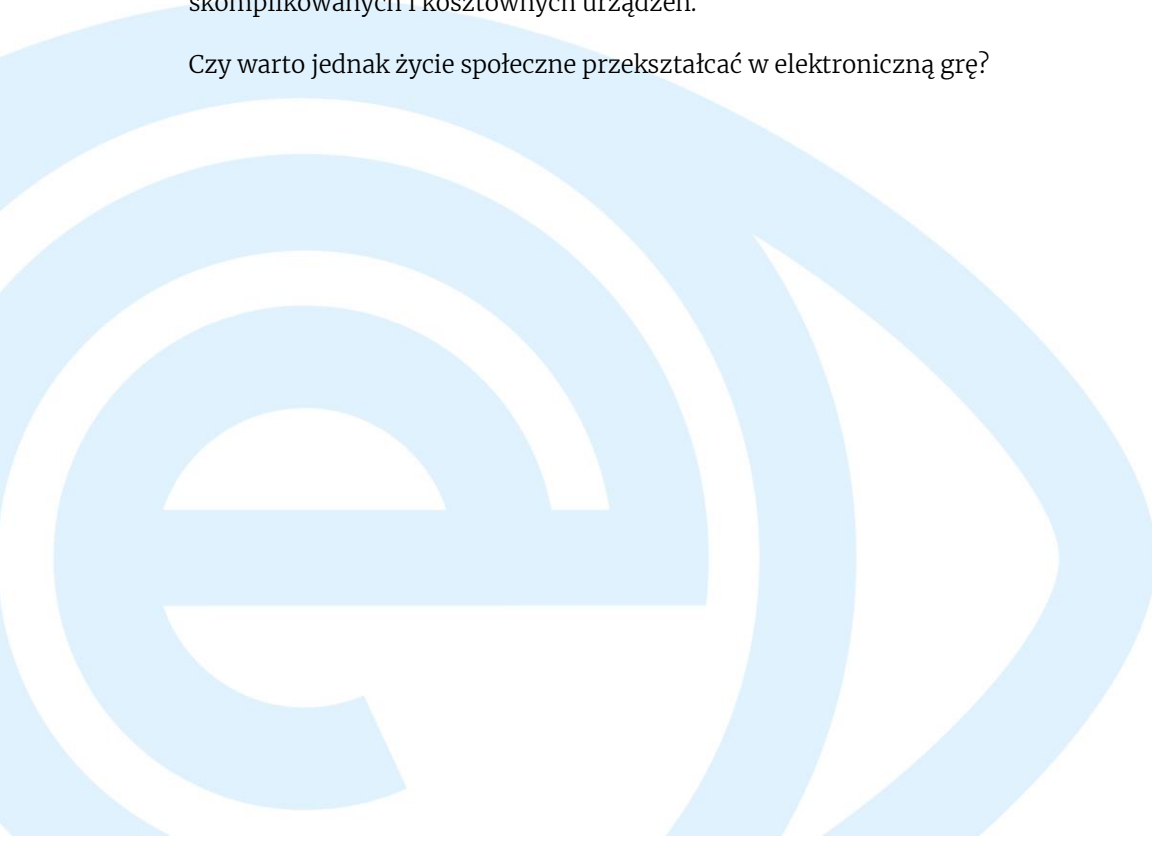
Streaming i Gaming to dwa zjawiska, które dynamicznie zmieniają reguły gry w szeroko pojętej rozrywce, produkcji treści, dystrybucji multimedialnych. Tworzą społeczeństwo nowej generacji, zdolne do bycia online całodobowo i w każdej sytuacji. Wiąże się to z wielkimi szansami, ale też licznymi zagrożeniami.

Streaming to dziś przede wszystkim gigantyczny biznes serialowy, forpocztą którego stał się Netflix. Budżety platform streamingowych na produkcje telewizyjne rosną w oszałamiającym tempie. Niektóre premiery kinowe przeniosły się do sieci, co zwiększyło udział branży filmów fabularnych w tym nowym rynku. Algorytmy analizują na bieżąco gusta i wybory widzów, a treści produkuje się pod ich dyktando.

Gaming nie zaskoczył nas tak bardzo jak streaming. Branża gier komputerowych istnieje już na tyle długo, że powstała jej gałąź dla graczy seniorów – silver gaming. Budżety gier puchną do setek milionów dolarów, podobnie rośnie liczba graczy na całym świecie oraz używanych przez nich urządzeń. Gaming na nowo kreuje kulturę masową. Z jednej strony może uzależniać, z drugiej – wspaniale edukuje.

Na rynku pracy mnożą się miejsca dla zatrudnianych przy developmencie scenarzystów, programistów, grafików, animatorów i testerów, pracujących na rzecz globalnej społeczności userów i gamerów. Potencjał, jaki tkwi w tej niezwyklej dziedzinie życia, jest praktycznie nieograniczony. Edutainment w formie gry wideo jest często skuteczniejszy niż tradycyjne nauczanie, a symulatory wykorzystujące rozszerzoną rzeczywistość umożliwiają naukę obsługi najbardziej nawet skomplikowanych i kosztownych urządzeń.

Czy warto jednak życie społeczne przekształcać w elektroniczną grę?



CZY I JAK ZACZYNAĆ OD NOWA?

Wstrzymujemy oddech, chcemy przeczekać, licząc na to, że już za chwilę będzie jak dawniej. To naiwne i niebezpieczne, nic już nie będzie jak dawniej.

Doświadczenie pandemii wzmogło krytykę dotychczasowych sposobów gospodarowania i rządzenia światem. Dlatego pytania, czy i jak zaczynać wszystko od nowa, są fundamentalne dla podjęcia próby wyciągnięcia z doświadczenia pandemii pozytywnej lekcji.

Odpowiedź może być trudna do przyjęcia: musimy zaprojektować i zbudować nowy świat oparty na innej definicji rozwoju, dobrostanu i szczęścia. Trzeba zawrócić z drogi nieustannie rosnącej konsumpcji i zbudować codzienność, w której lepsze życie polega na tym, aby odrzucić wszystko, co zbędne i naruszające ekologiczną równowagę.

Kluczowe stają się też kwestie związane z nowymi ramami przywództwa na czas kryzysu. Liderzy muszą odbudować kapitał społeczny, oprzeć go na zaufaniu i empatii, budować na zasadach podstawowego bezpieczeństwa psychologicznego i wzmacniać solidarność i spójność społeczeństw.

Ostatni rok bardzo przyspieszył cyfryzację społeczeństwa, biznesu, handlu, życia. Przeżywamy rewolucję większą niż ta, kiedy z koni przesiedliśmy się do aut, pociągów i samolotów. Robotyzacja, algorytmy pomagające w analizie milionów informacji, samoucząca się sztuczna inteligencja – wszystko to zmieni całkowicie nasze życie, biznes, relacje społeczne. Dziś koniecznie trzeba dopilnować, aby ten proces nie pozostał tylko w rękach technologów i ekonomistów, dla których celem będą optymalizacja i wzrost zysków. W projektowanie cyfrowej przestrzeni trzeba zaangażować humanistów, etyków, psychologów czy ekologów.

Ścieżkę „Czy i jak zaczynać wszystko od nowa?” poświęcamy powyższym zagadnieniom, dzieląc ją na trzy działy:

1. „Poznać i zrozumieć świat” – opis aktualnej sytuacji związanej z globalnym megakryzysem.
2. „Zaprojektować świat na nowo” – poszukiwanie narzędzi/metod projektowania zmian systemowych w warunkach transformacji ku nieznanemu.
3. „Jak wdrożyć innowacyjne projekty” – przegląd najciekawszych wdrożeń, które służą ukierunkowaniu przemian społecznych tak, aby służyły podnoszeniu jakości życia i rozwojowi.