

Nie scyfryzujemy relacji międzyludzkich (cz. II)



SEBASTIAN PTAK

Prezes Zarządu, Blue Media S.A.

E-commerce, e-społeczeństwo, e-administracja, e-biznes, a nawet e-prawnik, e-lekarz czy e-randki – w ostatnich latach do sieci przenoszonych było wiele procesów i usług. Pandemia koronawirusa proces ten jeszcze przyspieszyła, przełamując w dodatku wiele barier mentalnych związanych z podejściem „nie da się”. Dlaczego jednak niektórych czynności – choć byłoby to technologicznie wykonalne, a ekonomicznie opłacalne – nie powinniśmy cyfryzować? Na czym polega model biura hybrydowego i w jaki sposób może wpłynąć na przyszłość miast? Czy doświadczenie pandemii spowoduje, że – tak firmy, jak i społeczeństwa – zaczną myśleć długofalowo w kategoriach „my”, nie skupiając się jedynie na zaspokajaniu własnych, doraźnych potrzeb?

Rozmowę prowadzi Marcin Wandałowski – redaktor prowadzący „Pomorskiego Przeglądu Gospodarczego”.

Z organizacyjnego punktu widzenia przeniesienie firmy do rozproszonego, wirtualnego biura to skomplikowany proces?

To zależy od firmy, nie generalizowałbym. W naszym przypadku nie było z tym żadnego problemu – jako instytucja zaufania publicznego działająca na rynku regulowanym już od dawna, sami z siebie testowaliśmy możliwości pracy zdalnej. Byliśmy bardzo dobrze przygotowani i jeszcze zanim w Polsce pojawił się pierwszy przypadek osoby zarażonej koronawirusem, mieliśmy gotowy plan przeniesienia pracy do naszych domów. Dwa tygodnie przed wprowadzeniem lockdownu przeprowadziliśmy nawet próbę generalną, prosząc pracowników o nieprzychodzenie do biura i pracę zdalną.

W sferze haseł idea biura hybrydowego, rozproszonego brzmi przekonująco, w praktyce jednak każdy z nas ma inne warunki mieszkaniowe, co przekłada się na tryb i jakość pracy. Osobom mieszkającym w małych mieszkaniach z małymi dziećmi trudniej będzie o skupienie i znalezienie dogodnych warunków do pracy niż pracownikom, którzy np. żyją jedynie ze współmałżonkiem w dużym domu...

Absolutnie się zgadzam – dlatego słowem-kluczem jest tu „elastyczność”. Biorę pod uwagę to, że część pracowników, którym trudno o znalezienie spokoju w domowym zaciszu, będzie pracowało z biura codziennie lub cztery dni w tygodniu – nie ma najmniejszego problemu.

Dotykamy w tym miejscu bardzo istotnej kwestii – pandemia sprawiła, że dysproporcje w posiadaniu mieszkania czy domu zostały przeniesione ze sfery prywatnej do biznesowej. Nagle ujawnia się, kto mieszka w kawalerce, a kto w wielkim domu, co rzutować może na komfort wykonywania obowiązków zawodowych. Jeżeli – a tego się spodziewam – więcej firm będzie się skłaniało do pracy w modelu hybrydowym, zmienić się może sytuacja na rynku nieruchomości.

“ **Pandemia sprawiła, że dysproporcje w posiadaniu mieszkania czy domu zostały przeniesione ze sfery prywatnej do biznesowej. Nagle ujawnia się, kto mieszka w kawalerce, a kto w wielkim domu, co rzutować może na komfort wykonywania obowiązków zawodowych.**

W jaki sposób?

Do tej pory jednym z istotnych czynników wpływających na decyzję o zakupie mieszkania było to, by znajdowało się ono blisko miejsca naszej pracy, bądź chociaż, by dojazd do biura był dogodny. W efekcie – mieszkania w miastach stawały się coraz droższe i coraz mniejsze. Mało kto myślał o tym, by np. kupić mieszkanie 4-pokojowe, w którym jedno z pomieszczeń będzie służyło jako gabinet. Większość z nas w stu procentach skupiała się na tym, by jak najlepiej zabezpieczyć stosunki społeczne w domu, by maksymalnie zadbać o własną prywatność, a nie komfort pracy zdalnej.

Teraz wszystko może ulec odwróceniu – jeśli ktoś będzie przyjeżdżał do biura dwa-trzy razy w tygodniu, to czy nie rozważy osiedlenia się dalej od biura, w miejscu oddalonym o godzinę jazdy samochodem? Czy możliwość zamieszkania na obrzeżach miasta w – kosztującym podobnie, co niewielkie mieszkanie w mieście – większym mieszkaniu, czy nawet domu z własnym ogródkiem, w którym wygospodarowana zostanie przestrzeń służbowa, nie będzie wystarczającą rekompensatą za konieczność stania w korkach dwa-trzy razy w tygodniu? Wydaje mi się, że dla wielu osób taki układ będzie do zaakceptowania.

“ **Jeśli ktoś będzie przyjeżdżał do biura dwa-trzy razy w tygodniu, to czy nie rozważy osiedlenia się dalej od biura, w miejscu oddalonym o godzinę jazdy samochodem?**

Należy się zatem spodziewać jeszcze bardziej dynamicznego rozrastania się stref podmiejskich?

Najwięcej zależy tu od decyzji biznesu, który ma wielkie możliwości organizacyjne oraz siłę oddziaływania na rzeczywistość. Przedsiębiorcy są w stanie swoimi zachowaniami wymusić zmianę społeczną. Jeśli pracodawcy, którzy mają swoją pracę zorganizowaną w biurach, będą mieli liberalny stosunek do pracy zdalnej, da to ludziom szansę na osiedlanie się na przedmieściach, czy nawet w nieoddalonych zbyt bardzo od metropolii wsiach. Jeśli natomiast będą oni z powrotem masowo inwestowali w biurowce w centrach miast i podtrzymywali wieloletnie kontrakty na najem przestrzeni biurowej, tak wyraźna zmiana nie zajdzie.

Bez wątplenia zatem decyzje zakupowe i najmowe pracodawców wpłyną w dużej mierze na masowe decyzje pracowników dotyczące tego, gdzie zamieszkać. Wierzę w to, że finalnie będą oni mieli znacznie szerszy wybór, jeśli chodzi o ulokowanie swojego „centrum życiowego”. Przy czym pamiętajmy, że mówimy tu oczywiście głównie o osobach zajmujących się pracą biurową, która nie wymaga ścisłej lokalizacji – jest cała rzesza ludzi, którzy takiego luksusu nie posiadają.

Generalnie jednak dla firm o profilu podobnym do Blue Media jasne staje się, że biura, jakie znałszy do tej pory, stają się do pewnego stopnia przeżytkiem. Dlaczego wymyślono biura? Po to, by pracownicy mogli spotkać się w jednym miejscu, pozałatwiać swoje obowiązki i się rozejść. Do następnego poranka nie robili nic wspólnego z pracą. A teraz gdzie jest praca wielu z nas? Nie musimy być zamknięci w biurze, żeby się ze sobą komunikować i normalnie pracować.

Choć przez ostatnie lata, jeszcze przed pandemią, do sieci były przenoszone coraz to kolejne procesy i usługi, dość powszechne było nadal przekonanie, że pewnych rzeczy scyfrizować się nie da. Czy w nadzwyczajnej sytuacji okazało się, że barierę „nie da się” można w wypadku niektórych czynności jednak przełamać?

Ciemną stroną bycia wpisanym do KRS jako członek zarządu firmy jest konieczność podpisywania bardzo dużej liczby dokumentów. Jest tego naprawdę sporo, o tym się nie mówi, a zajmuje to sporo czasu. Jeśli musimy parafować kilka-kilkanaście umów objętości 200 stron każda, podpisywać rachunki bankowe, sprawozdania etc. – daje się to niestety odczuć. Co gorsza – do tej pory obowiązywała zasada, że wszystkie te dokumenty powinny być wydrukowane i „fizycznie” podpisane. Co było zresztą zasadą umowną, niewynikającą z prawa, według którego tylko niektóre rodzaje umów, jak np. u notariusza, muszą być podpisywane. Gdy kupuje Pan w sklepie komputer również zawiera Pan umowę, ale nie musi jej Pan podpisywać – wystawiana jest faktura i po sprawie.

Pandemia sprawiła, że nagle „fizyczne” podpisywanie czy parafowanie umów w wielu przypadkach przestało być koniecznością. Okazało się, że można je podpisać elektronicznie rysikiem albo zwyczajnie wysłać maila o treści: „akceptuję warunki umowy”. Da się? Da się. W ekstremalnych sytuacjach możliwości rozwoju rzeczy dotąd niemożliwych są praktycznie nieograniczone.

“

Pandemia sprawiła, że „fizyczne” podpisywanie umów w wielu przypadkach przestało być koniecznością. Teraz można je podpisać elektronicznie albo zwyczajnie wysłać maila o treści: „akceptuję warunki umowy”. Jak widać, w ekstremalnych sytuacjach możliwości rozwoju rzeczy dotąd niemożliwych są praktycznie nieograniczone.

Znacznie mniejsze zużycie papieru przez firmy, mniejszy ruch na ulicach spowodowany tym, że wiele osób nie będzie musiało zjawiać się w biurze codziennie – czyżby pozytywnym efektem ubocznym pandemii była również, nawet jeśli mimochodem, większa troska o środowisko i klimat?

Co roku stawiam przed swoją firmą cele – nie tylko *stricte* biznesowe, ale też związane ze społeczną odpowiedzialnością biznesu. W tym roku, jeszcze przed wybuchem pandemii, zależało mi na tym, by uczynić z Blue Media *paperless company*. Komponent ekologiczny jest dla nas od lat szalenie ważny, dużo inwestujemy w rzeczy „zielone”, nie zawsze się tym chwalimy, ale jest to po prostu w naszym DNA.

Moja idea polegała na tym, by do umów zawieranych z partnerami wprowadzić dodatkową opłatę za brak akceptacji podpisu elektronicznego. Zależy ci na umowie w wersji papierowej? Nie ma problemu, ale naliczamy za to 100 zł do wpłacenia na dowolny cel społeczny wspierający ekologię. Dział sprzedażowy nie był tym pomysłem szczególnie zachwycony, ale bardzo zależało mi na tym, by z Blue Media wyszła pewna idea, która będzie dalej przekazywana. Później przyszedł jednak koronawirus i idea *paperless company* nie jest już żadnym chwytliwym hasłem – prawie każda firma, działając w coraz większym stopniu w otoczeniu cyfrowym, musi stać się bardziej *paperless*.

Nic skuteczniej nie zmienia przyzwyczajzeń niż zdarzenie szokowe?

Na to wygląda. Mieliśmy partnerów, którzy przez lata mówili, że nie ma możliwości, by nie podpisywać umów, mimo że nie zobowiązywały nas do tego przepisy. Dlaczego zatem pozostawali w tej kwestii nieugięci? „Bo zawsze tak było” – tak brzmiała odpowiedź. Jest to zresztą najdroższe zdanie świata, które powoduje, że stoimy w miejscu, nie rozwijamy się. Dopiero koronawirus był w stanie to przełamać.

Swoją drogą dał on nam do ręki potężne narzędzie menedżerskie. Gdy będę czuł opór przed proponowanymi zmianami mogę teraz powiedzieć: „a pamiętasz, jak mówiłeś przed koronawirusem, że się czegoś nie da zrobić, a się dało?”. Jeśli więc spotkają nas kolejne sytuacje typu „nie da się”, to możemy powiedzieć: „czekaj, czekaj, przyjdzie kolejny wirus, to się okaże, że się da”. A zupełnie na serio: musimy nauczyć się myśleć. Jeśli czujemy na zdrowy rozsądek, że powinniśmy coś

zmienić, to miejmy determinację, by tej zmiany dokonać. Czy musimy lecieć na półgodzinne spotkanie do Warszawy, Helsinek czy Kopenhagi, skoro do jego odbycia wystarczyłaby wideokonferencja? Czy musimy marnować tony papieru podpisując każdy kwitek długopisem, skoro można to zrobić elektronicznie? Czy musimy codziennie marnować czas i paliwo dojeżdżając do pracy, skoro możemy odpalić komputer w domu? Takich przykładów można by mnożyć.

“ **Jeśli czujemy na zdrowy rozsądek, że powinniśmy coś zmienić, to miejmy determinację, by tej zmiany dokonać. Czy musimy lecieć na półgodzinne spotkanie do Warszawy, Helsinek czy Kopenhagi, skoro do jego odbycia wystarczyłaby wideokonferencja? Czy musimy marnować tony papieru podpisując każdy kwitek długopisem, skoro można to zrobić elektronicznie?**

Wierzy Pan w masową zmianę podejścia ludzi wobec problemu zmian klimatu?

Prawdę powiedziawszy, spodziewam się polaryzacji na krańcach dwóch podejść. Może być tak, że będzie grupa ludzi, którzy wyjdą z założenia, że następna pandemia może nas wszystkich wykończyć, więc nie ma sensu dbać o jutro – skonsumujmy to, co mamy już teraz. Drugą grupę mogą natomiast stanowić osoby, u których ujawni się myślenie gatunkowe – patrząc na lata przeszłe, zawsze w historii działa się tak w trudnych momentach.

Na czym polega owo myślenie o przetrwaniu gatunku?

Z punktu widzenia biologii każdy z nas jest na świecie po to, by dać następne pokolenie, które będzie choć minimalnie lepsze od obecnego – w ten sposób następuje rozwój. To, czy tak się stanie zależy od tego, czy wytworzymy w sobie myślenie długoterminowe. Nie jest to dziś łatwe, kiedy zewsząd słyszymy, że powinniśmy być szczęśliwi tu i teraz, a naszym obowiązkiem moralnym wcale nie jest dbanie o los przyszłych pokoleń.

Mam wrażenie, że takie podejście jest jednym z dwóch krańców wahadła. Po drugiej jego stronie ludzkość była wtedy, gdy życie było krótkie, w związku z czym inwestowało się w przyszłe pokolenia, gromadziło się różne zasoby, by zapewnić młodemu lepszy start. Ludzka mentalność skupiała się wówczas na myśleniu o tym, że jesteśmy na świecie tak króciutko, że tylko troska o kolejne pokolenie ma sens. Nagle przyszedł XX wiek i nasze podejście zmieniło się o 180 stopni: „o, żyjemy długo, co by tu z tym długim i ciekawym życiem zrobić? Może ja też jestem ważny?”.

Widzi Pan nadzieję w tym, że wahadła mają to do siebie, że koniec końców dwie skrajności dążą do wyplaszczenia?

Byłby to bardzo pozytywny scenariusz, na który sam liczę. Skoro obecnie skupiamy się na „ja”, to może przesunemy się trochę bardziej w stronę „my i nasi następcy”? Moja dobra koleżanka Zuzanna Skalska, zajmująca się analizą trendów biznesowych, wydała książkę, której główne pytanie brzmi: „czy jesteś dobrym przodkiem?”. Inny mój znajomy, prof. Piotr Płoszajski ze Szkoły Głównej Handlowej od dawna jeździ z wykładami, podczas których ustanawia nagrody dla najlepszego przodka.

Moim zdaniem niezwykle istotne jest, byśmy wpoili sobie do świadomości, że częścią naszego dobrego samopoczucia jako „ja” jest dbanie o następne pokolenia. Duża w tym odpowiedzialność biznesu – raz, że u sterów spółek są najczęściej osoby przedsiębiorcze, świadome, młode potrafiące spojrzeć szerzej niż tylko swój własny horyzont. Dwa, że firmy mają wielki wpływ na osoby, które zatrudniają. W Blue Media pracuje 200 osób, jeśli doliczyć do nich ich najbliższe rodziny, będzie to już 500 osób, a kolejnych 1500-2000 to krąg osób, z którymi oni się spotykają, u których robią zakupy etc. To bardzo szeroki zasięg, na który potencjalnie możemy oddziaływać, świecić przykładem.

“ Skoro obecnie skupiamy się na „ja”, to może przesunemy się trochę bardziej w stronę „my i nasi następcy”? Niezwykle istotne jest, byśmy wpoili sobie do świadomości, że częścią naszego dobrego samopoczucia jako „ja” jest dbanie o następne pokolenia.

Istotne też, by swoim pozytywnym przykładem inspirować inne przedsiębiorstwa...

Oczywiście – nie jestem w stanie namówić wszystkich, by działali proaktywnie w stronę ekologii, ograniczając zużycie papieru czy montując panele słoneczne. Niektórzy mogą mnie nawet wytykać palcami i mówić, że to na pokaz. Andrzej Antoń, jeden ze współzałożycieli Blue Media opowiedział mi o zjawisku *green washingu* – są firmy, które wycierają sobie ekologią buzię, mówiąc, jakie to nie są super ekologiczne. My mamy ten luksus, że możemy łatwo udowodnić, że zaczęliśmy to robić, zanim stało się to modne.

Wracając jednak do innych firm – jeśli ktokolwiek, z jakichkolwiek, nawet czysto PR-owych, pobudek wspiera działania proekologiczne, robi bardzo dobrze. Namawiam więc wszystkich przedsiębiorców, by zastanowili się, czy nie mogą podjąć jakiegoś, nawet drobnego wysiłku, by środowisko było lepiej chronione. Warto zacząć tę pracę od siebie.

Na sam koniec chciałbym jeszcze spytać o tzw. nową normalność – nastąpi, czy wrócimy w stare koleiny?

Historycznie po wielkich epidemiach świat zawsze szedł do przodu. Wierzę, że również obecna pandemia – pamiętając o tym, jak wiele tragedii spowodowała – przyniesie nam pewien rozwój. Teraz jest jeszcze zbyt wcześnie, by mówić o długofalowych skutkach. Wspomniany prof. Piotr Płoszajski mówi: „jaka nowa normalność? To nowa nienormalność!”. Zgadzam się – obecnie jesteśmy w fazie nowej nienormalności, nie wiadomo, kiedy stanie się ona standardem i jak ostatecznie będzie wyglądała.

O rozmówcy



SEBASTIAN PTAK

Prezes Zarządu, Blue Media S.A.

Sebastian Ptak – prawnik, ekspert rynku bankowego, współtwórca nowoczesnego sektora płatniczego w Polsce. Prezes Zarządu Blue Media S.A. – jednego z największych dostawców rozwiązań technologicznych w obszarze finansów, gdzie odpowiada m.in. za obszar bezpieczeństwa oraz rozwój biznesu, w tym za planowanie strategicznych kierunków rozwoju firmy. Absolwent Uniwersytetu Gdańskiego i laureat licznych nagród – w 2009 r. uhonorowany przez Związek Banków Polskich tytułem Ambadora Gospodarki Elektronicznej, w 2010 r. – Odznaką Honorową ZBP, a w 2016 r. – Medalem Mikołaja Kopernika w uznaniu szczególnych zasług w budowie i rozwoju sektora bankowego. Najnowsze wyróżnienia w jego kolekcji to zdobyta w 2019 r. nagroda imienia Profesora Remigiusza Kaszubskiego za działania na rzecz innowacyjnych rozwiązań w dziedzinie bankowości elektronicznej i prawa nowych technologii oraz tytuł Osobowość Fintech 2020 przyznany przez serwis Cashless.pl.

Partnerzy „PPG”



SAMORZĄD
WOJEWÓDZTWA POMORSKIEGO



GDAŃSK

