

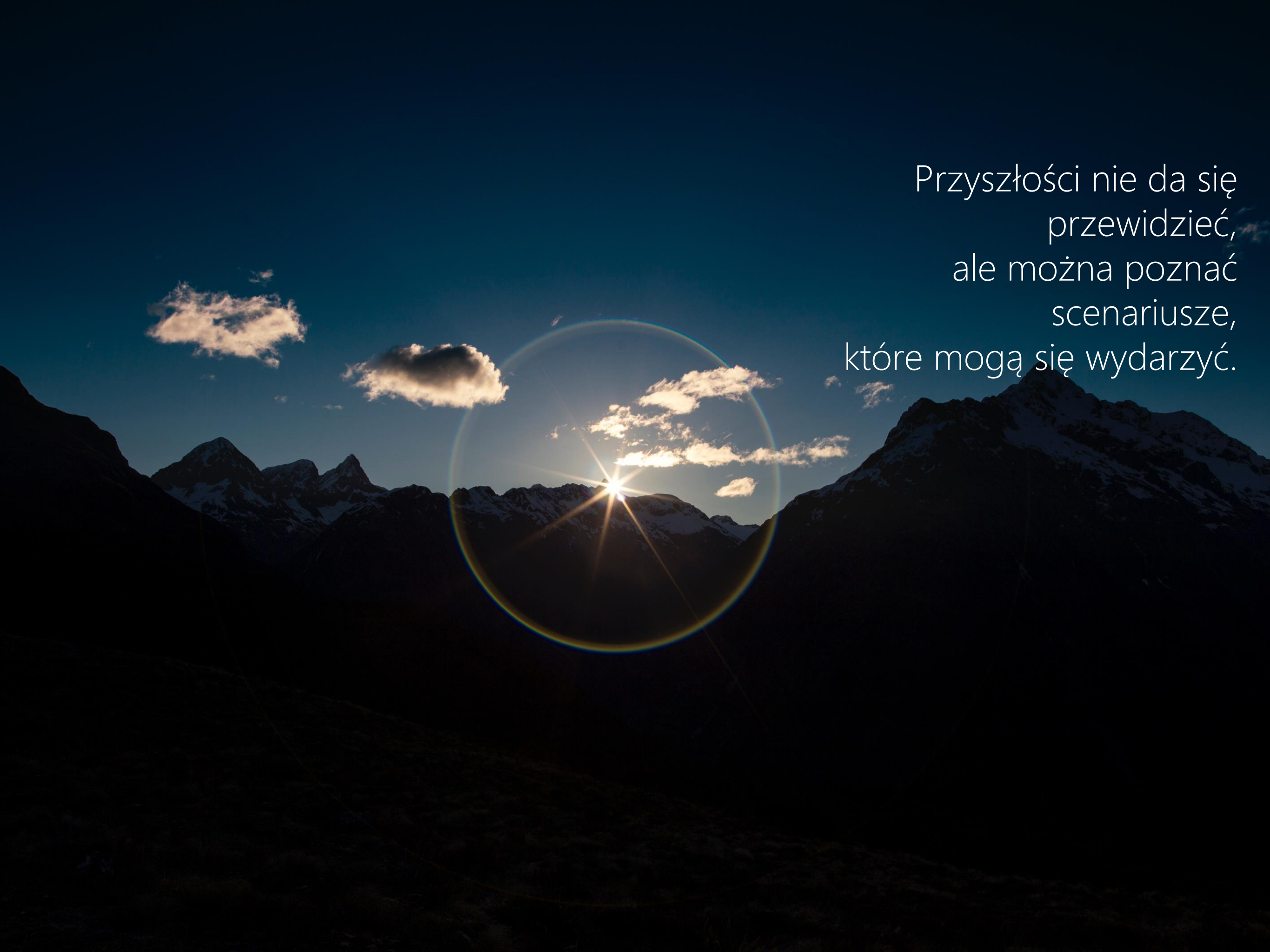
infuture  
institute

IMAGINE  
AN OFFICE,  
NOW TRY  
HARDER.



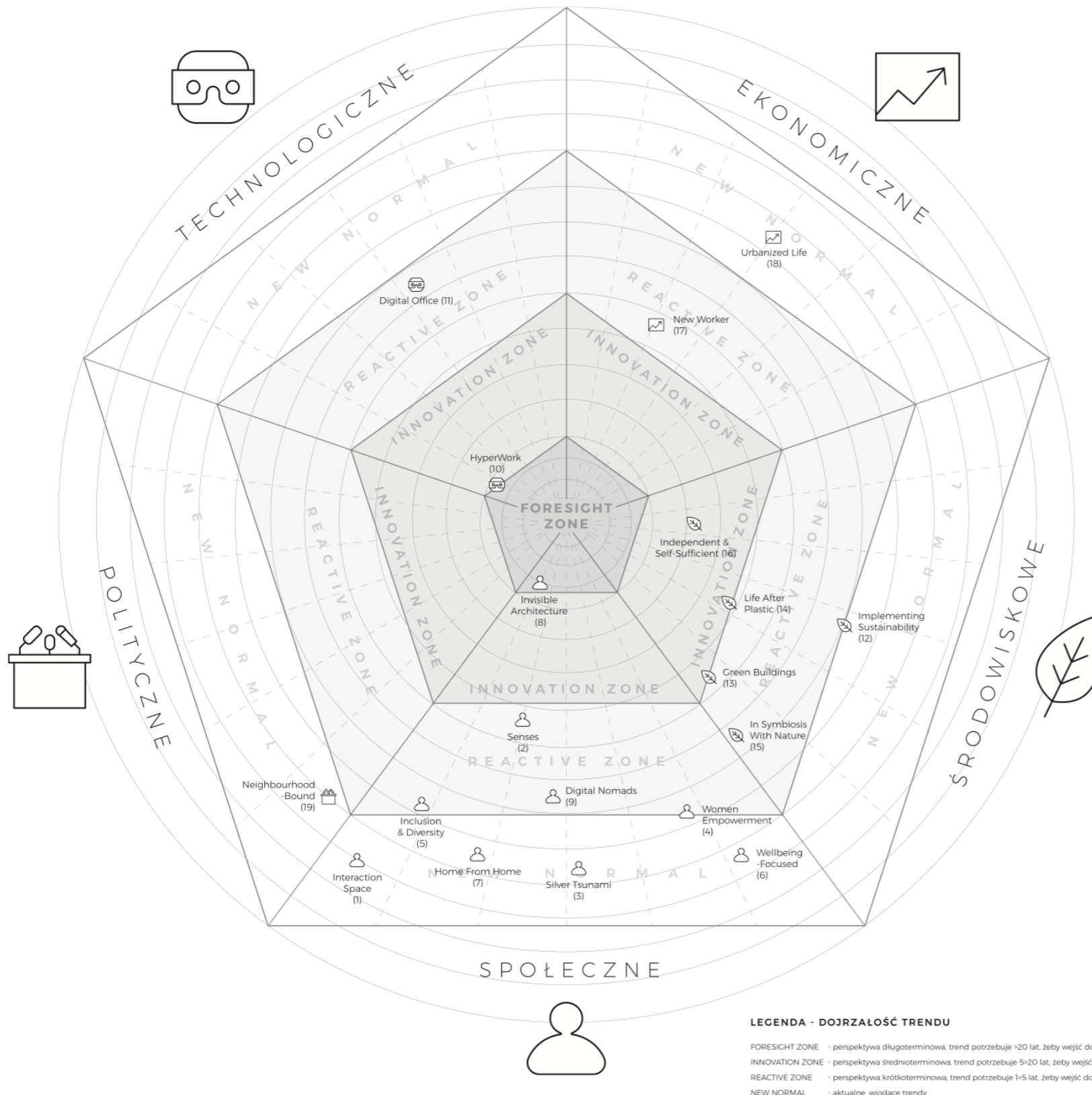
model STEEP

Sociological  
Technological  
Economic  
Environmental  
Political



Przyszłości nie da się  
przewidzieć,  
ale można poznać  
scenariusze,  
które mogą się wydarzyć.

# MAPA TRENDÓW PRACA / PRZESTRZEŃ PRACY / ŻYCIE PRACOWNIKÓW



## JAK CZYTAĆ MAPĘ TRENDÓW?

Na mapie znajduje się 5 rodzajów trendów (społeczne, technologiczne, środowiskowe, ekonomiczne i polityczne). Każdy z trendów dodatkowo umieszczony jest w strefie wskazującej na poziom jego dojrzałości (cztery strefy dojrzałości: foresight, innovation, reactive oraz new normal). Im bliżej środka pięciokąta, tym trend potrzebuje więcej czasu (według aktualnego stanu wiedzy i tempa jego rozwoju), aby stać się trendem wiodącym. Trendy z różnych kategorii wchodzą też w relacje między sobą - im bliżej granicy kategorii znajduje się trend, tym bardziej związany jest z tą drugą kategorią.

## TECHNOLOGICZNE

**10. HyperWork**  
Trend, w którym dzięki rozwiązaniom technologicznym (VR, AR) zmienia się sposób edukacji, pracy i szkolenia pracowników, ale także interakcji ze współpracownikami czy klientami.

**11. Digital Office**  
Obecnie biura stają się inteligentne za sprawą rozwiązań opartych o sztuczną inteligencję, interfejsy konwersacyjne, IoT (Internet of Things) czy urządzenia ubieralne, które ułatwiają i usprawniają funkcjonowanie pracowników.

## SPOŁECZNE

**1. Interaction Space**  
Biuro pełni obecnie formę przestrzeni do interakcji w świecie rzeczywistym. Staje się miejscem spotkań, sieciowania i networkingu. Na rozwój trendu wpływa też rosnąca popularność przestrzeni coworkingowych (gdzie podstawową wartością jest chęć wymiany doświadczeń i wiedzy) oraz przestrzeni typu open space.

**2. Senses**  
W świecie opartym głównie na zmysle wzroku, ludzie podświadomie kierują się w stronę doświadczenia świata innymi zmysłami. Widoczne jest to także w przestrzeniach biurowych, gdzie angażowany jest zmysł słuchu (np. specjalnie układane playlisty w zależności od przestrzeni czy wygłuszone pomieszczenia), ale także zmysł węchu i smaku (w przestrzeniach biurowych umieszczane są kuchnie, gdzie można gotować).

**3. Silver Tsunami**  
Osoby starsze zaczynają aktywnie uczestniczyć w życiu społecznym. Trend ten silnie wskazuje na starzejące się społeczeństwo, także w kontekście potencjalnych pracowników. Przestrzenie są dostosowywane do ich potrzeb - powstają np. specjalne meble czy urządzenia ubieralne.

**4. Women Empowerment**  
Trend nawiązujący do rosnącej roli kobiet w życiu społecznym, ekonomicznym czy politycznym. Widoczne jest to również w kontekście miejsc pracy - powstają biura z myślą o kobietach (np. klub networkingowy Allbright w Londynie).

**5. Inclusion & Diversity**  
Trend istotny ze względu na gospodarkę innowacji, w której funkcjonujemy. Również w miejscach pracy bardzo ważna jest otwartość i użyteczność uwzględniająca w coraz szerszym stopniu wiek, płeć, doświadczenia i potrzeby różnych grup ludzi.

**6. Wellbeing-Focused**  
Trend podkreślający istotę wellbeingu. Również w przestrzeniach do pracy dba się coraz częściej o zapewnienie dobrotę stanu ciała i umysłu (np. miejsca do drzemki, sale do jogi, wyciszone pokoje).

**7. Home From Home**  
Również jako pracownicy musimy czuć się swobodnie i bezpiecznie. Trend nawiązujący do udomawiania przestrzeni - wyraźny jest także w przestrzeniach biurowych, gdzie pojawiają się miejsca do spania czy możliwość przyrowadzenia ze sobą psa do pracy.

**8. Invisible Architecture**  
Trend ten zakłada, że budynki stają się „niewidoczne” dla mieszkańców miast. Wtapiają się w otoczenie, nie zakłócają przestrzeni, lecz także - wykorzystując najnowsze rozwiązania i technologie - znikają niejako z miast.

**9. Digital Nomads**  
W związku z postępującą digitalizacją zmienia się sposób naszego funkcjonowania w społeczeństwie. Trend Digital Nomads nawiązuje do grupy osób, które podróżując po świecie, pracują zdalnie, a pracę ułatwiają im właśnie technologie.

## ŚRODOWISKOWE

**12. Implementing Sustainability**  
Trend nawiązujący do wdrażania zrównoważonego rozwoju. Skupia się na świadomej konsumpcji oraz na trosce o środowisko naturalne i wyczerpujące się zasoby. Nurt wpływa także na funkcjonowanie biur. Firmy starają się ograniczyć ślad węglowy podróży służbowych decydując się np. na skorzystanie z rozwiązań z obszaru telepresence.

**13. Green Buildings**  
Trend ten obejmuje wszelkie rozwiązania, dzięki którym budynki (a także biurowce) stają się zielone - tzn. funkcjonują, nie szkodząc środowisku. Trend ten obejmuje troskę o jakość powietrza, światło dzienne, ale także o wykorzystywane materiały.

**14. Life After Plastic**  
Trend zwracający uwagę na nadmierne wykorzystanie plastiku. Niezmiernie ważne jest tutaj także szukanie alternatyw dla materiału. W miejscach pracy trend ten przejawia się chociażby przestrzeganiem zasad recyklingu (np. odpowiedni podział na kosze, instrukcje segregowania odpadów) czy wyposażaniem biur w meble wykonane z plastikowych odpadów.

**15. In Symbiosis With Nature**  
Trend nawiązujący do designu biofilicznego będącego odpowiednią na ludzką potrzebę kontaktu z naturą. W biurach pojawiają się zatem fasady czy ściany porośnięte roślinnością. Coraz bardziej popularny staje się także koncept ogrodów miejskich (tzw. urban gardening).

**16. Independent & Self-Sufficient**  
Trend, wedle którego biurowce będą stawać się coraz bardziej autonomicznymi jednostkami, co oznacza, że będą mogły funkcjonować niezależnie od infrastruktury zewnętrznej.

## EKONOMICZNE

**17. New Worker**  
Trend nawiązujący do przedstawicieli pokolenia Millenialsów oraz Generacji Z jako nowych pracowników, którzy wychowali się całkowicie (lub w dużej mierze) w świecie cyfrowym.

**18. Urbanized Life**  
Miasta stale się rozrastają. Urbanized Life to trend, który obecnie wiąże się z nagromadzeniem zakładów pracy, firm i przedsiębiorstw w miastach.

## POLITYCZNE

**19. Neighbourhood-Bound**  
Wzrasta zaufanie do firm, marek, które są transparentne w różnych wymiarach (płac pracowników, łańcucha dostaw, cen czy produkcji).

Opracowanie: infuture hatalska foresight institute, czerwiec 2019.

Urbanized Life





# Invisible Architecture



# Interaction Space





wyzwania:  
istotne zmiany  
w obszarze miejsca pracy







Inclusion & Diversity  
Silver Tsunami  
Women Empowerment



Transparentność



# Hybrid Workstyle Office

Źródło: Ankieta internetowa przeprowadzona wśród 608 pracowników biur w Polsce; infuture.institute, maj 2019 r.

Wybrane odpowiedzi respondentów na pytania:

- Co chciałbyś/łabyś, żeby znajdowało się niedaleko Twojego miejsca pracy?
- Jaka dodatkowa oferta byłaby dla Ciebie atrakcyjna w Twoim miejscu pracy?
- Z jakich udogodnień chciałbyś/łabyś korzystać w swoim miejscu pracy?

**40%**  
sklepy



**32%**



szeroka oferta gastronomiczna w pobliżu obiektu (np.: restauracje, kawiarnie)



**39%**  
ogrody, tarasy



biblioteka/  
czytelnia/  
salon prasy

**13%**



miejsce na drzemkę **28%**



**34%**

wspólna kuchnia do przygotowywania posiłków na miejscu



**15%**

możliwość zabrania do biura psa lub kota



**40%**  
sklepy



**32%**



szeroka oferta gastronomiczna w pobliżu obiektu (np.: restauracje, kawiarnie)



**22%**

opieka nad dziećmi



**14%**

psycholog, doradca biznesowy/zawodowy



**32%**

SPA (basen, sauna, masaże)



**22%**

zajęcia fitness/jogi/sportowe



**48%**

komunikacja miejska

**20%**

autonomiczne/elektryczne samochody do dyspozycji





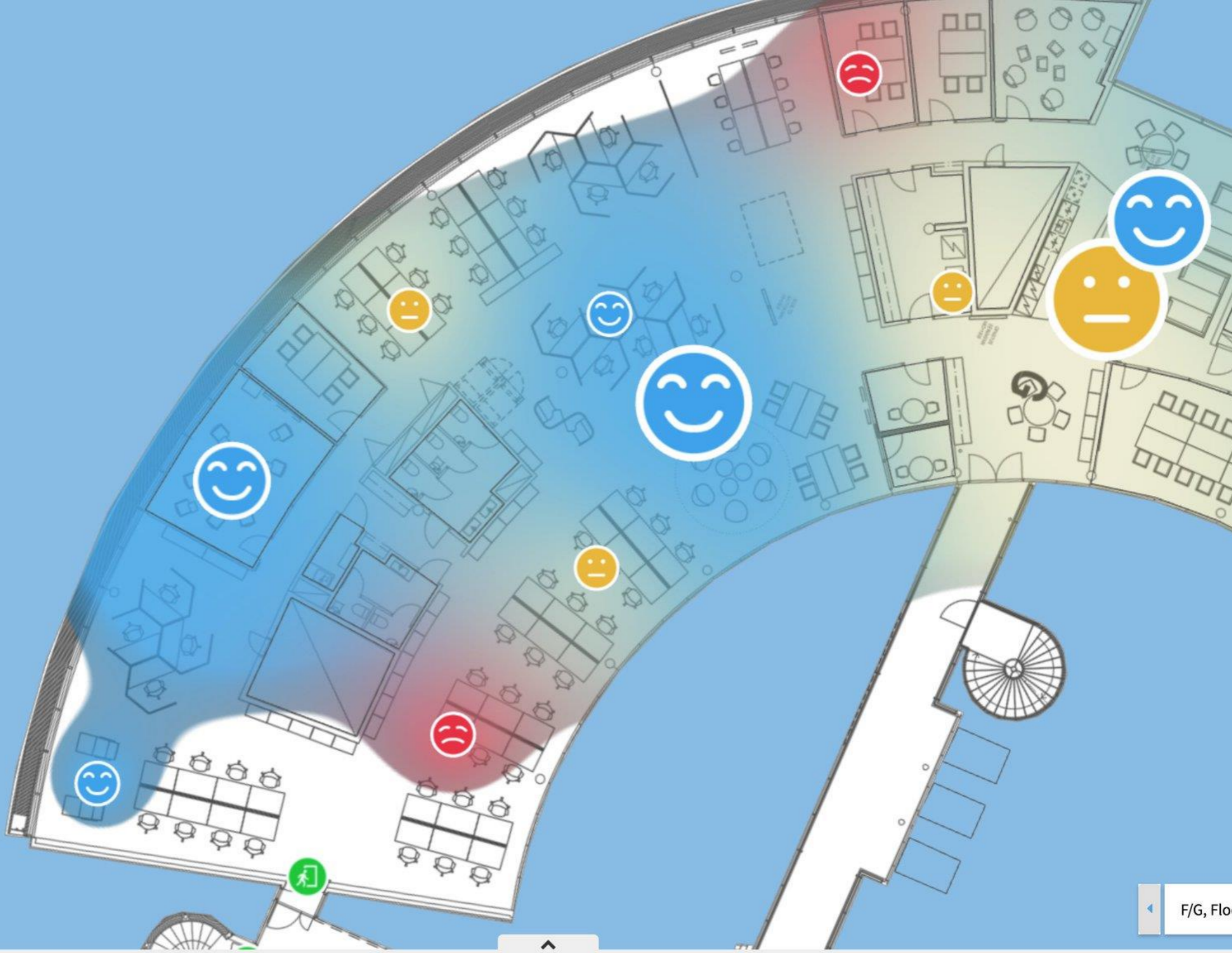
Wellbeing  
Implementing Sustainability  
In Symbiosis With Nature





simply connected





**Voice** ▾

Showing submissions from the past 3 months.

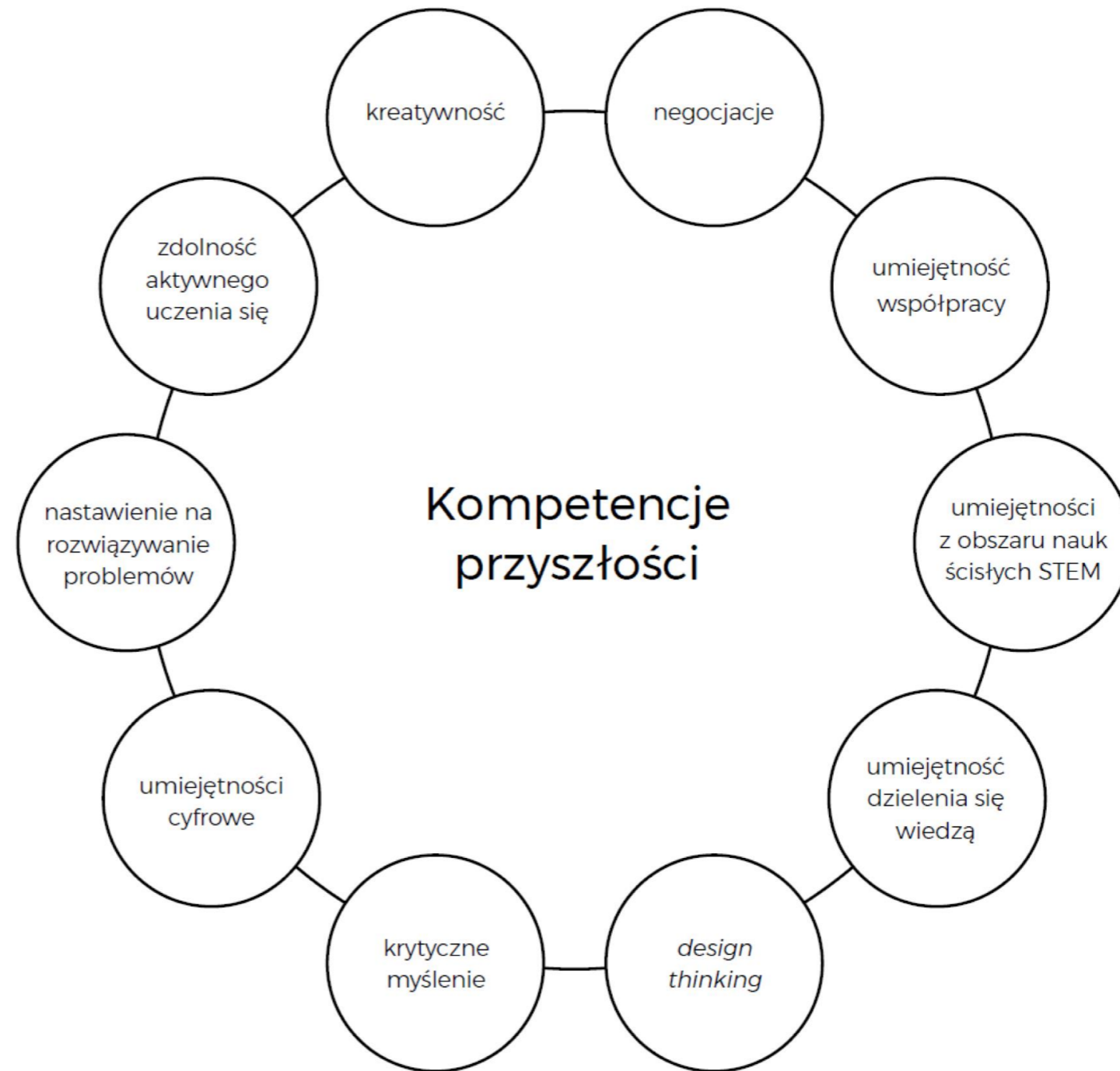
More popular opinions grow in size.

- Good vibes
- Neutral vibes
- Bad vibes

Voice your feelings

New Worker  
Neighbourhood-Bound





rekrutacja  
i utrzymanie talentów



• infuture  
• hatałska  
• foresight  
• institute

**PRZ SZŁOŚĆ**

*Loesje*

Ola Trapp