

AUTOPREZENTACJA HEKTORA 44

W POSZUKIWANIU JUTRA



HEKTOR Stanisław Lis

WYDAWCA:

Dom Mediowy HEKTOR W DRODZE



przy współpracy:

ŚWIATOWID Centrum Kreacji i Kompetencji Sp. z o.o.

33-100 Tarnów, ul. Legionów 5A/10

tel. (14) 656-27-01, (14) 656-27-02

e-mail: biuro@interakcja.com.pl

www.interakcja.com.pl



© Copyright by: **STANISŁAW LIS**

TARNÓW 2023

Egzemplarz Limitowany Nr _____

Dedykacja dla _____

W POSZUKIWANIU JUTRA

HEKTOR Stanisław Lis

Tarnów, listopad 2023



Motto:

**Drogi Boże, czy Ty zawsze wkładasz
prawidłowe dusze
do prawidłowych ludzi?
I nigdy się nie mylisz, co?**

/z listu dziecka – cyt. za Ryszardem Kapuścińskim/

Dedykacja 1

**Uprawiajcie jakąkolwiek sztukę, muzykę, śpiew, taniec, teatr, rysunek, malarstwo, rzeźbę, poezję, literaturę, piszcie eseje, reportaże – nieważne, czy dobrze, czy źle, nie dla pieniędzy ani sławy, ale by doświadczać stawania się, by odkryć, co tam masz w środku, by twoja dusza rosła. Poważnie!
Zacznijcie teraz, od razu, bierzcie się za sztukę i róbcie to przez resztę waszego życia.**

/Kurt Vonnegut/



Dedykacja 2

**Wszystkie dzieci rodzą się artystami.
Sztuka polega na tym, by pozostać nimi do końca życia.**

/Pablo Picasso/



Dedykacja 3

Słowa nie uzdrawiają. Sztuka uzdrawia !

/Alejandro Jodorowsky/

SPIS TREŚCI:

Motto i dedykacje	5
Dlaczego Autoprezentacja?	9
Życiorys zawodowy HEKTORA	12
WIZJA	14
DEKLARACJA WIZJI	
MISJA	14
DEKLARACJA MISJI	
FILOZOFIA ŻYCIOWA	14
DEKLARACJA FILOZOFII ŻYCIOWEJ	
ANTRAKT 1	15
PEREGRYNACJE. MÓJ ŚWIAT. MOJE ŻYCIE. MOJE DZIAŁANIA.	
ANTRAKT 2	27
KREACJA INNOWACYJNOŚCI I WARTOŚCI W WYMIARZE GOSPODARKI 4.0	
2.1. Filozofia innowacyjnej – wizjonerskiej organizacji	27
2.2. Strategia błękitnego oceanu, jako podstawa transparentności myślenia strategicznego	33
2.3. Innowacyjność w biznesie	48
2.4. Zarządzanie procesem innowacyjności	51

ANTRAKT 3	60
LIMERYK DLA MONIKI NA URODZINY A.D. 2023	
ANTRAKT 4	61
RAPIAŁ – I TAKI MOŻE BYĆ KONIEC CZŁOWIEKA	
ANTRAKT 5	66
SZÓSTE WSPOMNIENIE O JÓZEFIE KOMAREWICZU	
ANTRAKT 6	72
RAPIAŁ – W POSZUKIWANIU JUTRA	
ANTRAKT 7	77
RECENZJA RAPIAŁU „W POSZUKIWANIU JUTRA” JOANNY MULARZ	
ANTRAKT 8	79
GALERIA ZDJĘĆ HEKTORA	
ANTRAKT 9	95
...A ZATEM W DROGĘ	

Dlaczego Autoprezentacja?



Zbliżają się moje kolejne 44 urodziny. To zawsze dla mnie jest czas refleksji. Czy wciąż jestem tą samą osobą, co dziecko na fotografii sprzed lat? A może w rzeczywistości mam już niewiele wspólnego ze swoim dawnym JA.

Niewiele pamiętam z czasów gdy miałem 4, 7, czy 10 lat. W wyobraźni mam tylko Mamę i Tatę, którzy dbali o mnie i siostrę Martę, z którą rywalizowałem o różne przywileje. Zabawki każdy miał na szczęście swoje. Ja miałem żołnierzyki, czołgi i łyżwy. Marta lalki, misie i zabawy w przebieranki. Tylko o rower walczyliśmy zawzięcie, bo był jeden.

Wydaje mi się jednak, że gdybym mógł wyraźniej zobaczyć i przyglądnąć się sobie z dzieciństwa, to mimo iż z wiekiem się zmieniamy, to jednak cały czas jesteśmy sobą. **MY dzisiaj, to kolejne wcielenia odslony NAS kiedyś z dzieciństwa.** Widać tą prawidłowość w Naszych dzieciach. Ja widziałem zawsze siebie w postępowaniu i rozwoju mojej córki Magdaleny. Te same ruchy, te same pomysły, te same talenty, ale też i przywary...

Nie da się zatem człowiekowi odciąć od swojej przeszłości, a najlepiej wiedzą o tym Ci, którzy tego spróbowali.

Na pytanie o ciągłość ludzkiego doświadczenia w jego aspekcie empirycznym da się odpowiedzieć w sposób naukowy. W latach 70. XX w. zatrudniony na University of Otago w Nowej Zelandii psycholog Phil Silva pomógł zainicjować projekt badawczy obejmujący tysiąc trzydzieści siedmioro dzieci. Uczestników – wszyscy byli mieszkańcami miasta Dunedin lub okolic – badano najpierw, gdy skończyli 3 lata, a potem jeszcze w wieku 5, 7, 9, 11, 13, 15, 18, 21, 26, 32, 38 i 45 lat. Przy czym badacze często przeprowadzali wywiady nie tylko z nimi, lecz także z ich rodzinami oraz przyjaciółmi. W 2020 r. czworo psychologów związanych z tym projektem – Jay Belsky, Avshalom Caspi, Terrie E. Moffitt i Richie Poulton podsumowało dotychczasowe wnioski w książce „*The Origins of You: How Childhood Shapes Later Life*” [Korzenie ja. O tym, jak dzieciństwo kształtuje dalsze życie]. Uwzględnili w niej wyniki kilku podobnych badań przeprowadzonych w Stanach Zjednoczonych i Wielkiej Brytanii – odwołują się więc do zmian zaobserwowanych w ciągu kilkudziesięciu lat u około 4000 osób.

John Stuart Mill napisał kiedyś, że młody człowiek jest jak „**drzewo, które rośnie i rozwija się na wszystkie strony zgodnie z dążeniem sił wewnętrznych, które czynią je żywą istotą**”. Obraz ten przywodzi na myśl ogólny wzrost, na który wpływ będą miały gleba i klimat, a który można też wspomóc metodą ostrożnych, dobrze przemyślanych cięć. Autorzy „*The Origins of You: How Childhood Shapes Later Life*”, proponują bardziej chaotyczną metaforę. Twierdzą, że ludzie są jak układy burzowe. Każda pojedyncza burza ma własną dynamikę i określony zestaw cech, a jej przyszłość zależy od licznych czynników atmosferycznych oraz ukształtowania terenu. Na to, jak się rozwinię Józef, Agnieszka, Grażyna czy Adam może wpłynąć m.in. „ciśnienie atmosferyczne w innym miejscu” albo „czas, jaki huragan spędza na morzu, zbierając wodę, zanim dotrze do brzegu”. Donald Trump w 2014 r. powiedział swojemu biografowi, że po sześćdziesiątce jest tym samym człowiekiem, którym był kiedy szedł do pierwszej klasy.

Próby zrozumienia ludzkiej pogody – odciska piętno na całym późniejszym życiu. Podobnie twierdziło wielu znanych ludzi, jak: Norman Davies, Albert Einstein, czy Olga Tokarczuk.

Często czuję, że wiele myśli, uczuć, obrazów, które mnie Dzisiaj dotykają już były Kiedyś we mnie. Już je przeżywałem i zatrzymałem zapisane w mojej jaźni. Wiem to na pewno. Dlatego mając tego świadomość jestem ciągle nienasycony

życiem, jego urokiem, pięknem, ale i różnymi zagrożeniami i porażkami, które na co dzień niesie.

Jestem ciekawy Jutra. Ciągłe niezaspokojony, szukający swojej Drogi, próbujący budować nowe przestrzenie w swojej wyobraźni, kreując rzeczywistość w biznesie, czy tworząc słowem kolejne Rapiąły.

Codziennie staram się dyscyplinować i zachowywać równowagę pomiędzy nadmiarem a niedostatkami. Nie jest to łatwe, co już jednoznacznie stwierdził Arystoteles pisząc o „złotym środku” na przyjemność i radość w życiu. Sokrates zaś puentował: *„Bać się śmierci jest tym samym, co mieć się za mądrego, nim nie będąc”*.

Kochające serce zawsze jest młode, dlatego na tegoroczne swoje 44 URODZINY a.d. 2023, przygotowałem swoją Autoprezentację, zatytułowaną „W Poszukiwaniu Jutra”.

To tytuł mojego ostatniego Rapiąły, który w sposób najbardziej przekonujący i oczywisty pokazuje mój sposób myślenia o współczesności Człowieka i Świata, w którym dzisiaj żyjemy.

Dziękuję Joannie Mularz, mojej kiedyś znakomitej współpracownicy, a do dzisiaj partnerki intelektualnych dyskusji telefonicznych „od czas do czasu...” za interesującą i bardzo osobistą recenzję tego Rapiąły.

Wysoko sobie to CENIĘ!

Ta Autoprezentacja ma charakter druku limitowanego, tylko dla Rodziny, najbliższych Przyjaciół, Współpracowników i Partnerów. Drukiem ukazuje się 20 egzemplarzy, każdy imiennie dedykowany.

Polecając lekturę tej opowieści o sobie i moim świecie przesyłam wszystkim, którzy czytać będą ten tekst ku przemyśleniu słowa Michaela Landona:

„Zawsze na początku życia ktoś powinien nam powiedzieć, że umieramy. Może wtedy żylibyśmy pełnią życia, w każdej minucie każdego dnia”.

HEKTOR 44 – Stanisław Lis

Tarnów, 3 listopada 2023 r.

Życiorys zawodowy **HEKTORA** **Stanisław Lis**



Pisarz, poeta i filozof, Wiceprezes Rady Głównej Stowarzyszenia Autorów Polskich w Warszawie, menedżer przemysłów kreatywnych, medioznawca, szczególnie mediów lokalnych i polonijnych, strateg i analityk rozwoju regionalnego, autor 53 publikacji inżynierskich oraz twórca, współtwórca, kierownik i koordynator ponad 2400 projektów w dziedzinie przemysłów kreatywnych, innowacji, infrastruktury technicznej i społecznej, a także autor 12 publikacji poetycko-filozoficznych w konwencji wymyślonej przez siebie formuły RAPIAŁU.

Dotychczas ukazały się:

- 1) *Medytacja u bram rzeczy* (1985)
- 2) *Urwisko* (1998)
- 3) *Filozofia drogi* (2004)
- 4) *Jestem ekspertem dnia dzisiejszego* (2007)
- 5) *Transcendentne obrazy rzeczywistości* (2010)
- 6) *Republika Nadziei* (2015)
- 7) *Kobieta, na którą czekałem całe życie* (2016)
- 8) *Efekt motyla w Krainie Błogostanu* (2017)
- 9) *Armagedon Codziennosci* (2018)
- 10) *Archipelag Niemierzalności* (2019)
- 11) *Peregrynacje. Mój Świat. Moje Życie. Moje działania.* (2021)
- 12) *I taki może być koniec człowieka* (2022)

Na co dzień HEKTOR – Stanisław Lis nie boi się wyzwań, uważając jednak, że największym wyzwaniem dla człowieka jest jego własne ŻYCIE!!!

... Mój świat to także słońce, klimat i jakość środowiska.

To serdeczność w kontaktach z innymi ludźmi.

To kobiety decydujące o pięknie świata.

To niepokój jutra – który tworzy tożsamość kultury i rozwój człowieka...

... Jestem przekonany, że symbolem JUTRA,

czyli NOWEJ ERY JUTRONAUTÓW,

okresu cywilizacji, mądrości i wzajemnego zrozumienia

- po Erze RYB i Erze KOZIOROŻCA –

jest gwiazdozbiór WODNIKA!

To Mój ZŁOTY WIEK, w którym będę się starał na co dzień

BUDOWAĆ ZEGARY, ZAMIAST BIERNIE ODCZYTYWAĆ CZAS.

Tworzyć Wartości, zamiast je omijać.

Być sobą dla innych, zamiast manifestować odrębność samotności.

Być realną odpowiedzią na wyzwania DZISIEJSZOŚCI

i mobilną perspektywą PRZYSZŁOŚCI,

w której na pytanie „W co ja wierzę... ?”

Odpowiadam..., że WIARA jest PIĘKNA!

TERAZ!

ZAWSZE!

HEKTOR Stanisław Lis

Tarnów, listopad 2023 r.

WIZJA:

Sukces to podróż a nie miejsce przeznaczenia.

DEKLARACJA WIZJI:

Marzenia na realizację, których dziś się decydujemy, jutro stają się faktem.

MISJA:

Być pierwszym wśród najlepszych.

DEKLARACJA MISJI:

***Wielkim zaiste skarbem jest wola działania, ubogim ten,
któremu jej brakuje. /Tirawalluwar/***

FILOZOFIA ŻYCIOWA:

***Kiedy będziesz tak mocny jak ŚCIANA, przed którą stoisz, to znak,
że możesz wejść na DROGĘ.
Do tej ściany nie dochodzi się nigdy na czas dłuższy niż jedna chwila.
/Satipatthana Sutta/***

DEKLARACJA DO FILOZOFII ŻYCIOWEJ:

***Żeby dokonać wielkich rzeczy, musimy nie tylko działać, lecz także
marzyć, nie tylko planować, lecz także wierzyć.
/Anatol France – laureat literackiego Nobla/***

ANTRAKT 1

Peregrynacje. Mój świat. Moje życie. Moje działania.

Zaprawdę powiadam wam: kto powie tej górze: „Podnieś się i rzuć się w morze!” a nie wątpi w duszy, lecz wierzy, że spełni się to, co mówi, tak mu się stanie. Dlatego powiadam wam: wszystko, o co w modlitwie prosicie, stanie się wam, tylko wiercie, że otrzymacie. (MK 11, 23-24)

DEKLARACJE:

1. *Człowiek ma w życiu albo wymówki, albo wyniki. /Jack Canfield/*
2. *Człowiek rozsądny dostosowuje się do świata. Człowiek nierozsądny usiłuje świat dostosować do siebie. Dlatego wielki postęp dokonuje się dzięki ludziom nierozsądnym. /B. George Shaw/*
3. *By zwyciężać trzeba być pewnym swego celu, czyli wiedzieć, czego się pragnie; niezbędne jest też głębokie pragnienie, by to zdobyć. /Napoleon Hill/*

Jak zacząć ten tekst, żeby być w zgodzie z dzisiejszym światem, jego problemami, wyzwaniem i wkomponować w niego swoją „**44-letnią**” biografię i jej dokonania.

Zacznę od „**Czulego narratora**”, pierwszej po Noblu książki Olgi Tokarczuk. Czytając zawarte w niej eseje i wykłady można pomyśleć, że świat oparty o tolerancję i otwartość jest pasjonujący, epatuje pozytywnością. Z „**Czulego narratora**” emanuje bowiem wiedza i radość życia, pozwalające zrozumieć otoczenie człowieka i pomóc mu w rekonstrukcji całej „reszty świata” rozdzieranego przez egoizmy i antagonizmy, tak by wszystkie rasy, religie, czy płcie żyły w harmonii. By znalazły w niej miejsce wszystkie gatunki fauny i flory. A nawet kamienie, czy potłuczony imbryk z bajki Andersena. Takie jest utopijne przesłanie Tokarczuk na czas, gdy świat zamieszkuje 70 już pokolenie po Chrystusie.

Podoba mi się ta utopia, wręcz mnie zachwyca, kiedy pomyślę o szambie, jakie Rzeczypospolitej funduje Jarosław Kaczyński (wymieniam z imienia i nazwiska!!), polski „**KRÓL UBU**”, który jak w sztuce Alfreda Jarry’ego w sposób niepohamowany, zachłanny

i zapatrzony tylko w siebie demoluje demokrację, wolność słowa i poczucie godności Polaków. Jego drużyna, to gromada zachłannych cyklistów, politycznych bandyterów, podobno inteligentnych, ale bezobjawowo w praktyce społecznej (zasłyszane!!).

To Doktor Frankenstein przepychający Polskę z zachodu na wschód. Katastrofa jak w słynnym dylemacie, który zawarł Winston Churchill w liście napisanym jeszcze przed Monachium w sierpniu 1938 roku do Lloyd'a George'a: „*mamy do wyboru hańbę i wojnę, jak wybierzemy hańbę, to wojnę i tak dostaniemy*”.

Polacy mają dzisiaj już i hańbę ... i wojnę ... i stosowaną w praktyce czekistowską maksymę Andrieja Wyszynskiego – prokuratora, polskiego aptekarza z Baku: „*dajcie mi człowieka, a paragraf sam się znajdzie...*”.

Dla mnie w tym kontekście fundamentalne znaczenie ma teoria Lynn Margulis mówiąca, że koło napędowe ewolucji stanowi symbioza organizmów. Człowiek nie jest wszechwładnym i samodzielny bytem, a tym bardziej monolitem, tylko republiką wielu organizmów: w jego ciele tylko 49 procent komórek jest ludzkich. Reszta to nasi sąsiedzi – bakterie, wirusy, archeony.

Pół żartem, pół serio, to pierwsi ludzie zostali wygnani z raju za grzech wyodrębnienia się z całokształtu natury. Stworzyliśmy z Bogiem spółkę z ograniczoną odpowiedzialnością, która zmonopolizowała i zniszczyła świat i nasze sumienie. Przez co przestaliśmy rozumieć niesamowitą złożoność tego świata. Tę myśl można by przedstawić obrazami Giuseppe Arcimbolda, który malował portrety ludzi złożonych – z warzyw, owoców, roślin.

To takie widzenie świata, które związane jest z ekscentrycznością człowieka, które polega na porzuceniu centrum i próbie patrzenia na świat z perspektywy innej niż szablonowa. Czyli myślący człowiek musi być ekscentryczny, ale nie w literalnym znaczeniu. Powinien przypominać Wędrowca, który na krawędzi świata wychyla głowę poza nią i zachwyca się bogactwem kosmosu. Przeciwnieństwem jest cofanie się do średniowiecza, rozumianego jako czas fundamentalistów, którzy i dziś chcą rozpalać stosy, tworząc nową listę heretyków.

Ja staram się być takim heretykiem, który w Boga wierzy, z Bogiem rozmawia, Boga kocha, ale stara się bronić różnorodności duszy człowieka i złożoności jego działania, odwagi w narracji i odpowiedzialności za skutki swoich decyzji. Chcę czytać świat po swojemu i tłumaczyć swoje wizje, pomysły i przedsięwzięcia Bogu. Chcę czytać świat wspólnie z Bogiem, a nie według katechizmu dogmatów i doktrynerów, chcę uczyć tego świata innych ludzi, którzy mają odwagę i chęć do realizowania wspólnych projektów. Chcę być z Bogiem, ale wierny sobie, bo tylko wtedy będę mógł być jego partnerem w odczuwaniu i naprawie świata. W budowaniu **DROGI** prowadzącej Wędrowca do ich wymarzonych krain i wskazywania im wyboru kierunków dla tej **DROGI** na rozstajach **CODZIENNOŚCI**.

Chcę wreszcie zadeklarować za Michałem Wawrzyniakiem, że **NIE INTERESOWAŁO MNIE WCZORAJ I NIE INTERESUJE DZISIAJ BYCIE ZWYKŁYM CZŁOWIEKIEM.**

Zawsze budowałem i chcę budować nadal charyzmę i gromadzić własnych Apostołów, Aniołów i Wyznawców. Im więcej przeszkód bowiem w życiu człowiek pokona, tym więcej osiągnie. Im więcej wyzwań będzie omijał bokiem, tym bardziej będzie się oddalał od celów życiowej wędrówki. Jeżeli człowiek bowiem traktuje swoje życie jak śmietnik, to przyciąga muchy.

Gdy natomiast pielęgnuję każdy dzień swojego życia, jak ogród – to otaczają go motyle. Takie działanie wymaga jednak regularnej pracy oraz usuwania chwastów. Człowiek musi czuć się bowiem odpowiedzialnym za swoje wybory i marzenia, za swoje sukcesy i porażki, za dobro i zło, czynione innym. Wtedy Bóg będzie bardziej życzliwy i rozmowniejszy, a przede wszystkim wyrozumiały dla Takiego Wędrowca.

W przeciwnym razie możemy spotkać na rozstaju biblijnego Hioba, który na dywagacje Wędrowca: **„A jeśli wierzysz, że złapiesz katar ponieważ ktoś w biurze kicha. Twój strach uruchomi podświadomość, a ona stworzy to czego się spodziewasz, boisz i w co wierzysz. Zauważ, że pozostałe osoby w biurze nie zachorowały, ponieważ nie wierzą że zachorują. Wierzą, że będą zdrowe”** – odpowiedział następująco: **„bo spotkało mnie czegom się lękał bałem się, a jednak to przyszło”**.

To takie kasandryczne samospełnienie, zgodnie z zasadą, że dobro lub zło, które dajemy lub odczuwamy do innych wraca i to czasem z podwójną mocą.

Dzisiaj na rozstajach oprócz biblijnego Hioba możemy spotkać także Obywatela COVID-19 i to spotkać w całej dramaturgii pandemii koronawirusa, z którą człowiek sobie nie potrafił dotychczas poradzić. I trudno powiedzieć, kiedy sobie poradzi, bo że pokona pandemię tego można być pewnym. Tylko, czy nie będzie to pyrrusowe zwycięstwo, bo po Obywatelu COVID-19 pojawi się inny jeszcze groźniejszy Obywatel XY, podobnie, jak było w IV w. p.n.e. kiedy Pyrrus – król Epiru toczył wojnę z Rzymem. Po wygranej bitwie pod Ausculum w roku 279 p.n.e. miał on powiedzieć do gratulujących mu dowódców: **„jeszcze jedno takie zwycięstwo i jesteśmy zgubieni”**.

Być może człowiek wchodzi w erę Nowego Syzyfa i jego kolejne zwycięstwa przybliżają całą cywilizację człowieka do Apokalipsy Babilonu, w ramach której kobieta w czerwonej sukni siedzi na bestii o siedmiu rogatych głowach... i unicestwienia współczesny świat człowieka... jego własnymi rękoma i pomysłami.

Takie rozmyślania towarzyszą mojemu Wędrowcowi, który z odwagą patrzy w przyszłość, ale ma na uwadze także wszystkie zagrożenia i możliwe katastrofy, które Człowiek sam sprowadza na siebie i ziemię, którą Bóg użyczył mu do życia.

Wędrowiec jednak ciągle wierzy w Człowieka i mądrość Boga, który uchroni go od samounicestwienia i da kolejną szansę na utrzymanie życia na Ziemi.

Wędrowiec wie także, że dotychczasowa potęga Człowieka leżała w sile jego wiary i charakteru działania, które są prawdziwą miarą jego inteligencji.

Cokolwiek umysł Człowieka dotychczas sobie wyobraził, udawało się w bliższej lub dłuższej perspektywie czasowej zrealizować!!!

Wędrowiec kombinuje zatem dla siebie na **JUTRO** następującą **STRATEGIĘ DROGI**:

„Jeżeli chcesz być tam, gdzie nigdy nie byłeś, musisz iść DROGĄ, którą nigdy nie szedłeś. Jeśli chcesz osiągnąć to, czego nigdy nie miałeś, musisz robić to, czego nigdy nie robiłeś...”

Ta strategia brzmi trochę po masonsku, ale to przecież Masoni budowali **NOWOCZESNOŚĆ** tego świata i uczyli żeglować Człowieka po zakamarkach **NOWOCZESNOŚCI** przed którą tak gorąco kiedyś przestrzegał Marks i Engels, którzy twierdzili, że „postęp w kapitalizmie jest jak krwawy bożek, albo że historia nie jest domeną szczęścia...”

Przed **NOWOCZESNOŚCIĄ** Człowiek nigdy tak naprawdę nie chciał się bronić i tak jest do dzisiaj. Wędrowiec wie o tym dobrze, dlatego podejmuje dalszą żeglugę, wybierając w wyobraźni marzenia na **JUTRO** i być może **POJUTRZE**... Wie, że **NOWOCZESNOŚĆ** w erze globalizmu, zagrożeń środowiskowych, migracji planetarnej, czy wyzwań Gospodarki 4.0 i Technologii 5G jest nie do powstrzymania.

Człowiek może ją jednak w oparciu o swoją biografię, tożsamość, wiarę i cywilizacyjne doświadczenie jeszcze raz ukierunkować na rozwój **ZIEMI** i **CYWILIZACJI CZŁOWIEKA**, a nie w kierunku Armagedonu i Apokalipsy, które zgaszą słońce i zakończą pisanie historii Człowieka.

Wędrowiec buduje taką wizję również dla dalszej swojej wędrówki, wzmacniając wcześniej wyrażoną strategię DROGI jej emocjonalnym suplementem: *„wygrywa w tej wędrówce tylko ten, kto ma jasno określony cel i nieodparte pragnienie, aby go osiągnąć”*.

Taki jest świat – **MÓJ ŚWIAT**, w którym budowałem swoją 44-letnią biografię. Takie jest otoczenie mojego jestestwa i moich życiowych dokonań. **Wędrowiec i DROGA** to z kolei podstawy filozofii mojego działania, historii dotychczasowego życia.

Zacząłem od Olgi Tokarczuk – noblistki i mojej ulubionej autorki, której kolorowa narracja współczesności zawsze ma korzenie w dokonaniach Człowieka i jego historii.

Olga pochodzi z rodziny nauczycielskiej, jest absolwentką Wydziału Psychologii Uniwersytetu Warszawskiego. Już w czasie studiów jako wolontariuszka opiekowała się osobami z problemami psychicznymi. Zachwycała się prawami Carla Junga, co wywarło i nadal wywiera wpływ na jej twórczość. Jak sama napisała o sobie:

„Pisanie powieści jest dla mnie przeniesionym w dojrzałość opowiadaniem sobie samemu bajek. Tak jak to robią dzieci, zanim zasną. Posługują się przy tym językiem z pogranicza snu i jawy, opisują i zmyślają...”

To zachwycające myślenie dla mnie, które wesprę jeszcze jedną refleksją Olgi, wyrażoną po napisaniu „**BIEGUNI**”: *„Większość notatek robiłam w ciągu 3 lat w podróży, ale nie jest to książka o podróży. Nie ma w niej opisów zabytków i miejsc. Nie jest to dziennik podróży, ani reportaż. Chciałam raczej przyjrzeć się temu, co to znaczy podróżować, poruszać się, przemieszczać. Jaki to ma sens? Co nam to daje? Co to znaczy?”*

Takie spojrzenie na swoją literacką wędrówkę i Drogi pokonywane w dotychczasowym życiu, doprowadziło Olgę do krain Człowieka opowiedzianych w „**Księgach Jakubowych**” i do Nagrody Nobla w dziedzinie literatury (2018).

Jestem w podobnym nastroju i chcę opowiedzieć historię **mojego ŚWIATA, mojego ŻYCIA i moich DZIAŁAŃ** – będących wkładem w budowę Świata i na tym tle także mojej „44-letniej” biografii. Wymyśliłem formułę peregrynacji, czyli Wędrowca w Drodze przez Świat budującego swoją biografię na konkretnych działaniach. Trudno jednak samemu opisywać siebie, wartościować, oceniać, robić rankingi, analizy i porównania. Same dokumenty w archiwum domowym i suche fakty nie wystarczą, bo są jednowymiarowe – nie pokazują emocji, empatii innych ludzi, czy efektów osiągniętych w różnych odsłonach czasowych. Ja zawsze starałem się w życiu, aby za moimi działaniami stały emocje, a także oceny innych ludzi, które dane było mi zobaczyć.

Z widzenia **MOJEGO ŚWIATA** wynikają fakty składające się na **MOJE ŻYCIE**, którego temperatura, impulsywność i kreacje są ciągle budowane na podstawie **MOICH DZIAŁAŃ** oraz ich efektywności – ekonomicznej, społecznej i osobowościowej.

W **MOICH DZIAŁANIACH** zawsze stawiam na intuicję i kreację chwili, ale żeby to przynosiło wymierne korzyści i tworzyło standardy wartości chwili; **DZISIAJ, JUTRO, POJUTRZE... KIEDYŚ**, a w reminiscencji końcowej życia **ZAWSZE** – muszą być oparte o mądrą **FILOZOFIĘ BYCIA W ŻYCIU**.

Filozofię, którą budowałem całym sobą, zarówno w wymiarze fizycznego działania, jak i intelektualnej wrażliwości, ale przede wszystkim - uskrzydleniu mojego alter ego, czyli wewnętrznego oglądu mojego Jestestwa. Łatwo jest stworzyć definicję takiej FILOZOFII BYCIA W ŻYCIU, trudniej jest ją upraktyczyć, a jeszcze trudniej być jej wiernym w wędrówce przez życie i przy pokonywaniu różnych problemów, jakie niesie **CODZIENNOŚĆ** i ciągła **niepewność JUTRA**. Potrzebna jest stała konstrukcja **IDEI WARTOŚCI**, a także konsekwencja w ich dotrzymywaniu.

Bardzo lubię czytać i rozmawiać za pomocą idei z Witoldem Gombrowiczem, a szczególnie inspirujący jest napisany przez niego „Przewodnik po filozofii w sześć godzin i kwadrans”.

Dla Gombrowicza świat obiektywny nie istnieje, jest niepoznawalny, jak noumen u Kanta. Każda istota ludzka od chwili, kiedy osiągnie świadomość siebie, stara się wnieść ład (Kosmos) w nieład (Chaos), który ma wokół siebie. Stara się odnaleźć dla siebie początek splątanego kłębaka miliardów wrażeń codziennie ją zalewających.

Przejście od Chaosu do Kosmosu, od bezwładnych przedziałów do subiektywnego ładu jest wręcz wpisane w naszą naturę. Każda jednostka tworzy rzeczywistość. Bardziej lub mniej konwencjonalnie. Potwierdzają to – zarówno wielcy filozofowie, jak Arystoteles, Kant, Hegel, Schopenhauer, Nietzsche, Heidegger, czy Sartre, jak i inni wielcy Mózgowcy tego świata – Einstein, Edison, Skłodowska, Kopernik...

Wspólna puenta dla wszystkich przemyśleń i teorii – najważniejsza prawda naszych czasów, która winna jednoczyć, integrować i tworzyć nową jakość **CZŁOWIEKA i WĘDROWCA XXI wieku** brzmi tak:

***„Żyjemy na małej, samotnej i wrażliwej planecie.
I jest ona wszystkim, co mamy”.***

Taki widok z Kosmosu to kwintesencja człowieczeństwa i jego ziemskiej planety. To puenta, która winna przerażać, ale przede wszystkim inspirować do działania. Obrony tej planety dla człowieka, bo życie na innej jest dzisiaj niemożliwe.

Przynajmniej NA RAZIE!

Po tych intelektualnych **PEREGRYNACJACH** – po **MOIM ŚWIECIE** czas na wskazanie **MOICH DZIAŁAŃ**, które tworzą **MOJE ŻYCIE – MOJĄ BIOGRAFIĘ 44**. Zaczę od 10 najważniejszych **PROJEKTÓW**, tworzących **MOJĄ BIOGRAFIĘ 44**.

Oto one:

→ **POZYCJA PIERWSZA:**

Światowe Forum Mediów Polonijnych (1993-2012); 20 edycji

To największy, najbardziej prestiżowy i co najważniejsze, realizowany w trybie ciągłym przez dwadzieścia lat projekt w dziedzinie mediów w wymiarze międzynarodowym, obejmującym dziennikarzy polskich pracujących poza krajem w kilkudziesięciu krajach świata.

Organizatorami Forum byli: **Wojewódzki Ośrodek Kultury w Tarnowie** (1993-1995), **Tarnowska Agencja Rozwoju Regionalnego S.A.** (1996-1998) i **Małopolskie Forum Współpracy z Polonią** (1999-2012).

Jako pomysłodawca i twórca Forum, a także Dyrektor Biura Organizacyjnego od samego początku miałem wsparcie i pomoc od wielu osób, wśród których pragnę wymienić: **Jolanę Kwiek** – członka kierownictwa wszystkich wymienionych organizatorów Forum i zastępcę Biura Organizacyjnego Forum ds. marketingu, **Małgorzatę Sajdak** – także członek kierownictwa wszystkich wymienionych organizatorów Forum i zastępcę Dyrektora Biura Organizacyjnego Forum ds. organizacyjnych, **Dorotę Kostur** – prowadzącą sekretariat Biura Organizacyjnego Forum, **Iwonę Surman** – plastyka, projektanta wszystkich plakatów, gadżetów i scenografii Forum, **Halinę Wojtanowską** – Dyrektora Biura Prasowego Forum, **Józefa Komarewicza** – rzecznika prasowego Forum, **Magdalenę Lis** – zastępcę rzecznika prasowego Forum, **Tomasza Łakoma** – fotoreportera i redaktora TV Forum, **Zdzisława Srokę** – Prezesa Zarządu Polskiego Stowarzyszenia Prasy Lokalnej (PSPL) w Krakowie, który współtworzył Forum od samego początku.

Jak: **Maciej Roślicki, Zbigniew Zbróg, Henryk Cyganik, Regina Cyganik, Kaja Cyganik, Kamil Cyganik, Jerzy Skrobot, Halina Bednarenko, Janusz Szlehta, Stanisław Rokosz, Marian Zalewski, Stanisław Początek, Aleksander Fiszer, Krzysztof Wasa.**

Forum to także Wielka Dziennikarska Rodzina, tworzona przez kilkuset dziennikarzy z kilkudziesięciu krajów świata, wśród których najbardziej aktywni byli: Jadwiga Hafner (Austria), Janina Osses-Frei (Austria), Leokadia Komaiszko (Belgia), Czesława Rudnik (Czechy), Otilie Tobolova (Czechy), Helena Zamorska (Dania), Małgorzata Malewska-Malek (Egipt), Jadwiga Dąbrowska (Francja), Anna Piskor (Francja), Beata

Żółkiewicz-Siakantaris (Grecja), Zofia Schroten-Czerniejewicz (Holandia), Agnieszka Buda-Rodriguez (Kanada), Ilona Girzewska (Kanada), ks. Krzysztof Kutylowicz (Kazachstan), Anna Zaleska-Saleh (Liban), Renata Butkiewicz (Litwa), Romuald Mieczkowski (Litwa), Romuald Bykowski (Łotwa), Helena Usowa (Mołdawia), Agata Lewandowski (Niemcy), Brygida Gołęciowska (Niemcy), Marianna Klonn (Niemcy), Zbigniew Kostecki (Niemcy), Aleksander Bogolubow (Rosja), Czesław Błasik (Rosja), Jolanta Tancić (Serbia), Małgorzata Wojcieszewska (Słowacja), Tadeusz Urbański (Szwecja), Irena Bonitenko (Ukraina), Anna Gordijewska (Ukraina), Teresa Pakosz (Ukraina), Mirosław Panteluk (Ukraina), Zbigniew Banaś (USA), Teresa Barankiewicz (USA), Grzegorz Heromiński (USA), Maria Mirecka-Loryś (USA), Zbigniew Ringer (USA), Alicja Nagy (Węgry), Krzysztof Chowaniec (Wielka Brytania), Teresa Zagórska (Wielka Brytania).

Forum otaczali opieką i wspierali także przedstawiciele władz publicznych krajowych i samorządowych: Prezydenci RP: **Ryszard Kaczorowski** – Prezydent na Uchodźstwie, **Lech Wałęsa**, **Aleksander Kwaśniewski**, **Bronisław Komorowski**; Premierzy: **Waldemar Pawlak**, **Leszek Miller**, **Donald Tusk**; Marszałek Sejmu – **Józef Zych**, Marszałkowie Senatu RP: **Bogdan Borusewicz**, **Alicja Grześkowiak**; Prymasi Polski: **kard. Józef Glemp**, **abp Henryk Muszyński**, **abp Wojciech Polak**, a wcześniej **abp Józef Życiński** – Biskup Tarnowski i Lubelski, Przedstawiciel Episkopatu Polski ds. Polonii; Wojewodowie: **Wiesław Woda** – Wojewoda Tarnowski, **Ryszard Masłowski** – Wojewoda Małopolski, **Ryszard Półtorak** – Wicewojewoda Tarnowski, a później Wicewojewoda Małopolski; Prezydenci Miasta Tarnowa: **Mieczysław Bień**, **Ryszard Ścigala**, **Roman Ciepiela**, a także **Maciej Klimczak** – Podsekretarz Stanu w Kancelarii Prezydenta RP, **Jacek Majchrowski** – Prezydent Krakowa, **Teresa Kubas-Hul** – Przewodnicząca Sejmiku Województwa Podkarpackiego; **Zdzisław Zarębski** – Prezes Zarządu Kopalni Soli w Wieliczce, **Tadeusz Skoczek** – Wiceprezes Zarządu TVP S.A., **Jan Wronowski** – szef Oddziału TVP w Tarnowie i wielu, bardzo wielu innych samorządowców, przedsiębiorców, dziennikarzy, artystów i ludzi kultury...

Forum, to także największe Partnerstwo Publiczno-Prywatne (PPP), tworzone każdego roku przez dziesiątki samorządów terytorialnych, instytucji publicznych, firm, instytucji kultury, organizacji pozarządowych, banków i innych darczyńców, którzy tworzyli coroczne budżety Forum. Wśród nich m.in.: Kopalnia Soli „Wieliczka” Trasa Turystyczna Sp. z o.o., Ceramika Paradyż Sp. z o.o., POLKOMTEL S.A., Polskie Linie Lotnicze LOT S.A., Polski Koncern Naftowy ORLEN S.A., Telekomunikacja Polska S.A., Firma Oponiarska Dębica S.A., Okocimskie Zakłady Piwowskie S.A. w Brzesku, Bank Przemysłowo-Handlowy S.A., Bank PEKAO S.A., Kredyt Bank PBI, Firma ROLESKI, Agencja Mienia Wojskowego, PROKOM SOFTWARE S.A., Zakład Przemysłu Tytoniowego w Krakowie, Powszechny Zakład Ubezpieczeń S.A.,

OPTIMUS Sp. z o.o., Zakłady Zmechanizowanego Sprzętu Domowego „Zelmer”, Zakłady Mięsne S.A. MIĘSTAR w Tarnowie, Krośnieńskie Huty Szkła KROSNO S.A., Państwowe Przedsiębiorstwo Totalizator Sportowy, Towarzystwo Ubezpieczeń i Reasekuracji WARTA S.A., Krakowskie Zakłady Farmaceutyczne POLFA, Miraculum Sp. z o.o., Lubelskie Zakłady Energetyczne S.A., Zakład Lecznicy „Uzdrowisko Nałęczów S.A., POLMOS Lublin, Grupa LOTOS, Zarząd Morskiego Portu Gdańsk S.A., BRUK-BET, Fundacja CEPELIA, EKO-MILK Łapanów, Zakład Butelkowania Wody Mineralnej PIWNICZANKA, TAURON Polska Energia, Uzdrowisko POŁCZYN S.A.

Forum to także prestiżowe międzynarodowe nagrody i wyróżnienia, takie jak: **FIDELIS POLONIAE** dla osób wybitnych za zasługi dla Polski w skali świata, **POWROTY DO ŹRÓDEŁ** – międzynarodowy konkurs literacki o małych ojczyznach – miejscach pochodzenia i urodzin dziennikarzy polonijnych i polskich, pracujących poza granicami kraju.

Forum to wreszcie Wydawca jedyne w historii świata dziennika „**Wici Polonijne**”, który wychodził przez dwadzieścia lat codziennie w trakcie kolejnych edycji FORUM.

→ **POZYCJA DRUGA:**

Nagroda „USKRZYDLONY” (1988-2012); 24 edycje

Po raz pierwszy nagroda została przyznana w 1988 r. Wówczas wyróżniono nią sześć osób w dwóch kategoriach – kultura i media.

Pomysł promowania ludzi związanych z kulturą powstał w Wojewódzkim Ośrodku Kultury w Tarnowie, kierowanym przeze mnie (1986-1995). Praktycznie od początku honorowani tym wyróżnieniem byli także menedżerowie, działacze samorządowi oraz dziennikarze. W momencie powstania Tarnowskiej Agencji Rozwoju Regionalnego S.A., kontynuującej misję WOK w dziedzinie kultury, „Uskrzydłony” stał się nagrodą za indywidualny wkład w dzieło rozwoju regionu tarnowskiego przyznawaną w pięciu kategoriach: kultura, samorząd lokalny, gospodarka, promocja, media.

Od 2000 r. „Uskrzydłony” był przyznawany przez kapitułę powoływaną corocznie przez Radę Fundatorów Tarnowskiej Fundacji Kultury w ośmiu kategoriach:

- **KULTURA**
- **SAMORZĄD TERYTORIALNY**
- **MEDIA**
- **ROZWÓJ I PROMOCJA REGIONU**
- **ORGANIZACJE POZARZĄDOWE**
- **INTEGRACJE EUROPEJSKA**

- **FIRMY KREUJĄCE ROZWÓJ MAŁOPOLSKI I PODKARPACIA**
- **PROMOCJĘ POLSKI W EUROPIE I W ŚWIECIE**

Uskrzydłony musi być osobą otwartą na ludzi, wykonującą swoją pracę nie licząc na korzyści materialne, człowiekiem spełnionym zawodowo, pasjonatem swojej pracy i zarażającym tą pasją innych – stwierdza najdłuższy i najbardziej twórczy prezes zarządu Tarnowskiej Fundacji Kultury – Lucyna Krupa (1989-2014). Statuetkę otrzymują nie tylko osoby, które zajmują się pracą na rzecz regionu zawodowo, ale również ludzie prości, którzy mają potrzebę pracy na rzecz swojego środowiska. W ostatnich latach wyróżnienia otrzymały także firmy, które są mecenasami w swoim regionie. Jest to szczególnie cenne z uwagi na to, że czynią to bezinteresownie, dlatego takie działania trzeba pielęgnować.

Statuetka „Uskrzydłonego”, to dzieło artysty rzeźbiarza Stefana Niedorezo, przypomina Ikarą. Każda statuetka „Uskrzydłonego” ma swój numer, do którego dołączona jest karta z imieniem i nazwiskiem wyróżnionej osoby. Prowadzona była również dokumentacja „Uskrzydłonych” w postaci kroniki ze zdjęciami i wpisami laureatów i osób uczestniczących w uroczystości wręczenia nagrody.

- **POZYCJA TRZECIA:**

Ogólnopolska Konferencja Liderów Kultury – Zakopane (1999-2012) – 27 edycji

Organizator: Tarnowska Fundacja Kultury

- **POZYCJA CZWARTA:**

Ogólnopolski Sejmik Mediów Lokalnych i Samorządów (1990-2015) – 20 edycji

**Organizatorzy: Wojewódzki Ośrodek Kultury w Tarnowie,
Tarnowska Agencja Rozwoju Regionalnego S.A.,
Małopolskie Forum Współpracy z Polonią,
Stowarzyszenie MEDIA POLANIE,
Instytut Strategii i Współpracy InterCHARRETTE Sp. z o.o.**

- **POZYCJA PIĄTA:**

Europejskie Forum Kultury (2001-2011) – 5 edycji

Organizator: Tarnowska Fundacja Kultury

→ **POZYCJA SZÓSTA:**

**Międzynarodowe Wirtualne Targi Internetowe
eGALAKTYKA.pl (2008-2017)**

Organizator: Firma Marketingowa HEKTOR Sp. z o.o.

→ **POZYCJA SIÓDMA:**

**Krajowy Kongres Ekologiczny EKO-MED
(1994-1997) – 4 edycje**

Organizator: Wojewódzki Ośrodek Kultury w Tarnowie

→ **POZYCJA ÓSMA:**

OBYWATEL 2.0 – Działam i pomagam (2013-2014)

Organizator: Stowarzyszenie MEDIA POLANIE

→ **POZYCJA DZIEWIĄTA:**

Dom Mediowy HEKTOR W DRODZE (1992-2012)

Organizator: Firma Marketingowa HEKTOR Sp. z o.o.

→ **POZYCJA DZIESIĄTA:**

**Akcje metodyczne: WOK W GMINIE i PANORAMA
KULTURALNA GMIN (1986-1995)**

**Organizator: Wojewódzki Ośrodek Kultury w Tarnowie
Tarnowska Agencja Rozwoju Regionalnego S.A.**

W jedenastym wydaniu tomu rapiałów – prezentuję dwa pierwsze projekty tj.:
ŚWIATOWE FORUM MEDIÓW POLONIJNYCH i Nagroda USKRZYDLONY.
Traktuję to, jako pierwszą prezentację moich DZIAŁAŃ, które tworzą moje ŻYCIE
– są esencją mojej BIOGRAFII 44.

Zaprezentowany ranking nie jest ani kompletny, ani ostateczny. To także pierwsza próba
uszeregowania moich DZIAŁAŃ. Sam jestem ciekaw, jak zostanie przyjęta i oceniona.

Powtórzę zatem w tym miejscu za naszą kolejną noblistką tyle, że wcześniejszą i w innej dziedzinie niż Olga Tokarczuk, czyli za Marią Skłodowską-Curie:

„Nikommu z nas życie, zdaje się, bardzo łatwo nie idzie, ale cóż robić, trzeba mieć odwagę i głównie wiarę w siebie, w to, że się jest do czegoś zdolnym i że do tego czegoś dojść potrzeba. A czasem wszystko się pokieruje dobrze, wtedy kiedy najmniej się człowiek spodziewa...”.

I tej myśli będę się trzymał w swoich PEREGRYNACJACH po moim ŚWIECIE, oraz po moich DZIAŁANIACH, które tworzą moje ŻYCIE ... przynajmniej NA RAZIE.

HEKTOR Stanisław Lis

Tarnów, 30 grudnia 2020 r.

ANTRAKT 2

Kreacja innowacyjności i wartości w wymiarze Gospodarki 4.0

2.1. FILOZOFIA INNOWACYJNEJ – WIZJONERSKIEJ ORGANIZACJI

BUDUJ ZEGARY, ZAMIAST BIERNIE ODCZYTYWAĆ CZAS

On ciągle budował. To było najważniejsze. Budował i budował. Nigdy się nie zatrzymywał i nie spoglądał wstecz. Nie było temu końca. Tak powstała ta instytucja. (...) W ostatecznym rozrachunku największym dziełem Walta Disneya była firma Walt Disney.

Richard Schicke, The Disney Version

W pełni skoncentrowałem się na budowaniu najlepszej firmy handlu detalicznego, jaką tylko mogłem stworzyć. I tyle. Gromadzenie osobistej fortuny nigdy nie było dla mnie szczególnie ważne.

Sam Walton, założyciel sieci supermarketów Wal-Mart

Wyobraź sobie, że spotykasz człowieka, który ma zadziwiającą zdolność: może o każdej porze dnia lub nocy spoglądać na słońce albo na gwiazdy i bezbłędnie odczytywać dokładną datę oraz czas. Na przykład: „Jest 23 kwietnia 1401 roku, godzina 2.36 i 12 sekund”, ten człowiek jest doskonały w odczytywaniu czasu. Robi to tak dobrze, że prawdopodobnie chyliłbyś przed nim czoło, ale czy ten człowiek nie zdumiewałby jeszcze bardziej, gdyby zamiast odczytywać czas, *zbudował zegar*, który pokazywałby dokładny czas w nieskończoność, nawet na długo po śmierci swojego budowniczego?

DROGOWSKAZ WIZJONERA

Odrzuć tyranię „ALBO” (i zastąp ją geniuszem „ORAZ”)



W wielu miejscach używamy symbolu Yin i Yang, który zaczerpnięty jest z chińskiej filozofii dualistycznej. Ten symbol reprezentuje kluczowy aspekt myślenia w wizjonerskich firmach. Te firmy nie ulegają obsesji nazywanej przez nas tyranią „ALBO” – racjonalnemu pogładowi mówiącemu, że nie da się połączyć w jedną całość dwóch przeciwstawnych sił, ponieważ, jak się wydaje, byłby to paradoks. Tyrania „ALBO” skłania ludzi do wierzenia, że można mieć „A” albo „B”, ale nie można mieć *jednego i drugiego*.

Ludzie ulegający tyrani „ALBO” mówią:

- ➔ „Możesz mieć zmiany ALBO stabilność”
- ➔ „Możesz być konserwatywny ALBO odważny”
- ➔ „Możesz mieć niskie koszty ALBO wysoką jakość”
- ➔ „Możesz mieć autonomię sprzyjającą twórczej pracy ALBO ścisłą kontrolę i powtarzalne rezultaty”
- ➔ „Możesz zainwestować w przyszłość ALBO mieć dobre wyniki krótkookresowe”
- ➔ „Możesz się rozwijać przez metodyczne planowanie ALBO przez spontaniczne wykorzystywanie okazji”
- ➔ „Możesz pracować na bogactwo dla akcjonariuszy ALBO robić to, co dobre dla świata”
- ➔ „Możesz być idealistą i kierować się wartościami ALBO być pragmatykiem i działać dla zysku”

Wizjonerskie firmy wyzwalają się z tyrani „ALBO”, sięgając po geniusz „ORAZ” – zdolność łączenia przeciwieństw w wielu wymiarach decyzyjnych. Zamiast wybierać „A” ALBO „B”, znajdują sposób na to, żeby mieć „A” ORAZ „B”.

Z JEDNEJ STRONY:		ALE Z DRUGIEJ STRONY:
Cel wykraczający poza maksymalizowanie zysku	ORAZ	Pragmatyczne realizowanie zysku
Stosunkowo stała rdzenna ideologia	ORAZ	Energiczne zmiany i parcie do przodu
Konserwatyzm w odniesieniu do rdzennej ideologii	ORAZ	Odważne i ryzykowne decyzje

WIĘCEJ NIŻ ZYSK

Nasze podstawowe zasady pozostają nienaruszone od czasu, kiedy ustalili je założyciele. Odróżniamy rdzenne wartości od praktyk. Rdzenne wartości są stałe, a praktyki mogą się zmieniać. Wciąż jest dla nas jasne, że zysk – jak ważny by nie był – nie jest powodem istnienia Hewlett-Packard Company. Powody istnienia tej organizacji są bardziej fundamentalne. John Young, były dyrektor zarządzający Hewlett-Packard, 1992

Nasz biznes to chronienie i ulepszanie ludzkiego życia. Wszystkie nasze działania muszą być temu podporządkowane. Merck & Company, Internal Management Guide, 1989

W Fordzie magiczne było to, że przedkładano ludzi i produkty nad zysk.

Don Petersen, były dyrektor zarządzający, Ford, 1994

Wizjonerskie firmy też dążą do zysku. Ale oprócz tego realizują szersze i bardziej znaczące idee. Zysk nie jest dla wizjonerskich organizacji priorytetem, a mimo to osiągają one swoje cele w sposób zyskowy. Łączą *jedno z drugim*.

Rentowność jest dla wielu wizjonerskich firm warunkiem koniecznym istnienia i środkiem do realizacji ważniejszych celów, ale nie celem samym w sobie. Zysk jest jak tlen, żywność, woda i krew – pozwala istnieć, ale nie jest celem życia.

WIELKIE, RYZYKOWNE I ŚMIAŁE CELE

Dużo lepiej jest zdobywać się na śmiałe czyny i dążyć do triumfu w chwale, nawet kosztem porażek, niż snuć się wśród ludzi o ubogich duszach, którzy nie potrafią w pełni cieszyć się ani cierpieć, bo żyją w szarym cieniu, gdzie nie ma ani zwycięstw, ani porażek.

Theodore Roosevelt, 1899

Pracowaliśmy jak szaleni [aby osiągnąć nasze cele]. Nie było w nas strachu i dlatego mogliśmy zrobić coś niesamowitego.

Masaru Ibuka, założyciel firmy Sony, 1991

Spośród wszystkich rzeczy, jakie zrobiłem, najważniejsze jest połączenie talentów tych, którzy dla nas pracują i nakierowanie ich na jeden wspólny cel.

Walter Elias Disney, założyciel firmy Walt Disney, 1954

SPRÓBUJ WIELU RZECZY I ZATRZYMAJ TE, KTÓRE COŚ DAJĄ

Dla mojej wyobraźni daleko bardziej przekonujące jest twierdzenie, że [gatunek dobrze przystosowany] to nie taki, który jest szczególnie hojnie obdarowany przez naturę i wytworzył nadzwyczajny instynkt, ale taki, który krok po kroku doskonali się tak, jak wszystkie byty organiczne. Prawo rządzące tym procesem doskonalenia brzmi: mnoż się i różnicuj, a najsilniejszy przetrwa, najsłabszy zaś umrze.

Charles Darwin, „O pochodzeniu gatunków”, 1859

Nasza firma potknęła się na niektórych nowych produktach. Ale nigdy nie zapominamy, że potknąć się można tylko wtedy, kiedy jest się w ruchu.

Richard P. Carlton, były dyrektor zarządzający 3M Corporation, 1950

Naszym najważniejszym produktem jest porażka.

R.W. Johnson junior, były dyrektor zarządzający Johnson & Johnson, 1954

NIGDY NIE BYĆ WYSTARCZAJĄCO DOBRYM

Nie ograniczaj się do bycia lepszym od rówieśników i poprzedników. Staraj się być lepszy od samego siebie.

William Faulkner

Ludzie zawsze mówili mojemu ojcu: „Brawo, naprawdę nieźle ci to wyszło. Teraz możesz odsapnąć”. A on odpowiadał: „Nie, nie. Muszę być na pełnych obrotach i robić to jeszcze lepiej”. J. Willard Marriott junior, przewodniczący rady nadzorczej Marriotta, 1987

Wizjonerska firma nie pyta: „*Jak dobrze nam idzie?*”, „*Co mamy zrobić, żeby szło nam dobrze?*” ani „*Jak dobrze musimy działać, żeby sprostać konkurentom?*”. Wizjonerska firma pyta: „*Jak jutro możemy być lepsi niż dziś?*”. Wizjonerska firma instytucjonalizuje to pytanie – zadawanie go i poszukiwanie na nie odpowiedzi wchodzi w nawyk jej pracownikom i wyznacza ich sposób działania. Dobre wykonywanie zadań i osiąganie ponadprzeciętnych wyników to w wizjonerskiej firmie nie ostateczny cel, ale nieunikniony rezultat nigdy nie kończącego się samodoskonalenia i inwestowania w przyszłość. W wizjonerskiej firmie nie ma czegoś takiego jak linia mety, do której można dotrzeć i zatrzymać się. Nie ma miejsca na rozprężenie po osiągnięciu sukcesu. Nie ma takiego poczucia, że na którymś etapie rozwoju można przestawić się na tryb bierny i żyć z owoców wcześniej wykonanej pracy.

Wizjonerskie firmy są wobec siebie szalenie wymagające. Właśnie dlatego prosperują wyjątkowo dobrze – a nie dlatego, że odkryły jakąś magiczną tajemnicę sukcesu.

KONIEC POCZĄTKU

To nie koniec. To nawet nie jest początek końca.

Ale być może jest to koniec początku.

Winston S. Churchill

Na przestrzeni ostatnich kilkudziesięciu lat wśród korporacji stało się modne poświęcanie niezliczonej ilości roboczogodzin i inwestowanie potężnych kwot w formułowanie górnolotnych wizji, wartości, misji, celów, aspiracji, zamierzeń i tak dalej. Takie deklaracje nie są niczym złym i często okazują się przydatne. Rzecz w tym, że to nie one są esencją wizjonerskiej firmy. *Fakt, że firma posiada uroczystą deklarację wizji (albo*

coś w tym rodzaju), w żaden sposób nie zapewnia jej statusu wizjonerskiej organizacji! Najważniejszym krokiem w budowaniu wizjonerskiej organizacji jest sformułowanie takiej deklaracji, będzie to oznaczać, że nie zrozumieliśmy się. Sformułowanie wizji może być *co najwyżej* pierwszym krokiem na tej drodze.

Esencją wizjonerskiej firmy jest mechanizm przekładania rdzennej ideologii i idei dążenia do postępu na *wszystko*, co organizacja robi – na jej cele, strategię, taktyki, polityki, procesy, kulturę, praktyki, zachowania menedżerów, planowanie, system wynagradzania, system księgowy i organizację pracy. Wizjonerska firma kreuje środowisko, które ukierunkowuje pracowników, bombardując ich spójną wiązką wzajemnie wzmacniających się sygnałów, tak że pracownikom trudno byłoby nie zrozumieć ideologii i ambicji organizacji.

BUDOWANIE WIZJI

Wizja stała się jednym z najczęściej nadużywanych słów w naszym języku. Kiedy słyszymy „wizja”, nasuwają nam się bardzo różne skojarzenia. Myślimy o niezwykłych osiągnięciach. Myślimy o głęboko zakorzenionych wartościach, które wiążą jednostki w jedno społeczeństwo. Myślimy o śmiałych, odważnych celach, które nas elektryzują. Myślimy o czymś ulotnym, jak przyczyny istnienia organizacji. Myślimy o czymś, co sięga w głąb nas i skłania do wielkiego wysiłku. Myślimy o marzeniach: o tym, kim chcemy być. I w tym właśnie problem. Wszyscy wiemy, że wizja jest czymś ważnym. Ale czym dokładnie?

Dobrze sformułowana wizja składa się z dwóch części: *rdzennej ideologii* i *wizualizowanej przyszłości*. Wynika to bezpośrednio z koncepcji „chronić rdzeń i stymuluj postęp”. Dobra wizja bazuje na interakcji dwóch wzajemnie uzupełniających się sił: yin i yang. Ona określa „czym jesteśmy i dlaczego istniejemy”. Łączy to, co nigdy się nie zmienia (rdzenną ideologię) z tym, „do czego aspirujemy, co chcemy osiągnąć i stworzyć”, czyli ze zmianami i postępem prowadzącymi do przyszłości zgodnej z wizją.

Chronić wizję, znaczy uspójniać aspekty organizacyjne i strategię firmy z rdzenną ideologią tak, żeby stymulować dążenie do wizualizowanej przyszłości. Spójność jest tym, co ożywia wizję i przekuwa dobre intencje w rzeczywistość.

2.2. STRATEGIA BŁĘKITNEGO OCEANU, JAKO PODSTAWA TRANSPARENTNOŚCI MYŚLENIA STRATEGICZNEGO

STRATEGIA BŁĘKITNEGO OCEANU (ang. *Blue Ocean Strategy*) – jedna ze strategii zajmowania rynków przez przedsiębiorstwa. Autorami pojęcia są W. Chan Kim i Renée Mauborgne związani z francuską wyższą szkołą biznesu INSEAD, a opisane ono zostało w wydanej w 2005 roku książce pt. *Blue Ocean Strategy*. Koncepcja strategii błękitnego oceanu jest pewnego rodzaju przeciwwagą dla strategii czerwonego oceanu (czyli zajmowania tych rynków, które są już zagospodarowane).

Podstawą definicji "błękitnego oceanu" jest kreowanie przez przedsiębiorstwa wolnej i niezagospodarowanej jeszcze przestrzeni rynkowej. Dzięki temu konkurencja przestaje być istotna oraz przedsiębiorstwa wykorzystują w pełni innowacyjność do kształtowania swojej pozycji. Istotą tej strategii jest innowacja wartości, której celem jest koncentrowanie się na wytwarzaniu nowych wartości dla klientów i własnego przedsiębiorstwa.

NOWA PRZESTRZEŃ RYNKOWA TWORZONA PRZEZ BŁĘKITNE OCEANY

Cirque du Soleil osiągnął sukces, ponieważ zrozumiał, że aby wygrać przyszłość, firmy muszą przestać konkurować ze sobą. Jedynym sposobem pokonania konkurencji jest zaprzestanie prób jej pokonania.

Aby zrozumieć, co osiągnął Cirque du Soleil, wyobraźmy sobie rynkowy wszechświat zbudowany z dwóch oceanów. Czerwone oceany reprezentują branże dziś istniejące. To znana przestrzeń rynkowa. Błękitne oceany oznaczają branże dziś *nie* istniejące. To nieznaną przestrzeń rynkową.

W czerwonych oceanach granice branży są określone i przyjęte, a reguły gier konkurencyjnych znane. Tutaj firmy starają się prześcignąć swoich rywali i zagarnąć większą część istniejącego popytu. W miarę jak przestrzeń rynkowa staje się coraz bardziej zatłoczona, perspektywy zysku i wzrostu są coraz bardziej ograniczone. Produkty stają się standardowymi towarami, a konkurencja na śmierć i życie zamienia czerwony ocean w morze krwi.

Z kolei błękitne oceany są określane, jako niewykorzystana przestrzeń rynkowa, kreowanie popytu i szansa na zyskowy wzrost.

Niektóre błękitne oceany są wprawdzie kreowane poza istniejącymi granicami branż, jednak większość jest tworzona z części czerwonych oceanów poprzez rozszerzanie granic istniejących branż, tak jak to zrobił Cirque du Soleil. W błękitnych oceanach konkurencja

jest nieistotna, ponieważ reguły gry mają dopiero zostać ustalone. Pomyślnie przepłynięcie czerwonego oceanu i zdystansowanie rywali zawsze będzie ważne.

Czerwone oceany zawsze będą miały znaczenie i zawsze będą faktem w życiu gospodarczym. Ale gdy podać przewyższa popyt w coraz większej liczbie branż, konkutowanie o udział w kurczącym się rynku będzie konieczne, ale niewystarczające dla utrzymania wysokiego poziomu osiągnięć.

Firmy muszą wyjść poza ramy konkutowania. Aby zgarnąć dla siebie nowe zyski i nowe szanse rozwoju, powinny kreować błękitne oceany. Niestety, błękitne oceany są przeważnie nieznane. Dominującym kierunkiem strategii działania w ciągu dwudziestu pięciu lat była strategia czerwonego oceanu, oparta na konkurencji.

Wynikiem tego jest dość dobre zrozumienie, jak umiejętnie konkutować w czerwonych wodach, poczynając od analizy podstaw struktury ekonomicznej istniejącej branży, poprzez wybór pozycji strategicznej opartej na niskich kosztach, zróżnicowaniu lub ukierunkowaniu po analizę porównawczą konkurencji.

Od czasu do czasu toczą się dyskusje na temat błękitnych oceanów. Niewiele jest jednak praktycznych wskazówek, jak je kreować. Bez ram analitycznych dla stworzenia błękitnych oceanów i reguł skutecznego zarządzania rynkiem tworzenie błękitnych oceanów przypomina myślenie życzeniowe uważane przez menedżerów za byt ryzykowne, by stać się obroną strategią.

A teraz przesunmy zegar o czterdzieści – albo nawet pięćdziesiąt – lat w przód i zadajmy sobie pytanie, jak wiele nieznanych dziś branż będzie najprawdopodobniej wtedy istniało. Jeśli historia jest w jakikolwiek sposób wyznacznikiem przyszłości, to odpowiedź brzmi: bardzo wiele.

Koncentracja na czerwonych oceanach jest zatem zaakceptowaniem głównych czynników ograniczających, charakterystycznych dla wojny – ograniczonego terenu i potrzeby pokonania wroga dla osiągnięcia sukcesu – i odrzuceniem wyjątkowego atutu świata biznesu: zdolności tworzenia nowych przestrzeni rynkowych, przestrzeni bezspornych i wolnych.

Za rosnącą koniecznością tworzenia błękitnych oceanów stoi kilka sił napędowych. Coraz szybszy postęp technologiczny istotnie poprawił produktywność w przemyśle i umożliwił dostawcom oferowanie niespotykanego dotąd wyboru produktów i usług.

Wszystko to sugeruje, że środowisko biznesowe, w którym powstała większość strategii i podejść dominujących w XX wieku, zaczyna zanikać. W miarę jak czerwone oceany są coraz bardziej krwawe, w zarządzaniu trzeba coraz silniej koncentrować się na błękitnych oceanach, choć kohorty dzisiejszych menedżerów są przyzwyczajone do czegoś zupełnie innego.

TWORZENIE STRATEGII BŁĘKITNEGO OCEANU

Pierwszą regułą strategii błękitnego oceanu jest rekonstrukcja granic rynku, pozwalająca oderwać się od konkurencji i stworzyć błękitne oceany. Ta reguła odnosi się do ryzyka poszukiwań nękającego wiele firm. Wyzwaniem jest znalezienie, niczym igły w stogu siana, istniejących możliwości, które komercyjnie stwarzają szanse na błękitne oceany. Jest to najważniejsze wyzwanie, ponieważ menedżerowie nie mogą pozwolić sobie na uprawianie hazardu, na intuicyjną budowę strategii albo przypadkowe błędzenie.

6 DRÓG BUDOWANIA STRATEGII BŁĘKITNEGO OCEANU:

Droga 1: Przyglądaj się alternatywnym branżom.

Droga 2: Przyglądaj się grupom strategicznym w branżach.

Droga 3: Przyglądaj się łańcuchom nabywców.

Droga 4: Przyjrzyj się ofertom komplementarnych produktów lub usług.

Droga 5: Przyjrzyj się czynnikom funkcjonalnym i emocjonalnym u nabywców.

Droga 6: Zobacz perspektywę czasową.

Teraz jesteśmy już gotowi, by rozpocząć proces budowy i planowania naszej strategii, posługując się tymi sześcioma drogami. Następnie zastanowimy się, jak zreformować proces planowania strategii, by skoncentrować się na szerokiej wizji i zastosować nasze własne pomysły w formułowaniu własnej strategii błękitnego oceanu.

CHARAKTERYSTYKA METODOLOGII „BŁĘKITNEGO OCEANU”

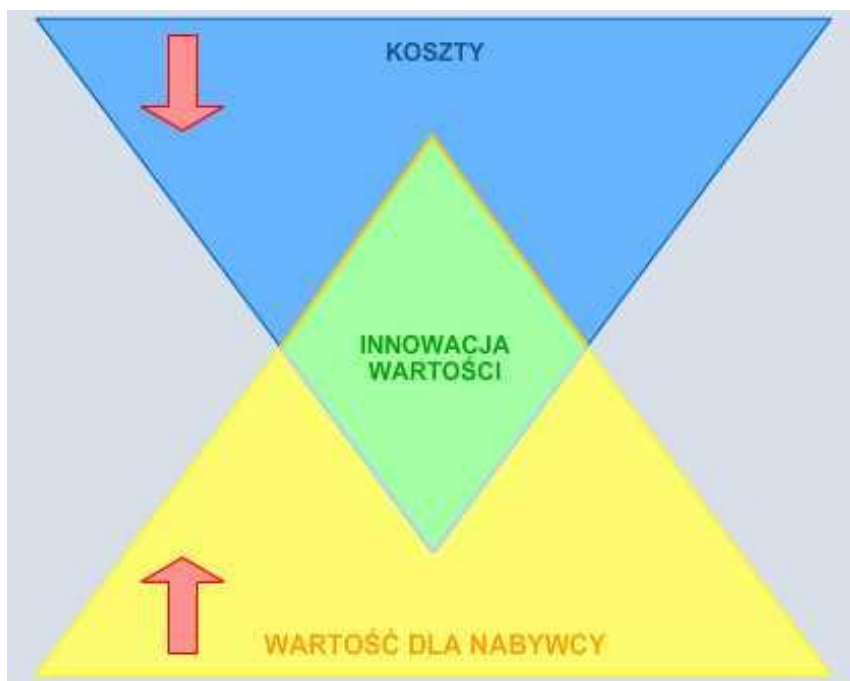
Szukanie pomysłu na innowację wartości

Strategia błękitnego oceanu polega na tym, że oszczędności kosztowe uzyskuje się, eliminując i ograniczając czynniki, które mają istotny wpływ na nasilanie konkurencji w branży. Wartość dla nabywcy natomiast jest podnoszona i tworzona dzięki wprowadzaniu nowych czynników, których branża wcześniej nie oferowała.

Z upływem czasu następuje dalsza redukcja kosztów, głównie dzięki efektowi skali. Efekt ten można osiągnąć, kiedy rynek zaakceptuje nową wartość dla nabywcy, co wyraża się rosnącą skalą wolumenu sprzedaży.

Schemat przedstawiający równoczesne dążenie do wyjątkowości i niskich kosztów przedstawiono na rysunku poniżej.

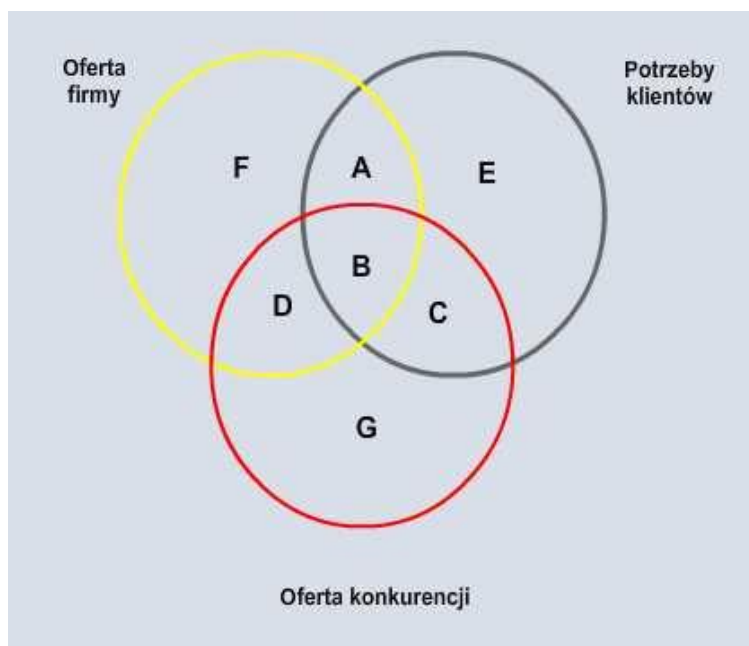
Rysunek 1. **Innowacja wartości strategią równoczesnego dążenia do wyjątkowości i niskich kosztów**



Źródło: Chan Kim, Mauborgne [2005, s. 36].

Ideę strategii błękitnego oceanu dobrze ilustruje schemat wiedzy strategicznej ukrytej w trzech okręgach zaprezentowany poniżej. Schemat ten obrazuje obecną sytuację firmy. Poszukiwanie „błękitnego oceanu” polega na eliminacji czynników z obszaru F+D (wartości kreowane przez firmę, których klienci nie potrzebują), redukcji czynników z obszaru B (obszar bez lidera rynkowego), wzmocnieniu czynników z obszaru A (obszar, w którym firma się wyróżnia) oraz stworzeniu nowej wartości dla nabywców na bazie nieuwzględnionych do tej pory czynników z obszaru E (biała przestrzeń, czyli potrzeby klientów, których nie zaspokajają żaden z rynkowych graczy).

Rysunek 2. Wiedza strategiczna ukryta w trzech okręgach



Źródło: Moore [2008, s. 72].

A – cechy wyróżniające firmę

B – obszary bez lidera rynkowego

C – cechy wyróżniające konkurencję

E – biała przestrzeń, czyli potrzeby klientów, których nie zaspokaja żaden w rynkowych graczy

D+F+G – wartości kreowane przez firmę i jej konkurencję, których klienci nie potrzebują

Zgodnie z tą koncepcją o przyszłych sukcesach firmy decydują obszary A+E. Tutaj firma powinna szukać pomysłów na innowacje i kształtować wyróżniające ją kompetencje. Natomiast z obszarów B+D, uznanych za czerwony ocean, firma powinna jak najszybciej się wycofać, zostawiając je konkurencji.

Różnica pomiędzy czerwonym i błękitnym oceanem

Przyjrzyjmy się bliżej strategiom obu oceanów: Strategii czerwonego oceanu (ang. *Red Ocean Strategy*) i strategii błękitnego oceanu (ang. *Blue Ocean Strategy*).

Istotą strategii błękitnego oceanu jest zajmowanie nowych rynków, czemu służy:

- **kreowanie nowych rynków**
- **kreowanie nowego popytu.**

Natomiast istotą strategii czerwonego oceanu jest rywalizacja na tych rynkach, które są już zagospodarowane.

Stąd wynika różna filozofia działania przedsiębiorstw realizujących różne strategie. Firmy czerwonego oceanu budują swoją pozycję, traktując inne przedsiębiorstwa ze swojej branży jako śmiertelnych wrogów, a rynek jako pole bitwy. Natomiast firmy błękitnego oceanu kierują się logiką innowacji – zamiast konkurować na już istniejącym ciasnym rynku, tworzą nowy.

Porównanie obu oceanu czerwonego i błękitnego przedstawiono w poniższej tabeli.

Tabela 1. Analiza porównawcza czerwonego i błękitnego oceanu

STRATEGIA CZERWONEGO OCEANU	STRATEGIA BŁĘKITNEGO OCEANU
Konkurowanie w istniejącej przestrzeni rynkowej	Tworzenie wolnej przestrzeni rynkowej
Zwalczanie konkurencji	Konkurencja przestaje być istotna
Wykorzystanie istniejącego popytu	Tworzenie i przechwytywanie nowego popytu
Kompromis między wartością i kosztami – zmusza do wyboru między inwestycją na zwiększanie udziałów w rynku a cięciem kosztów	Likwidacja potrzeby kompromisu między wartością i kosztami – sprawia, że możliwe staje się zdobywanie nowych udziałów w rynku przy zachowaniu niskich kosztów
Uporządkowanie systemu działań firmy zgodnie z jej strategicznym wyborem między wyjątkowością a niskimi kosztami	Uporządkowanie systemu działań firmy zgodnie z jej dążeniem do wyjątkowości i niskich kosztów
Supienie na tradycyjnej grupie klientów – zmusza do eksploatacji istniejącego popytu	Rozszerzenie docelowej grupy klientów – sprawia, że tworzy się nowy popyt

Źródło: Chan Kim, Mauborgne [2005, s. 38].

Narzędzia i schematy analityczne wykorzystywane w strategii błękitnego oceanu

Jak już wspomniano, istotą strategii błękitnego oceanu jest innowacyjna wartość, której celem jest dostarczenie klientom czegoś, czego nikt do tej pory im nie dostarczał, za cenę, która wcale nie musi być wysoka. W celu poszukiwania tej wartości autorzy proponują wykorzystać kilka narzędzi i schematów analitycznych. Są to: kanwa strategii, diagram czterech działań, cykl doświadczenia kupującego, mapa użyteczności dla nabywcy.

Kanwa strategii

Najważniejszym narzędziem pomagającym zrozumieć istotę nowej strategii – zaproponowanym przez autorów tej koncepcji – jest kanwa strategii.

Według nich kanwa strategii to „zarówno schemat diagnostyczny, jak i schemat działań zmierzających do zbudowania silnej strategii błękitnego oceanu. Służy ona dwóm celom. Po pierwsze, pozwala uchwycić aktualną sytuację w znanej przestrzeni rynkowej. Dzięki temu można zrozumieć, w co obecnie inwestuje konkurencja, jakie są najważniejsze czynniki konkurencji w branży ze względu na produkty, usługi i dostawy oraz co otrzymują klienci w ramach konkurencyjnej oferty na rynku”.

Schemat osnowy przygotowanej do sporządzenia kanwy strategii przedstawiono na rysunku poniżej.

Rysunek 3. Osnowa do sporządzenia kanwy strategii – wykres przestrzeni rynkowej



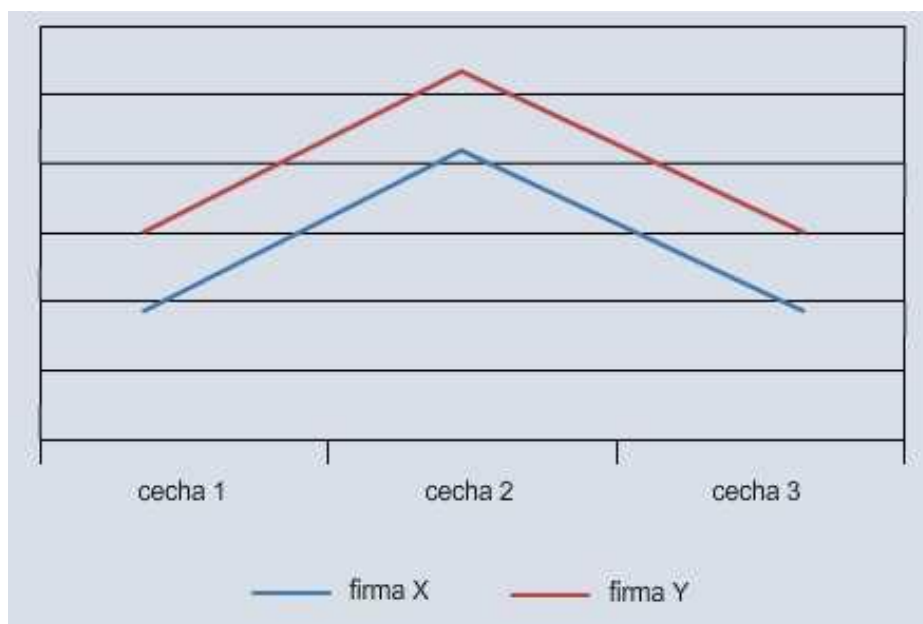
Źródło: opracowanie własne

Na tak przygotowaną osnowę należy nanieść krzywą wartości (sporządzić kanwę) obrazującą osiąganą przez firmę kluczowe czynniki konkurencyjności w branży dzięki realizowanej strategii, następnie krzywą wartości obrazującą kanwę strategii najbliższej konkurencji, można sporządzić również krzywą wartości dla branży (najczęściej realizowanej strategii w branży) oraz kanwę proponowanej przez firmę strategii poszukiwania pomysłu na strategię błękitnego oceanu.

Tak sporządzona kanwa strategii umożliwia firmom ocenić szanse na odniesienie sukcesu. Potrzebna jest do tego umiejętność czytania krzywych wartości. Na podstawie krzywej można ocenić wartość obecnie realizowanej przez przedsiębiorstwo i przyszłej strategii. Dzięki analizie krzywych wartości znajdujemy odpowiedzi na pięć ważnych dla przedsiębiorstw wdrażających strategię błękitnego oceanu pytań:

Czy propozycja firmy nie jest za bardzo zbliżona do propozycji konkurencji, a tym samym czy firmie nie grozi, że ugrzęźnie w czerwonym oceanie?

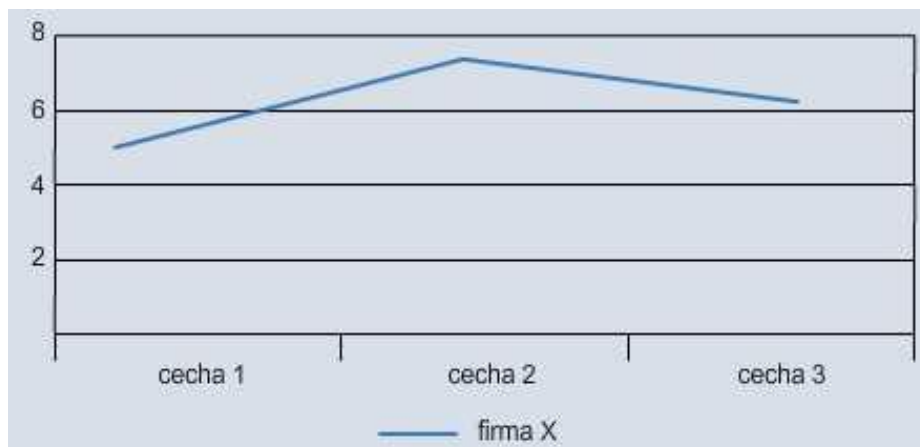
Rysunek 4. Profile firm zbliżone do siebie



Źródło: opracowanie własne

Czy propozycję firmy cechuje nadmierna podaż bez zwrotu? Czy jej udział w rynku i zyskowność odzwierciedlają te inwestycje? (Firma, chcąc stworzyć innowację wartości musi zdecydować, które cechy wyeliminować, które zredukować, a które wzmocnić oraz jakie stworzyć, aby jej krzywa wartości odbiegała od pozostałych).

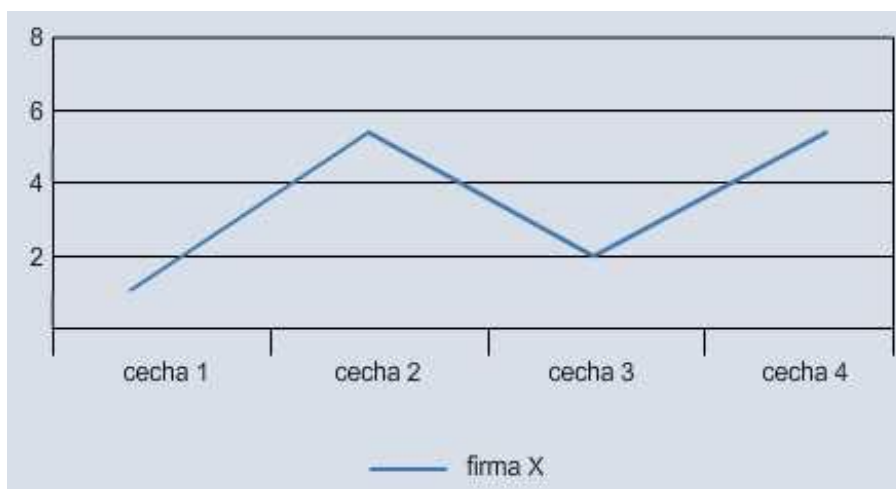
Rysunek 5. Wszystkie cechy na bardzo wysokim poziomie



Źródło: opracowanie własne

Czy propozycję firmy cechuje niespójna strategia (krzywa wartości jest zygzakiem utworzonym przez sekwencję: niskie-wysokie-niskie-wysokie...)?

Rysunek 6. Przykład firmy posiadającej niespójną strategię



Źródło: opracowanie własne

Czy propozycję firmy cechuje strategiczna sprzeczność, tzn. czy nie faworyzuje jednych obszarów, zapominając o innych, które go wspierają lub gwarantują efekt synergii tak ważny dla realizowanej strategii?

Rysunek 7. Efekt synergii

$$2 + 2 = 5$$

Źródło: opracowanie własne

Czy zaproponowaną strategię cechuje zrozumiały dla wszystkich język? W jaki sposób firma nazywa czynniki konkurencyjności branży, tworząc swoją kanwę strategii? Czy są zrozumiałe dla wszystkich, czy też są operacyjnym żargonem? Analiza języka kanwy strategii pomaga firmie zrozumieć, jak daleko jest ona od zrozumienia i kreowania popytu w branży.

Diagram czterech działań

Do poszukiwania nowatorskich rozwiązań autorzy koncepcji zaproponowali także cztery rodzaje działań, które nazwali diagramem czterech działań: eliminuj, redukuj, wzmocnij i stwórz. Schemat takiego diagramu został pokazany na rysunku 8.

Rysunek 8. **Diagram czterech działań: eliminuj – redukuj – wzmocnij – stwórz**



Źródło: opracowanie własne

Skuteczność tych działań zależy w głównej mierze od trzech uzupełniających się cech:

1. **kryterium punktu koncentracji** – autorzy tak rozumieją czynniki, na które firma kładzie główny nacisk, np. w przypadku linii lotniczych są to uprzejma obsługa, szybkość i częstość odlotów. Firmy, które inwestują jednakowo we wszystkie czynniki, nie są w stanie zagwarantować najniższych kosztów; stworzenie strategii wyjątkowej i wyróżniającej się w branży (patrz 4 działania i ich zastosowanie – Rysunek 8)
2. **kryterium rozbieżności**, czyli stworzenie strategii wyjątkowej i wyróżniającej się w branży (patrz 4 działania i ich zastosowanie)

3. **jasna, czytelna puenta, czyli przykuwające uwagę hasło reklamowe** – hasło, które w jasny, oczywisty i niepodważalny sposób wskazuje, czym firma wyróżnia się w branży; niesie ono jasne przesłanie i rzetelnie informuje o ofercie.

Schematy analityczne

Warto również zwrócić uwagę na zaproponowane przez Chana Kima i Mauborgne narzędzia analityczne, pomocne w ocenie nowych koncepcji bez względu na to, czy nowe innowacyjne pomysły będą oferowane na istniejącym rynku, czy stworzą nową branżę. Pierwszy z nich to mapa użyteczności dla kupującego, pozwalająca określić szanse zainteresowania potencjalnych nabywców nowym pomysłem. Za pomocą drugiego narzędzia – korytarza cen optymalnych – można ustalić cenę, która zachęci do zakupu jak największą liczbę klientów. Trzecie narzędzie – schemat modelu działalności – pomaga w opracowaniu innowacyjnego i przynoszącego zysk modelu działalności firmy.

Zdaniem autorów koncepcji narzędzia te pomagają ocenić potencjał rynkowy nowych pomysłów oraz zdecydować o ich przydatności i możliwościach wdrożenia/realizacji.

Wyróżnia się sześć faz związanych z różnym doświadczeniem użytkowników w trakcie zakupu, użytkowania i pozbywania się. Podział ten umożliwia przeprowadzenie analizy potencjału rynkowego nowych pomysłów. Pytania dotyczące doświadczenia kupującego/użytkownika związane z poszczególnymi fazami cyklu użytkowania przedstawia tabela 2.

Tabela 2. Cykl doświadczenia kupującego

ZAKUP	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Ile czasu zajmuje znalezienie produktu, jakiego potrzebuję?</i> • <i>Czy miejsce zakupu jest atrakcyjne i łatwo dostępne?</i> • <i>Czy dokonanie transakcji jest bezpieczne?</i> • <i>Jak szybko mogę dokonać zakupu?</i>
DOSTAWA	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Ile czasu zajmuje dostawa produktu?</i> • <i>Czy trudno rozpakować produkt i go zainstalować?</i> • <i>Czy nabywcy muszą sami organizować sobie dostawę? Jeśli tak, to czy jest to kosztowne i trudne?</i>

<p>UŻYWANIE</p>	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Czy korzystanie z produktu wymaga przeszkolenia lub konsultacji z ekspertem?</i> • <i>Czy produkt można łatwo przechowywać w czasie, gdy nie jest używany?</i> • <i>Czy produkt jest skuteczny (jego cechy i funkcje)?</i> • <i>Czy produkt lub usługa ma dużo więcej funkcji niż potrzebuje przeciętny użytkownik?</i> • <i>Czy nie jest przeladowany niepotrzebnymi funkcjami?</i>
<p>DODATKI</p>	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Czy do korzystania z produktu są potrzebne inne produkty bądź usługi?</i> • <i>Jeśli tak, ile kosztują?</i> • <i>Ile czasu wymagają?</i> • <i>Jakie problemy sprawiają?</i> • <i>Czy łatwo je dostać?</i>
<p>UTRZYMANIE</p>	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Czy aby utrzymywać produkt w dobrym stanie, trzeba korzystać z zewnętrznych usług serwisowych?</i> • <i>Czy łatwo utrzymywać, a także aktualizować, rozbudowywać lub ulepszać produkt?</i> • <i>Czy serwis jest kosztowny?</i>
<p>POZBYWANIE SIĘ</p>	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Czy podczas korzystania z produktu powstają jakieś odpady?</i> • <i>Czy łatwo pozbyć się produktu?</i> • <i>Czy istnieją prawne lub ekologiczne ograniczenia w bezpiecznym usuwaniu produktu?</i> • <i>Czy usunięcie produktu jest kosztowne?</i>

Źródło: Chan Kim, Mauborgne [2006, s. 94].

Szukając odpowiedzi na poszczególne pytania, staramy się uwzględnić sześć grup problemów dotyczących użytkownika, których rozwiązanie zagwarantuje klientom użyteczność zaproponowanego rozwiązania. Chan Kim i Mauborgne [2006, s. 92] nazywają je dźwigniami użyteczności i zaliczają do nich: prostotę rozwiązania, uwzględnienie aspektu ekologii, korzyści emocjonalne (radość i wizerunek), ryzyko finansowe lub fizyczne, dogodność rozumianą jako łatwość użytkowania lub dostępność zaproponowanego rozwiązania oraz produktywność po stronie klienta, tj. pomaganie klientowi w podnoszeniu jego produktywności. „Klient może podnieść swoją produktywność, jeśli produkt pozwoli mu załatwić jakieś sprawy szybciej, lepiej bądź w inny niż dotychczas sposób” [Chan Kim i Mauborgne 2006, s. 93]. Zestawiając dźwignie użyteczności w tabeli w odniesieniu do cyklu życia produktu autorzy opracowali mapę użyteczności dla nabywcy. Schemat tej mapy przedstawia tabela 3.

Tabela 3. Mapa użyteczności dla nabywcy

		Sześć etapów cyklu wrażeń nabywcy					
		Zakup	Dostawa	Użytkowanie	Dodatki	Utrzymywanie/ serwis	Zbycie
Sześć dźwigni użyteczności	Produktywność klienta						
	Prostota						
	Wygoda						
	Ryzyko						
	Przyjemność i wizerunek						
	Przyjazność dla środowiska						

Źródło: Chan Kim i Mauborgne 2006, s. 177

Zasady strategii błękitnego oceanu

Na zakończenie warto wspomnieć o zasadach strategii błękitnego oceanu. Zasady te, zdaniem autorów koncepcji, mają pomóc w zarządzaniu różnego rodzaju ryzykiem związanym z opracowaniem i wdrożeniem nowej strategii. Każda z sześciu wymienionych zasad neutralizuje inny rodzaj ryzyka.

Do sześciu głównych zasad strategii błękitnego oceanu i neutralizowanego przez nie ryzyka autorzy tej koncepcji zaliczyli:

1. Rekonstrukcję/zmianę granic dotychczasowego rynku – zasada ta neutralizuje ryzyko poszukiwań związane z zastosowaniem fundamentalnego założenia omawianej strategii, tj. znalezienia nowego rynku i pokonania konkurencji;
2. Skoncentrowanie się na szerokiej i długofalowej wizji działania, a nie wyłącznie na wskaźnikach strategicznych i operacyjnych – zasada ta neutralizuje ryzyko planowania powstające podczas tworzenia innowacji wartości;
3. Szukanie możliwości poza granicami istniejącego popytu rynkowego – zasada ta neutralizuje ryzyko skali związane z działaniami maksymalizującymi rozmiar nowego rynku i nowego popytu;
4. Realizacja strategii według ustalonej kolejności – zasada ta neutralizuje ryzyko modelu biznesowego, czyli zagrożenia związane z niepowodzeniem sekwencji strategii błękitnego oceanu, według kryteriów: użyteczność, cena, koszt i zastosowanie;
5. Poszukiwanie sposobów na pokonywanie przeszkód organizacyjnych związanych z wdrażaniem strategii – zasada ta neutralizuje ryzyko organizacyjne wynikające z nieodpowiedniej identyfikacji oraz alokacji zasobów materialnych i niematerialnych podczas wdrażania zasad strategii błękitnego oceanu;
6. Wbudowanie realizacji w całość strategii – zasada ta neutralizuje ryzyko zarządzania, które Chan Kim i Mauborgne dostrzegają w zachowaniach i postawach ludzkich.

Cztery pierwsze rodzaje ryzyka występują na etapie formułowania strategii błękitnego oceanu, a dwa pozostałe na etapie jej realizacji.

Podsumowując można powiedzieć, że koncepcja strategii błękitnego oceanu stanowi interesujący, kompletny i co bardzo istotne – wewnętrznie spójny pakiet postępowania firmy na rynku.

2.3. INNOWACYJNOŚĆ W BIZNESIE

Zjawisko innowacji jest nierozłącznie związane z pojęciem zmiany, nowości, reformy czy też idei postrzeganej, jako nowa. Za innowacje uważa się najróżniejsze fakty, procesy i zjawiska o charakterze technicznym, organizacyjnym, społecznym lub psychologicznym. Tak bardzo zróżnicowane i niesprecyzowane pojmowanie innowacji wynika zarówno z niedługiej tradycji badań nad innowacjami, jak i odmienności ujęć teoretycznych.

Pojęcie innowacji wprowadził do nauk ekonomicznych w początkach bieżącego stulecia J. A. Schumpeter. Rozumiał on innowacje szeroko, jako:

- ➡ *wprowadzenie do produkcji wyrobów nowych lub też udoskonalenie dotychczas istniejących,*
- ➡ *wprowadzenie nowej lub udoskonalonej metody produkcji,*
- ➡ *otwarcie nowego rynku,*
- ➡ *zastosowanie nowego sposobu sprzedaży lub zakupów,*
- ➡ *zastosowanie nowych surowców lub półfabrykatów,*
- ➡ *wprowadzenie nowej organizacji produkcji.*

Schumpeter rozumiał innowacje, jako tworzenie zmian fundamentalnych lub radykalnych, obejmujących transformację nowej idei lub technologicznego wynalazku w rynkowy produkt lub proces. Wszelkie upowszechnianie innowacji stanowi jego zdaniem, odrębny rodzaj zmian, które określane są mianem imitacji. Oznacza to, iż innowacja stanowi każdorazowo zmianę niepowtarzalną (jednorazową, nieciągłą), natomiast zmiany o charakterze imitacyjnym lub inwencyjnym mają ciągły, powtarzalny przebieg.

Częściej jednak innowacje definiuje się, jako pomyślną ekonomicznie eksploatację nowych pomysłów (M. Porter). Innowacje są tutaj traktowane jako continuum zmian techniczno-organizacyjnych, obejmujące z jednej strony proste modyfikacje istniejących produktów, procesów i praktyk (które mogą być nowe dla firmy ale niekoniecznie dla przemysłu) do fundamentalnie nowych produktów i procesów z drugiej (które są nowe tak dla przemysłu, jak i dla firmy). Realizacja innowacji angażuje cały szereg czynności naukowych, technologicznych, organizacyjnych, finansowych i handlowych.

Według Podręcznika Oslo Manual (międzynarodowego podręcznika metodologicznego badań statystycznych innowacji zalecanego w krajach OECD i UE) innowacja jest to wdrożenie nowego lub istotnie ulepszanego produktu (wyrobu lub usługi), nowego lub istotnie ulepszanego procesu, nowej metody marketingu lub nowej metody organizacji w zakresie praktyk biznesowych, organizacji miejsca pracy bądź relacji ze środowiskiem zewnętrznym (Oslo Manual 2005, OECD/Eurostat).

Na potrzeby polityki naukowo-technicznej, a także dla zachowania porównywalności w czasie z wynikami dotychczasowych badań statystycznych innowacji w wielu przypadkach użyteczne jest również stosowanie „węższej” definicji (narrow definition) innowacji, w szczególności definicji z drugiego wydania podręcznika Oslo Manual uznającej za innowacje jedynie tzw. innowacje „techniczne”, tzn. nowe lub istotnie ulepszone (new or significantly improved) produkty i procesy (Technological product and process innovations, w skrócie TPP innovations). Produkty (wyroby i usługi), procesy i metody (techniczne, organizacyjne i marketingowe) są innowacjami, jeśli są nowe lub istotnie ulepszone przynajmniej z punktu widzenia wdrażającego je przedsiębiorstwa. Oznacza to, że definicja innowacji według podręcznika Oslo Manual obejmuje pełne spektrum nowości – od nowości na skalę światową (tzw. innowacje absolutne – new to the world), poprzez nowości w skali rynku, na którym działa przedsiębiorstwo (new to the market), po nowości tylko z punktu widzenia danego przedsiębiorstwa (new to the firm).

CO TO JEST INNOWACJA?

To nic trudnego. To po prostu każda zmiana, która coś ulepsza, daje nową jakość lub pozwala stworzyć nowy produkt czy usługę. Zaczniemy jednak od klasyków tematu. Joseph A. Schumpeter w swojej definicji innowacji koncentruje uwagę na nowych kombinacjach czynników wytwórczych. W jego ujęciu innowacje to wprowadzenie nowych towarów oraz nowej metody produkcji, to otwarcie nowego rynku, zdobycie nowego źródła surowców, czy w końcu przeprowadzenie nowej organizacji procesów gospodarczych. Dla Petera F. Druckera (*Innowacja i przedsiębiorczość. Praktyka i zasady*. Państwowe Wydawnictwo ekonomiczne, Warszawa 1992) z kolei „innowacja jest szczególnym narzędziem przedsiębiorców, za pomocą którego ze zmiany czynią oni okazję do podjęcia nowej działalności gospodarczej lub świadczenia nowych usług”. W jego opinii, „innowacja nie musi być techniczna, nie musi być nawet czymś materialnym”. Jeszcze inną definicję innowacji znaleźć można w Programie Operacyjnym Innowacyjna Gospodarka, gdzie przez innowację rozumie się wprowadzenie do praktyki w przedsiębiorstwie nowego lub znacząco ulepszanego rozwiązania w odniesieniu do produktu (towaru lub usługi), procesu, marketingu lub organizacji.

„Innowacyjność” stała się słowem kluczem. W obszarze nowoczesnej gospodarki mamy kilka takich określeń, np. „gospodarka oparta na wiedzy”, „społeczeństwo informacyjne” – uważa Krzysztof Gulda, dyrektor Departamentu Strategii Rozwoju Nauki w Ministerstwie Nauki i Szkolnictwa Wyższego (aktualnie Bumar). Dodaje, że według upowszechnionej definicji innowacja jest to każda zmiana w przedsiębiorstwie, która została dokonana w celu uzyskania nowego produktu, nowej usługi bądź nowej jakości. Może być to zmiana radykalna, dająca zupełnie nowy produkt, ale również częściowa, prowadząca do udoskonalenia produktu. O innowacji można mówić na poziomie przedsiębiorstwa, na poziomie kraju, na poziomie świata, stawiając coraz wyższe wymagania w odniesieniu do tego, na jakim poziomie dana zmiana jest nowością. Dlatego też definicja tego słowa jest bardzo szeroka. Zjawiska innowacyjne są dynamiczne. Wszystko zaczęło się od innowacji produktowych i procesowych, ale obecnie wyróżnia się także np. innowacje organizacyjne. Jakkolwiek próby doprecyzowania, że pewne technologie są innowacyjne, a pewne nie, czyli przyklejanie etykietek, jest trochę sprzeczne z samą ideą innowacji. Innowacja to jest zmiana.

Precyzyjne klasyfikowanie innowacji jest więc dość kłopotliwe. Niemniej jednak od projektodawców projektów finansowanych z Funduszy Europejskich (czy to w ramach PO IG, czy RPO) wymaga się doprecyzowania poziomu, wieku i stopnia rozprzestrzenienia nowego rozwiązania. Często trzeba szukać pomocy u ekspertów, którzy na podstawie najlepszej wiedzy i dostępnych publikacji mogą ocenić i zaklasyfikować planowaną do wdrożenia innowację.

To, co jest wspólne dla wszystkich definicji innowacji, to opisanie jej, jako aktywności przedsiębiorstw w obszarze wprowadzania nowości (nowych rozwiązań) w różnych obszarach ich działalności.

RODZAJE INNOWACJI

Powszechnie wyróżnia się cztery typy innowacji:

Innowacje technologiczne/techniczne. Uważane za najważniejsze, gdyż przynoszą największą wartość dodaną oraz najwyższe dochody przedsiębiorcy, będące jednak także najbardziej kosztowne. Przyczyniają się one do rozwoju produktów i usług. Bazują na wynikach prac naukowych i działalności badawczej. Ten typ innowacji jest często źródłem innowacji organizacyjnych oraz procesowych.

Innowacje organizacyjne. Polegające na zmianie w sposobie funkcjonowania przedsiębiorstwa, zmianie organizacji pracy, czy organizacji zarządzania. Mają często charakter bezkosztowy i związane są z racjonalizacją organizacji lub dostosowaniem jej do zmieniających się przepisów prawa, czy wymogów ze strony klientów.

Innowacje procesowe. Bardzo często powiązane z wprowadzeniem innowacji technicznych. Dotyczą wprowadzenia zmian w procesie produkcji, czy też procesie świadczenia usług.

Innowacje marketingowe. Dotyczą sfery sprzedaży i dystrybucji gotowych produktów i usług. Są to na przykład nowe opakowania, nowe formy reklamy, czy nowe strategie cenowe.

Często wszystkie typy innowacji występują łącznie, zwłaszcza w przedsiębiorstwach produkcyjnych (wytwarzanie nowych produktów). W przedsiębiorstwach usługowych zastosowanie mają przede wszystkim innowacje organizacyjne oraz marketingowe.

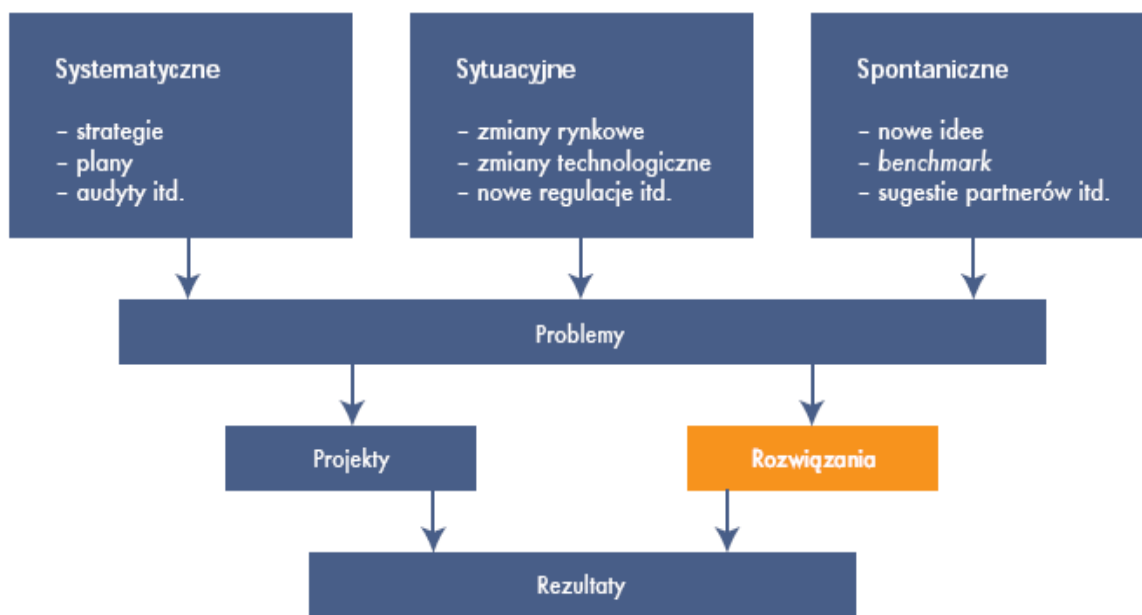
2.4. ZARZĄDZANIE PROCESEM INNOWACYJNOŚCI

Dobry pomysł to podstawa każdego udanego przedsięwzięcia, ale w działalności badawczo-rozwojowej jest on szczególnie istotny. Działalność taką wyróżnia element nowości i dążenie do eliminacji niepewności naukowej i technicznej, a u jej podstaw leży próba rozwiązania zazwyczaj skomplikowanego problemu.

Według jednej z teorii źródeł innowacji można poszukiwać w siedmiu obszarach, do których zalicza się:

- 1) *nieoczekiwane zdarzenie;*
- 2) *niezgodność między rzeczywistością a wyobrażeniami o niej;*
- 3) *nieistniejącą jeszcze potrzebę;*
- 4) *zmiany w strukturze przemysłu i/lub rynku;*
- 5) *zmiany demograficzne;*
- 6) *zmiany w sposobach postrzegania, nastrojach i wartościach;*
- 7) *nowe odkrycia naukowe, zwłaszcza w naukach przyrodniczych i ścisłych.*

Rysunek 1. ALTERNATYWNA KLASYFIKACJA ŹRÓDEŁ INICJATYW PROJEKTÓW



Źródło: Trocki M., *Inicjowanie i definiowanie projektów, Bizarre, Warszawa 2004*

za: *Raport z badania danych zastanych, Coffey International Development, dla OPI, Warszawa 2011*

Rysunek 2. Pytanie „Kto był autorem pomysłu na projekt lub inicjatorem rozpoczęcia prac nad nim? Proszę wskazać maksymalnie trzy najważniejsze źródła pomysłu na projekt”



$N = 300$

Źródło: *Coffey International Development, TNS Pentor, op. cit.*

Rysunek 3. Pytanie „Skąd wziął się pomysł realizacji projektu? Proszę wskazać maksymalnie trzy najważniejsze źródła pomysłu na projekt”



$N = 300$

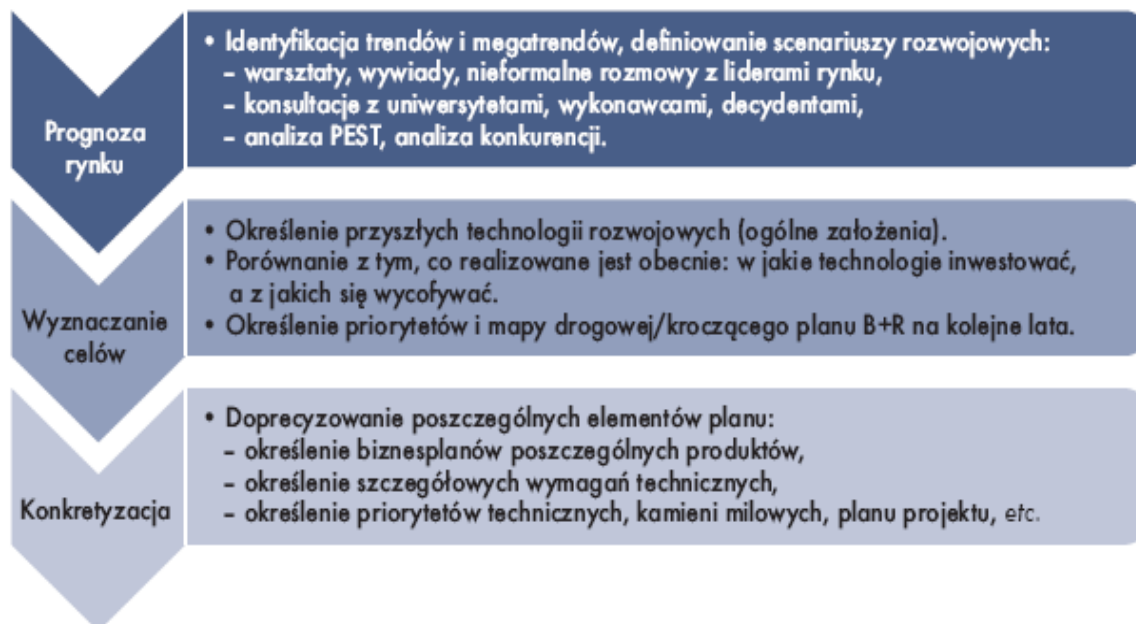
Źródło: Coffey International Development, TNS Pentor, op. cit.

Rysunek 4. ŹRÓDŁA POMYSŁÓW NA PROJEKT W PRZEDSIĘBIORSTWACH INNOWACYJNYCH



Źródło: opracowanie Coffey International Development, TNS Pentor dla OPI

Rysunek 5. PROCES DEFINIOWANIA POMYSŁÓW NA PROJEKTY W FIRMACH ZAGRANICZNYCH



Źródło: opracowanie Coffey International Development, TNS Pentor dla OPI

Rysunek 6. Pytanie „Jakie były powody podjęcia decyzji o realizacji projektu?”

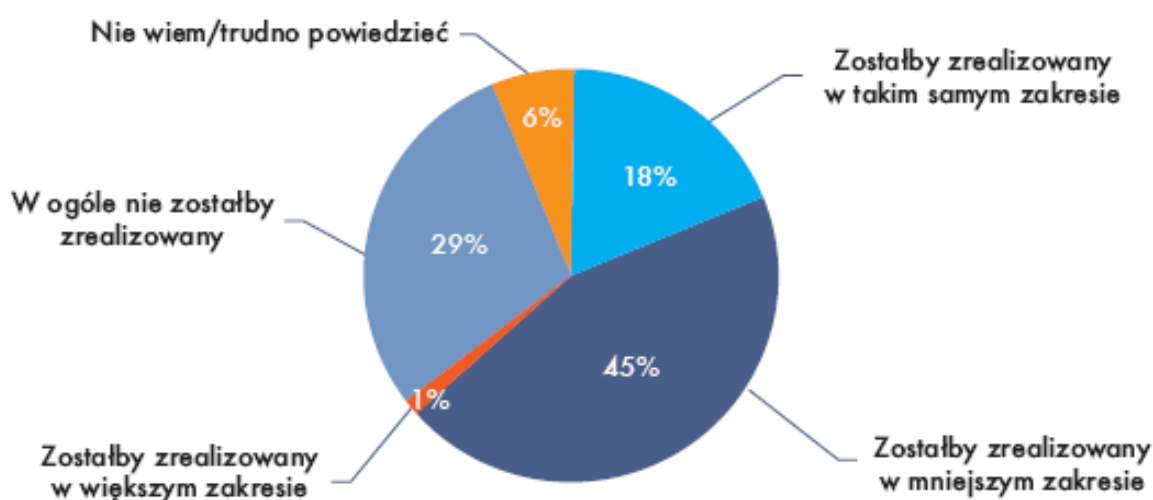


N=300; skala pięciostopniowa, gdzie 1 oznaczało „nie miało to żadnego znaczenia”, a 5 – „miało to decydujące znaczenie”

Źródło: Coffey International Development, TNS Pentor, op.cit.

Większość badanych przedsiębiorców (79%) korzystała z zewnętrznych źródeł finansowania, ale jedynie dla 29% firm brak możliwości otrzymania wsparcia oznaczałby konieczność rezygnacji z przedsięwzięcia. Bariery w postaci braku finansowania nie były związane z wielkością projektu, a tylko w niewielkim stopniu z wielkością firmy. Środków publicznych potrzebowały szczególnie przedsiębiorstwa mikro, ale nie odnotowano wyraźnych różnic między pozostałymi kategoriami przedsiębiorstw.

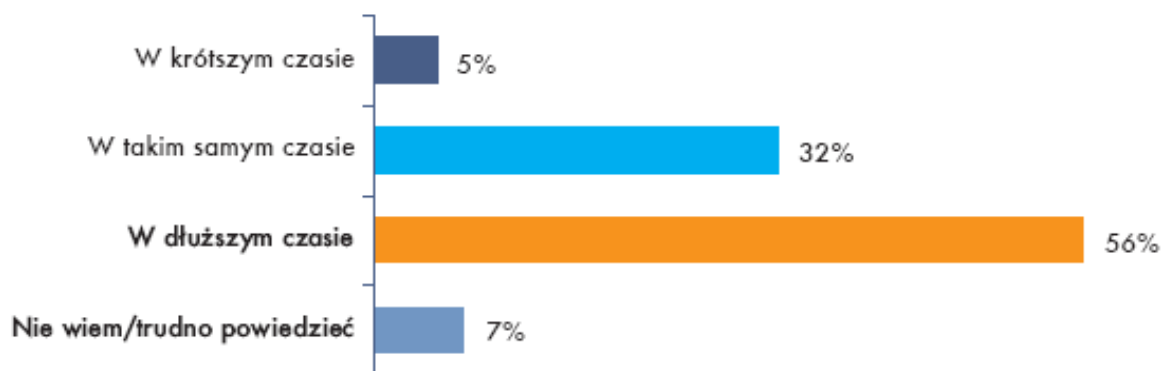
Rysunek 7. Pytanie „Gdybyście Państwo nie dostali dofinansowania, to ten projekt B+R...?”



$N = 238$

Źródło: Coffey International Development, TNS Pentor, op. cit.

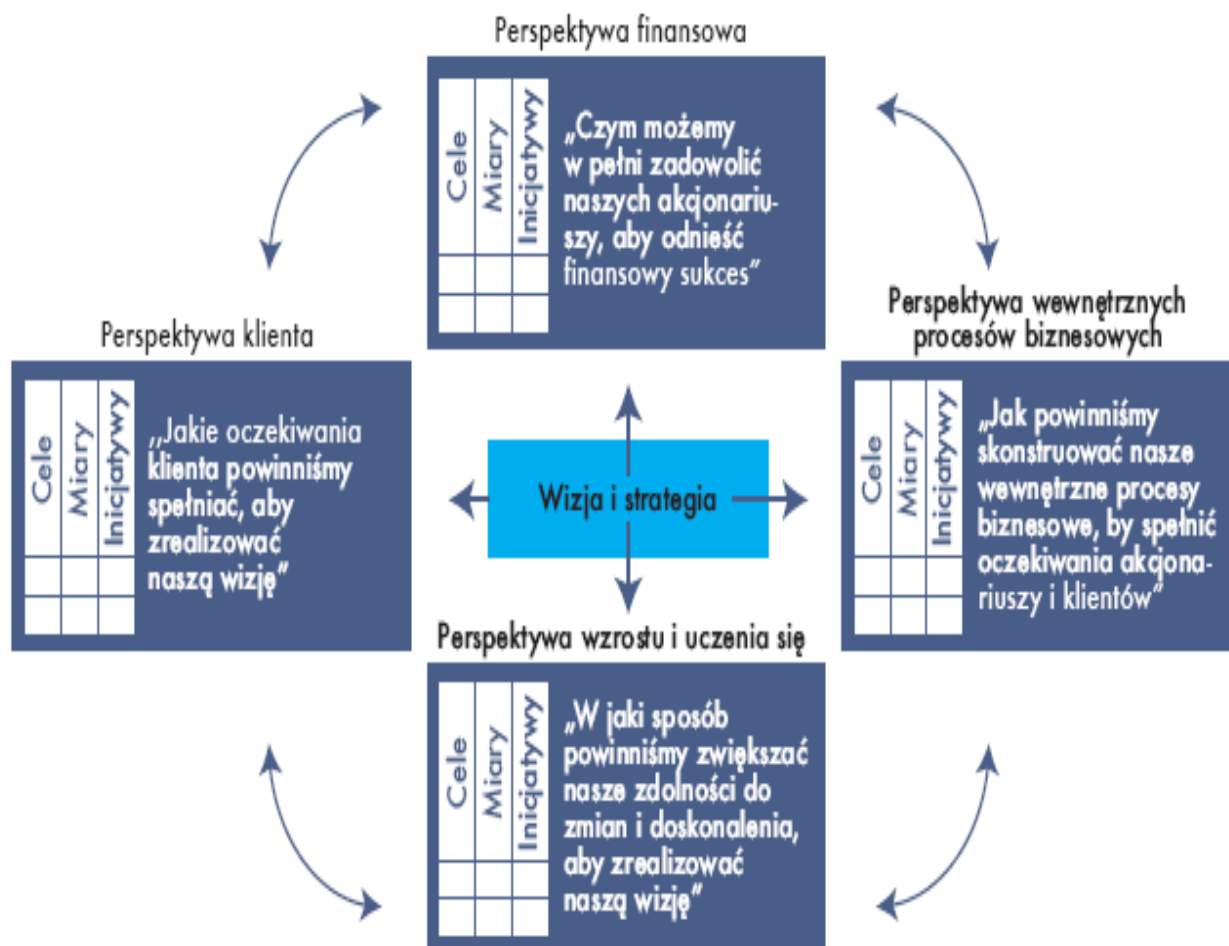
Rysunek 8. Pytanie „A czy ten projekt B+R zostałby zrealizowany...?”



$N = 167$

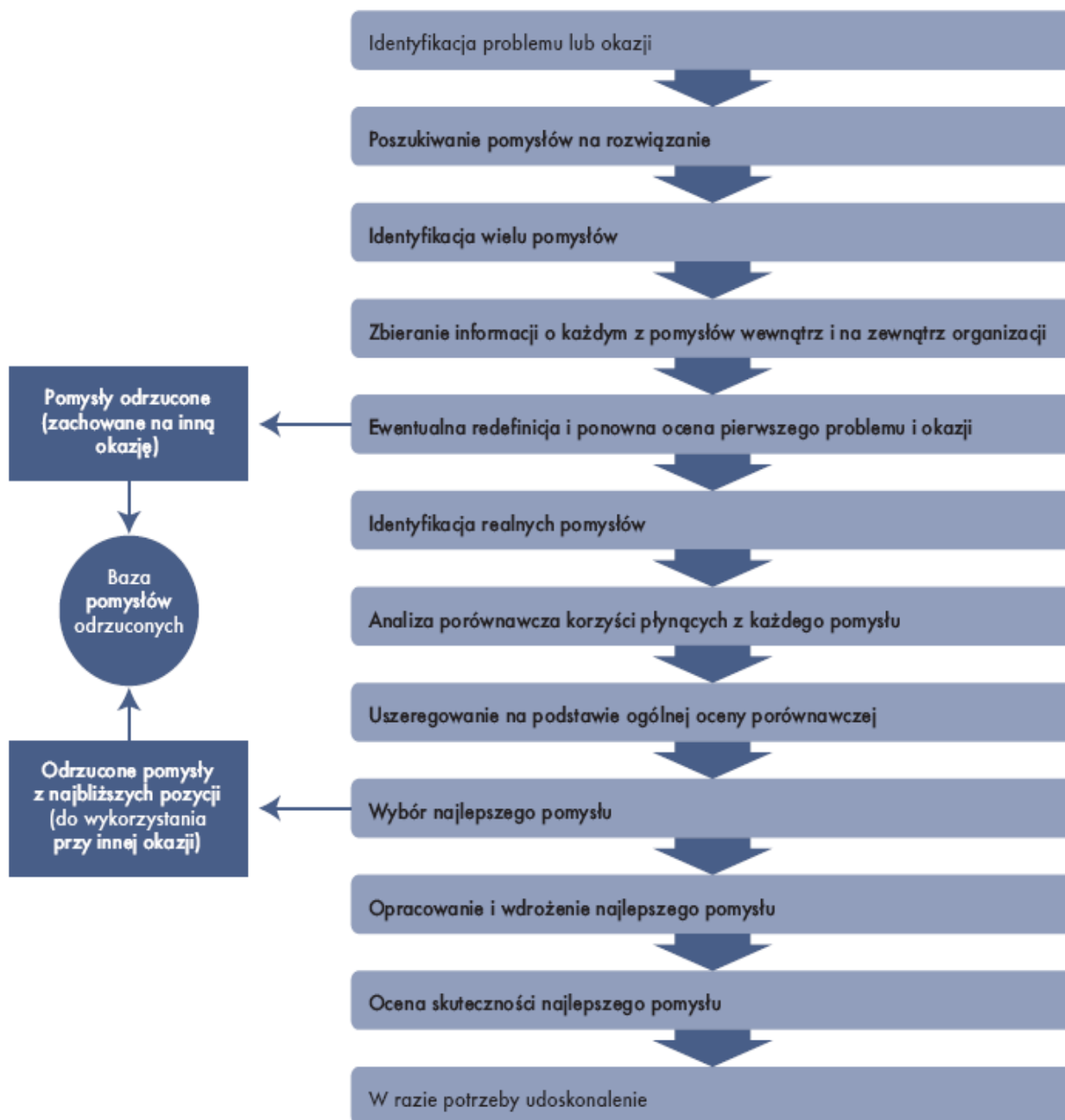
Źródło: Coffey International Development, TNS Pentor, op. cit.

Rysunek 9. Ramy transformacji strategii, jako kategorie operacyjne w ujęciu *Balanced Scorecard* (klasyczne ujęcie Kaplana i Nortona)



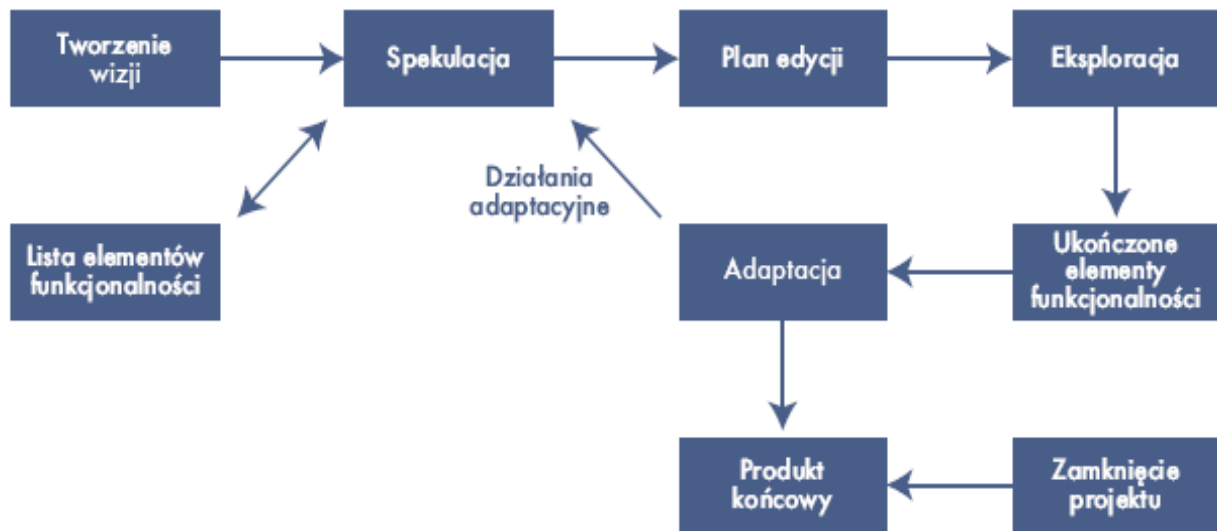
Źródło: Kocięcki L., op.cit. za: Raport z badania danych zastanych, Coffey International Development dla OPI, Warszawa 2011

Rysunek 10. DROGA PODEJMOWANIA DECYZJI O SPOSOBIE I ZAKRESIE REALIZACJI PROJEKTU



Źródło: Krawczyk T., op.cit., za: Raport z badania danych zastanych, Coffey International Development, dla OPI, Warszawa 2011

Ogólny schemat cyklu życia projektu i sposobu angażowania użytkowników opiera się na pięciu fazach wskazywanych przez Highsmitha:



Źródło: Highsmith J., *Agile Project Management – jak tworzyć innowacyjne produkty*, Mikom, Warszawa 2005

- 1) Tworzenie wizji. Jej celem jest ukształtowanie ogólnego obrazu projektu oraz pozyskanie oczekiwań klienta. Główne pytania, przed którymi staje zespół projektowy to: *co?* (określa założenia dotyczące zakresu projektu i podstawowe elementy jego funkcjonalności), *kto?* (kształtuje skład zespołu oraz identyfikuje kluczowych interesariuszy) i *jak?* (daje pojęcie o sposobie funkcjonowania i regułach współpracy w projekcie).
- 2) Spekulacja (planowanie adaptacyjne). Na tym etapie podejmuje się próbę sprecyzowania zakresu projektu pod kątem elementów funkcjonalności głównego produktu oraz zaplanowania iteracji. Użyte celowo słowo „spekulacja” podkreśla niepełność informacji i konieczność dochodzenia do pożądaných rozwiązań metodą małych kroków, polegających na ciągłym powtarzaniu fazy spekulacji, eksploracji i adaptacji.
- 3) Eksploatacja. Tworzone są tutaj elementy funkcjonalności produktu i jego podsystemy. Trwa właściwa praca przy projekcie: kodowanie systemów, opracowywanie nowych rozwiązań konstrukcyjnych, eksperymentalne zastosowania innowacyjnych technologii. Powstaje adaptowalny, dobrze współpracujący zespół.

- 4) Adaptacja. Zespół dopracowuje kształt wytworzonego produktu, testuje go i proponuje zmiany, a także uzyskuje od zlecającego informacje zwrotne na temat opracowanego modułu wraz z zaleceniami do wykorzystania w przyszłych iteracjach. Wyniki otrzymane w tej fazie stanowią punkt wyjścia do kolejnej pętli faz spekulacji, eksploracji i adaptacji.
- 5) Zamknięcie. W idealnej sytuacji następuje wtedy, gdy w wyniku kolejnych pętli iteracyjnych klient uzna, iż komplet otrzymanych podsystemów funkcjonalnych spełnia jego oczekiwania. Jednak są też inne ewentualności, na przykład zaniechanie prac nad projektem, gdy nie można go już uzasadnić biznesowo. Warto podkreślić, że ze względu na iteracyjny charakter pracy, koszt zaniechania projektu będzie relatywnie mniejszy niż przy wykorzystaniu metodyk tradycyjnych.

Wiedzę można przedstawić za pomocą następującego wzoru:

Wiedza = informacje x do świadczenie x kontekst

Jest ona zatem zbiorem informacji wraz z umiejętnościami ich wykorzystania przez odbiorcę.

ANTRAKT 3

Limeryk dla Moniki na urodziny a.d. 2023

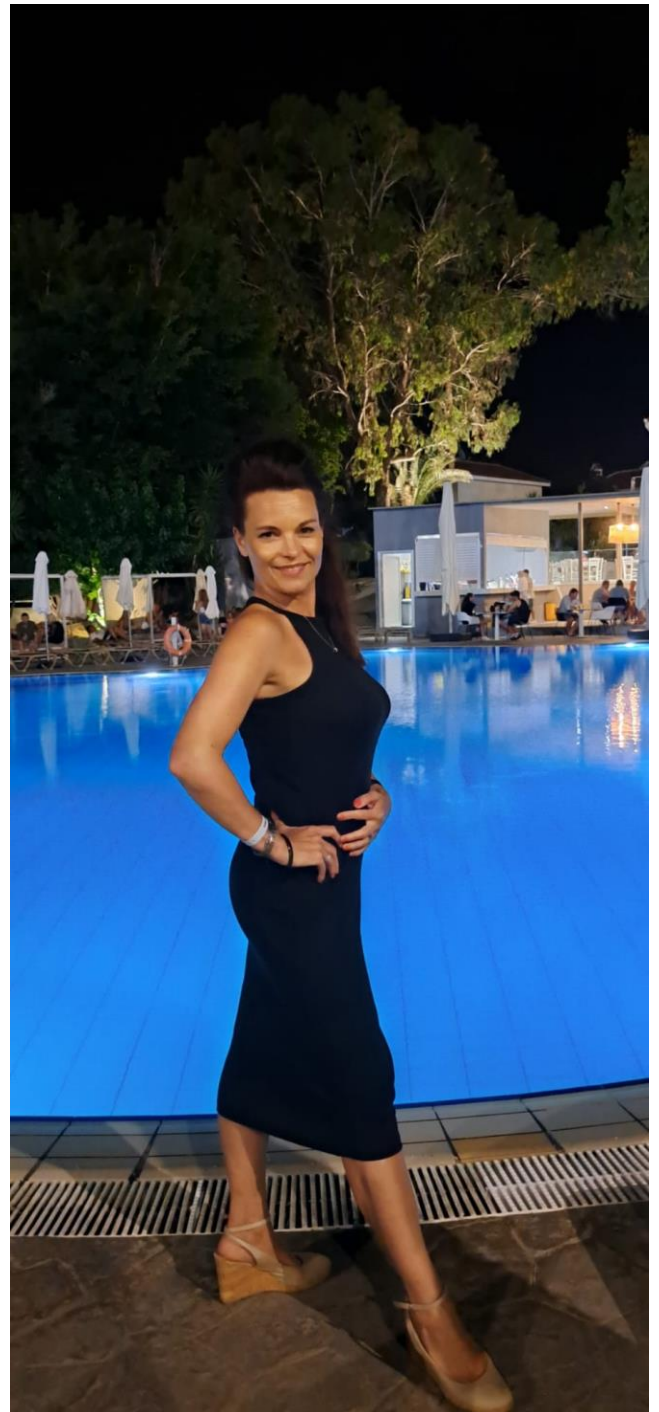
Tyle czekałem na Ciebie.
Kobietę Mojego Życia.
Teraz jesteś moją magią,
w Twoich oczach widzę siebie.
Twa dusza z każdym dniem
staje się piękniejsza,
a uśmiech Twój jest ozdobą Świata.

Ten Świat zaczarowałaś
na życie całe,
rękami Słońca
szczęście nasze dotykając
i wianki na wodzie.
Wątkiem puszczając –
na jawie życzenia od Bogów odbierając.

Ja jestem Zawsze dla Ciebie
i w te urodziny Życzę Tobie,
aby Anioły wyśpiewały Dzisiaj
Twoje Imię w Niebie.

HEKTOR 44 Stanisław Lis

Tarnów, 31 sierpnia 2023 r.



ANTRAKT 4

I taki może być koniec Człowieka



*Jeżeli nie przyznajesz się do błędu,
to popełniasz błąd drugi.
/prysłowie chińskie/*

*Słuchaj szeptów, a nie będziesz musiał
znosić krzyków.
/prysłowie Czirokezów/*

*Błogosławieni, którzy w czasie gromów
nie utracili równowagi ducha.
/Jan Kasprowicz/*

Gorąco,
Świat wokół jak fińska sauna –
wysokie temperatury bywają uciążliwe
niekoniecznie w saunie –
w mieście betony sapią zmęczone
płyty chodnikowe leniwie się kołyszą
a klaksony samochodów
rechoczą, jak żaby przypiekane na ogniu.

Istny ukrop
tropik odwracający
do góry nogami
znany człowiekowi Świat
i krok po kroku
pchający go na skraj przepaści
gdzie kończy się jurysdykcja Pana Boga,
a rządzi nieprzewidywalny Morfeusz
wybudzony na słońcu
i pozbawiony skrzydeł,
dzięki którym mógł
bezszelestnie się przemieszczać
latając po sennych krainach
pełnych niespełnionych marzeń
pomruków pożądania
sapania i telegrafów od różnych świrów
udających boskich playboyów
i pozujących na zbawców Świata.

Taki ogląd świata dzisiaj
to nie mistyka
to rzeczywistość dnia codziennego
kiedy temperatura sięga 37°C
wody gruntowe znikają
rzeki zamieniają się w strumyki
studnie wysychają
a w kranach zamiast wody
słyszymy syczenie ulatniającej pary.

Jak zatem CZŁOWIEK
ma rozstrzygać dzisiaj
swoje problemy
skupione wokół dylematu;
BYĆ albo NIE BYĆ!

A w zasadzie:
ruszyć się z miejsca
czy pozostać nieruchomo?
Bo jeżeli ruszyć,
to w którą właściwie stronę?



Może lepiej poczekać na
Nowego Darwina?
Tylko czy zanim się on pojawi
na świecie będzie jeszcze woda
i CZŁOWIEK zdolny
do recyklingu swojego istnienia.
Nadzieja jest w filozofii przetrwania
Bo każdy CZŁOWIEK
i każda rzecz
zmierza tam
skąd pochodzi
a dzięki recyklingowi
wszystko podlega odnowie.
Pytanie tylko brzmi:
Jak recyklingowi poddać wodę
która wyschła
i już jej nie ma...

a temperatura na zewnątrz
rośnie coraz wyżej
i wyżej...
a kaczki, bociany i gołębie
nie mają już siły latać.

W saunie temperatura wynosić może
nawet 120°C
ale człowiek nie może w saunie
wytrwać dłużej niż 30 minut

a potem jest już tylko Apokalipsa
i odlot do Krainy Wiecznych Ciemności
gdzie Hades ciasteczkami częstuje zmarłych.

I taki może być koniec CZŁOWIEKA.

Ostatnie pytanie brzmi tylko:
Czy dusza jest w stanie po śmierci
żyć bez wody,
a Pan Bóg wybaczy CZŁOWIEKOWI
jego megalomanię i pychę wielkości
i obsadzi go w nowej roli –
tylko że już na innej planecie.

HEKTOR – Stanisław Lis

Tarnów, 1 lipca 2022 r., godz. 17.00;

Temperatura na zewnątrz + 37°C

Wsiadam do samochodu + 38°C

Uf: Jak Gorąco!!!

DOPISEK:

***Gdybym nawet wiedział, że jutro świat przestanie istnieć,
to jeszcze dziś zasadziłbym drzewko jabłoni.***

/Marcin Luter/

ANTRAKT 5

Szóste wspomnienie o Józefie Komarewiczu

Dedykacje:

1. *„Czas ucieka, wieczność czeka.
Niech ucieka, niech czeka”.*

/Janusz Drzewucki/

2. *Najlepsze nie przychodzi SAMO.
Przychodzi ze WSZYSTKIMI.*

/Satipatthana Sutta/

3. *Dylemat:
Beznadziejny koniec,
Czy beznadzieja ... bez końca!*

/Satipatthana Sutta/



Józef medytuje...

Co to jest śmierć
i co ma wspólnego z przemijaniem.
Co Człowiek czuje na granicy
życia i śmierci,
i czy po drugiej stronie jest świadomość,
a jeżeli jest, to czy każda dusza
myśli i kontempluje drugi wymiar świata,

a może nie drugi,
a trzeci, czwarty,
czy któryś z rzędu...
innych światów.

Józefie!

Jak to dusze innych ludzi robią,
wszystkie tak samo,
czy każda indywidualnie –
po swojemu!

Józefie spróbujmy pomedytować.
Zaczynamy Antrakt Pierwszy Medytacji:

Józef znów wśród Żywych

- 1.** *Pomyśl, że chciałbyś wrócić do żywych.
Być znów człowiekiem. Mieć świadomość i alter ego.
Palić papierosy, pić wódkę i pisać wiersze.
Pomyśl.*
- 2.** *Teraz zamknij oczy i wyobraź sobie, że jesteś pradawnym
człowiekiem, który po całym dniu poszukiwania pożywienia i po
długiej wędrówce w deszczu i zimnie dotarł właśnie do przytulnej
jaskini, rozpałił ogień i najadł się do syta. Jest ci ciepło, masz pełny
brzuch i czujesz się bezpiecznie.*
- 3.** *Twoje podstawowe potrzeby zostały zaspokojone. Usiądź wygodnie
i naciesz się przyjemnym otuleniem.*
- 4.** *Przypomnij sobie ten stan, kiedy tylko zechcesz, a zwłaszcza
w chwilach, gdy wymagasz od siebie zbyt wiele i skupiasz się na tym,
czego wciąż ci brakuje. Weź głęboki oddech. Pozostań z myślą, że
twoje najważniejsze potrzeby są zaspokojone, a cała reszta jest tylko
dodatkiem.*
- 5.** *Pomyśl. Jesteś znów wśród żywych. Twoje zmartwychwstanie
tworzy z CIEBIE człowieka od Nowa, ale jednak wyglądasz i myślisz,*

*albo zaczynasz myśleć, jak kiedyś Józef Komarewicz.
Zapalasz papierosa i rozglądasz się dookoła nowego świata.
Jest jakby było po starym, ale jednak inaczej.*



A teraz Antrakt Drugi:

Józefie Umocnij więź ze Światem

- 1. Zastanów się przez chwilę, jakie mogłoby być twoje pochodzenie oprócz tego, opartego na więzach krwi. Kim się czujesz? Jaka jest twoja prawdziwa natura? Nie musisz zbyt długo analizować. Po prostu skoncentruj się na pierwszej odpowiedzi, która przyjdzie ci do głowy. Przykładowo: „Jestem z natury wielorybem”, „Czuje się źdźbłem trawy” lub „Jestem kolorem zielonym”. Uznaj tę odpowiedź za część prawdy o sobie. Nie musisz przecież zawsze myśleć racjonalnie. Rozluźnij się.*

- 2. Poczuj, że odpowiedź, która przed chwilą przysła ci do głowy, umacnia twoją więź ze światem. Zamknij oczy i oswój się z myślą, że masz jeszcze jedną, dodatkową rodzinę. Co sprawia, że do niej pasujesz? Jak to jest być jej częścią?*
- 3. Daj się ukoić temu nowemu doświadczeniu i zapamiętaj je. Cokolwiek ci się przydarzy, twoja więź ze światem już zawsze będzie mocniejsza. Odtąd jesteś połączony nie tylko więzami krwi, lecz także dodatkowymi korzeniami.*

I Antrakt Trzeci:

Powrót do tu i teraz

- 1. Wdech. Wydech. Wdech – jestem tutaj. Wydech – jestem teraz.*
- 2. Pamiętam wszystkie swoje doświadczenia ale nie muszę ich rozpamiętywać. Wdech. Wydech. Wdech – pamiętam swoje doświadczenia. Wydech – nie rozpamiętuję ich. Wdech – jestem tutaj. Wydech – jestem teraz.*
- 3. Odprężam swoje ciało i oczyszczam umysł z niepotrzebnych myśli. Wdech. Wydech. Wdech – odprężam ciało. Wydech – oczyszczam umysł. Wdech – jestem tutaj. Wydech – jestem teraz.*
- 4. Mam swoje plany i nadzieje. Wiem, że się jeszcze nie ziściły. Wdech. Wydech. Wdech – mam nadzieję. Wydech – mam dystans. Wdech – jestem tutaj. Wydech – jestem teraz.*
- 5. Wsluchuję się w rytm swojego serca. Jestem sobą. Wdech. Wydech. Wdech – czuję swoje serce. Wydech – jestem sobą. Wdech – jestem tutaj. Wydech – jestem teraz.*

Tak Józef przeżywał...
swoją nową doczesność,
napawał się mantrą składowego oddechu,
wyobrażał sobie zapach papierosa, smak wódki,
wystrzał korka od szampana –
czyli brucika, jak zwykł mawiać...



Tak Józef oddychał po powrocie do doczesności...
... ale niestety to była tylko Jego medytacja
z Zaświatów z Doczesnością.

Musiałem sam wyłączyć się w końcu
z tej medytacji, rzekłem więc:

... Józefie kończymy naszą medytację:
Antraktu Czwartego już nie będzie;
wdech, wdech, wdech – jesteś z powrotem
na Drodze do HADESU;
wydech, wydech, wydech
... i jeszcze raz już ostatni wydech
... i Józef rozmywa się jak kamfora na Jawie...
Józefie, to był piękny
wirtualny most
łączący TERAZ z TAMTYM ciemnym światem.

Jak co roku, już od ośmiu lat.

Pamiętamy!

Bywaj Przyjacielu!

HEKTOR – Stanisław Lis

27 sierpnia 2023 r.

Dopisek:

***I nie dowiedziałem się od Józefa: czy dusze po śmierci mają świadomość,
a jeżeli tak, to czy myślą Razem, czy każda dusza oddzielnie...***

Zapytam Józefa za rok!

ANTRAKT 6

W poszukiwaniu JUTRA

Motta:

1. **Każdy człowiek jest artystą.**

/J. Benys/

2. **Siedem grzechów społecznych:**

**polityka bez zasad,
bogactwo bez pracy,
przyjemność bez sumienia,
wiedza bez osobowości,
handel bez moralności,
nauka bez człowieczeństwa
i wiara bez poświęcenia.**

/Mahatma Gandhi/

3. **Wszystkie szczęśliwe rodziny**

**są do siebie podobne.
Każda nieszczęśliwa rodzina
jest nieszczęśliwa na swój sposób.**

/zdanie z „Anny Kareniny” Lwa Tołstoja/



Świat zmierza w nieznaną stronę
a może nawet zupełnie tyłem
do kierunku jazdy.

A co jeśli jedyną nadzieją
na przetrwanie ludzkości
jest SŁOWO
albo szerzej TEATR
a może cała SZTUKA.

A co jeśli fizyka
potwierdzi istnienie BOGA
tak jak potwierdziła
że gdyby wartość stosunku
siły elektrostatycznej do grawitacyjnej
była nieco większa
niż jest we wnętrzach gwiazd
nie mógłby powstać węgiel
niezbędny do ziemskiego życia.

A co jeśli Stwórca Świata
nie jest tożsamy z Bogiem.
Jak mają wtedy myśleć ludzie
wierzący w jedynego Boga,
który stworzył jeden Świat
kto wtedy stworzył Kosmos
bo przecież Kosmos musiał mieć
jakiś początek.

A co jeśli Rzeczywistość
czyli materia nie jest odwieczna.
Czy wtedy materializm jest wieczny
i nie ma w istocie Świata pojęcia nie materializmu.

A co jeśli istnienie i własność Wszechświata
są ze swej istoty naturalne
i nie miały swojego Stwórcy, ani Boga
czy zatem wtedy Bóg jest przyrodą
która implikuje stworzenie i rozwój Świata.

A co jeśli Stwórca stworzył
nie jeden a trzy Światy;
fizyczny,
psychiczny,

i abstrakcyjnych idei –
gdzie w tych światach
jest miejsce dla Boga.
A może nie powinniśmy pytać
o początek Wszechświata
i jak w fizyce uważać
że WIELKI WYBUCH
w sensie technicznym należy uznać
za początek WSZECHŚWIATA.

A może to jednak Stwórca
sprowokował ten Wielki Wybuch
a potem nazwał się Bogiem Wszechświata
jako byt doskonały i wszechmocny
a Człowieka stworzył jako byt śmiertelny
ale mający inteligentne życie –
co wtedy jednak z twierdzeniem
że „Człowiek od małpy pochodzi” –
trzeba tylko rozstrzygnąć
czy po „mieczu, czy po kądzieli”
i czy to powinien być powód
wstydu dla CZŁOWIEKA.

I jeszcze jedno: czy Stwórca lub Bóg
albo oboje w jednym wcieleniu
byli i są nadal dystrybutorami
„dobra i zła” dla Świata i Człowieka
a może po stworzeniu Świata
Bóg stał się neutralnym Obserwatorem patrzącym
co Człowiek wyprawia ze swoją wolną wolą;
dając cierpienie, choroby i biedę jednym
a bogactwo, zdrowie i piękno drugim.

Mając takie dylematy Człowiek
w POSZUKIWANIU JUTRA
winien zdefiniować swoją
DROGĘ ŻYCIA jak wcześniej
inni WIELCY LUDZIE;

1. Albert Einstein

*„Są dwie drogi, aby przeżyć życie.
Jedna to żyć tak, jakby nic nie było cudem.
Druga to żyć tak, jakby cudem było wszystko”.*

2. Marek Aureliusz

„Nasze życie jest takim, jakim uczyniły je nasze myśli”.

3. Oscar Wilde

*„Życie jest zbyt krótkie, by je marnować,
Spełniając marzenia innych ludzi”.*

4. James Joyce

*„Życie jest jak echo: jeśli nie podoba ci się to,
co ci odsyła, musisz zmienić wiadomość, którą wysyłasz”*

5. Dionisios Solomos

„Kochaj, żeby żyć i żyj żeby kochać”

albo może szukać natchnienia u Stwórcy i Boga
i zaczerpnąć z Biblii;

*„Nowe przykazanie daję wam, abyście się wzajemnie miłowali,
jak Ja was umiłowalem; abyście się i wy wzajemnie miłowali.
Po tym wszyscy poznają, żeście uczniami moimi,
Jeśli miłość wzajemną mieć będziecie”.*

/J 13,34-35/

**A zatem w POSZUKIWANIU JUTRA
CZŁOWIEK musi uwierzyć
przede wszystkim w SIEBIE
i nauczyć się rozmawiać z Bogiem;
początkiem i końcem swojego Istnienia.**

HEKTOR – Stanisław Lis

Tarnów, 20.10.2023 r.



Suplement:

... a może w Poszukiwaniu Jutra Człowiek winien przyglądnąć się bliżej życiu pszczół...

Samce pszczół miodnych mają świetne życie – nie pracują, nie karmią młodych, nie budują plastrów, ale jak skojarzą się z królową, umierają. Kopulują tylko raz w życiu. Pod koniec seksu ich penis się odrywa i wykrwawiają się na śmierć.

ANTRAKT 7

Recenzja Rapiatu „W poszukiwaniu JUTRA” Joanny Mularz

Dostałam, zobaczyłam, przeczytałam i... na chwilę zamarłam w zamyśleniu. Muszę przyznać, że trudne chwile, jakie przechodzisz od pewnego czasu, znakomicie wyostrzyły Twoje zmysły, abyś mógł nakreślić słowem ukryty obraz Twoich przemyśleń. Cóż, analizując przeobrażenia, jakim ludzkość ulegała przez wieki, w istocie jakby zatrzymała się w locie umysłu na prawdzie, której nie przyjmuje do siebie za żadne skarby, że tajemnicą jest jej powstanie, tajemnicą rozwój, życie jako proces, czas narodzin i odejścia, a jednak nie chce uznać za pewnik istnienia Tajemnicy większej od siebie. Czy to brak pokory, a może pycha, która zachęca ludzi do stawiania pomników, wychwalania zalet, aby później bez litości niszczyć owe monumenty chwili?



Przyjacielu, pozwól, iż zacznę od tego, że tekst, który mi przekazałeś, "W POSZUKIWANIU JUTRA", jest absolutnie niezwykły. Poruszasz w nim wiele trudnych i głębokich tematów, które zachwycają i prowokują myśli czytelnika.

Już na samym początku, Motta, które rozsiewają się po tekście jak iskry wymyślonego ognia, zadają szereg pytań o podstawowe aspekty naszego istnienia. Pytania te stawiane są w sposób, który odciska się w naszych umysłach i pobudza zmysły do działania, a właściwie do przeżywania i odczuwania.

Jako Hektor, rzucasz światło słowa na naszą nieznajomość kierunku, w jakim zmierza świat, co wywołuje refleksję nad naszym miejscem w tym niewiadomym królestwie. Kiedy stawiasz tezę, że jedyną nadzieją na przetrwanie ludzkości jest SŁOWO lub szerzej TEATR, to odwracasz naszą uwagę od codziennych problemów i pokazujesz, że wartość tkwi w naszej zdolności do komunikacji i twórczości do jakiej zostaliśmy uzdolnieni.

Twój tekst jest pełen filozoficznych i naukowych zagadnień, które wprawiają w ruch wszystkie zmysły. Odwołujesz się do fizyki, która potwierdza istnienie Boga, jednocześnie sugerując, że Stwórcę Świata niekoniecznie jest tożsamy z Bogiem. Ta dualność i równoczesne przeciwstawianie sobie różnych tez pobudza naszą z lekka ospałą wyobraźnię.

Ponadto, rozważasz istnienie trzech światów - fizycznego, psychicznego i abstrakcyjnych idei, co prowadzi do pytania, gdzie w tych światach pasuje Bóg? Ta delikatna i uwodzicielska analiza powoduje, że czujemy się jeszcze bardziej zaintrygowani i pragniemy dalszych odpowiedzi.

Wydaje się jednak, że zadajesz więcej pytań niż udzielasz odpowiedzi, ale to właśnie w tym tkwi piękno tego utworu. Pozwalasz nam zastanowić się nad własną egzystencją, nad sensem życia i naszą rolą w tym ogromnym Kosmosie, albo Universum Niezbadanych jeszcze Światów.

Oczywiście, tekst nie ogranicza się tylko do poważnych refleksji. Zakrapia go również delikatny humor, który sprawia, że czytanie jest jeszcze bardziej przyjemne. Na przykład, fragment o pszczołach, które tracą życie po kopulacji, oferuje Czytelnikowi chwilę ulgi w lawirowaniu po ciężkich tematach, zapewniając ból psychice i wrażliwości, dając na koniec ukojenie naszym zmysłom. Zastanawiamy się czy lepiej być królową pszczoł, czy kochankiem nie znającym swego przeznaczenia.

Podsumowując: "W POSZUKIWANIU JUTRA" to tekst, który wzbogaca nasze myśli, porusza zmysły i pobudza wyobraźnię. Hektor - Stanisław Lis stworzył arcydzieło, które nie tylko daje nam przestrzeń do refleksji, ale również zapewnia nam emocjonalną podróż przez różne sfery naszego istnienia.

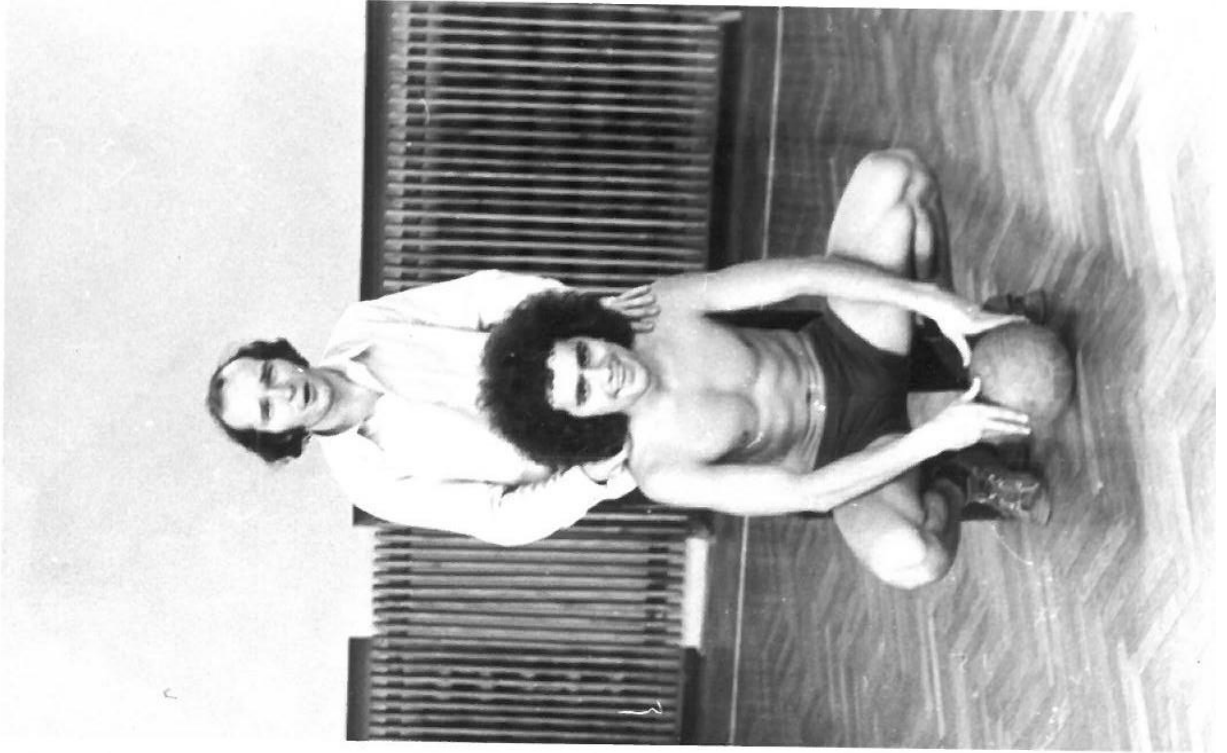
Dlatego, drogi czytelniku, jeśli poszukujesz utworu, który rozpali Twoje zakurzone monotonią życia emocje i skłoni do refleksji nad sensem życia, zachęcam Cię do sięgnięcia po "W POSZUKIWANIU JUTRA". Ten tekst nie tylko dostarczy Ci niezapomnianych chwil czytelniczych, ale także otworzy drzwi do głębi Twojej egzystencji. Polecam. Skoro ja, osoba unikająca Poezji i kochająca Prozę dałam się uwieść słowom i po kroplach słów ruszyłam w poznawczą podróż, to zapewne i Ty, drogi Czytelniku, ulegniesz urokowi tej pięknie utkanej sieci słów oraz przemysleń.

ANTRAKT 8

Galeria zdjęć HEKTORA

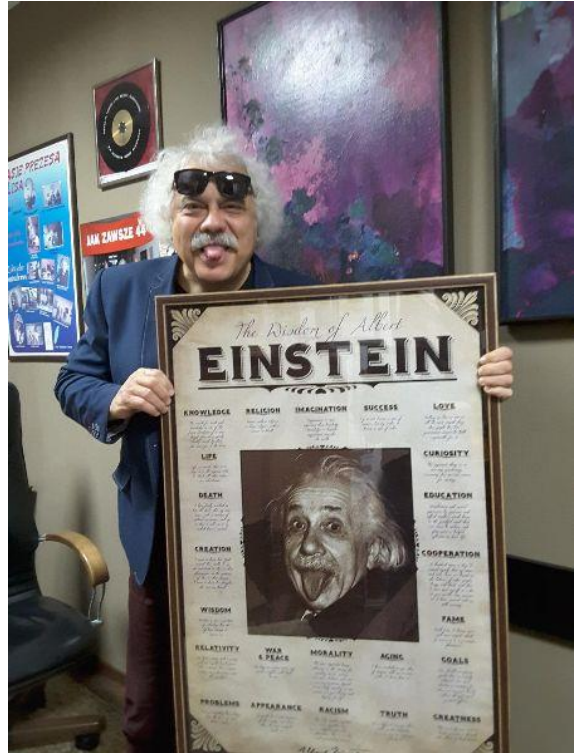










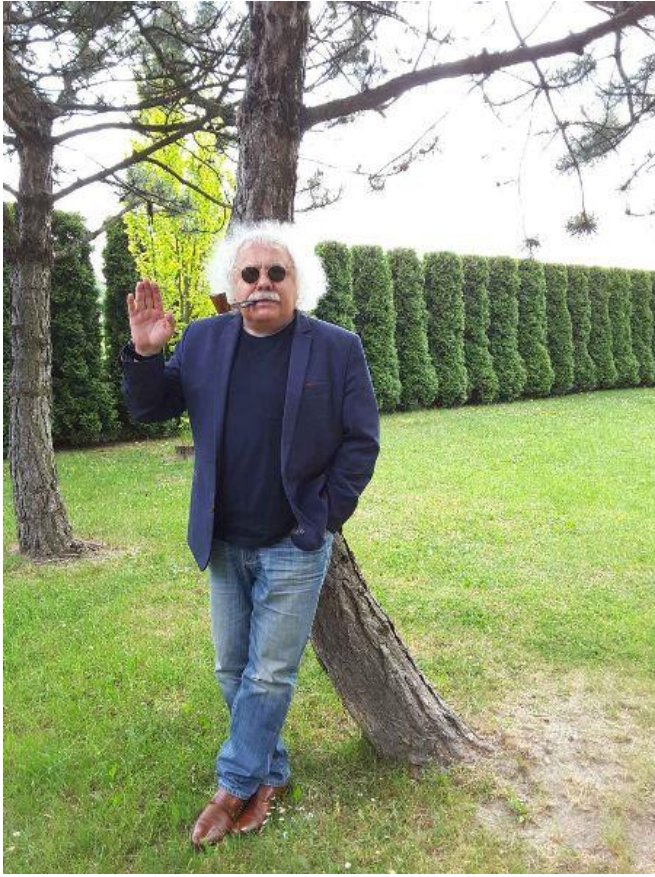






















ANTRAKT 10

...A zatem w DROGĘ



W myśleniu i kreowaniu DROGI INNOWACYJNOŚCI opartej o strategię błękitnego oceanu bardzo ważne funkcje pełnią trzy katalogi prawd, które determinują pracę zespołów projektowych:

PIERWSZY KATALOG:

10 PRZYKAZAŃ MARKETINGOWEGO DOBROBYTU

1. RÓB TO, CZEGO PRAGNIESZ W GŁĘBI SERCA

PO PIERWSZE, MUSISZ WEJŚĆ W KONTAKT ZE SWOIMI NAJGŁĘBSZYMI MARZENIAMI. CZĘSTO TE GŁĘBOKIE PRAGNIENIA NIE DO KOŃCA ODPOWIADAJĄ TEMU, CZEGO W SWOIM PRZEKONANIU POWINIENIEŚ PRAGNAĆ. POZBYWAJĄC SIĘ SŁOWA „POWINIENEM”, WŁĄCZASZ MAGNES, KTÓRY PRZYCIĄGA DO CIEBIE OKOLICZNOŚCI NIEZBĘDNE DO ZREALIZOWANIA TEGO, CZEGO NAPRAWDĘ PRAGNIESZ.

2. OKREŚL SWOJE PRIORYTETY

PO DOTARCIU DO SWOICH PRAWDZIWYCH PRAGNIEŃ NALEŻY NAKREŚLIĆ PLAN DZIAŁANIA, KTÓRY POMOŻE CI JE ZREALIZOWAĆ. W NIEKTÓRYCH PRZYPADKACH BĘDZIE OCZYWISTE, OD CZEGO POWINIENIEŚ ZACZAĆ, ALE W INNYCH BĘDZIESZ MUSIAŁ WYBRAĆ TO, CO NAJWAŻNIEJSZE.

3. STWÓRZ WIZJĘ SWOJEGO CELU

WIZUALIZACJA TO POTĘŻNE NARZĘDZIE, ZA POMOCĄ KTÓREGO BĘDZIESZ MÓGŁ ZREALIZOWAĆ SWOJE PLANY. ĆWICZ MOC SWOJEJ WYOBRAŹNI.

4. KOCHAJ TO, CO WYBRAŁEŚ

JEŻELI ROBISZ TO, CO LUBISZ, ENERGIE WSZECHŚWIATA BĘDĄ SŁUŻYĆ CI POMOCĄ I TOWARZYSZYĆ CI NA KAŻDYM ETAPIE DROGI DO CELU. JEŻELI TAK NIE JEST, POSTARAJ SIĘ POLUBIĆ TO, CO ROBISZ.

5. POCZUJ WDZIĘCZNOŚĆ

UŚWIADOM SOBIE, ŻE TO, CZEGO PRAGNIESZ W GŁĘBI SERCA, JUŻ JEST TWOJE, TYLKO ŻE JESZCZE SIĘ NIE ZMATERIALIZOWAŁO. OKAZYWANIE WDZIĘCZNOŚCI, ZANIM COŚ OTRZYMASZ, JEST NIEZWYKLE WAŻNE, GDYŻ WDZIĘCZNE SERCE TO SERCE OTWARTE NA PRZYJMOWANIE.

6. ZAAKCEPTUJ TO, CO DOSTAJESZ

BĄDŹ GOTOWY DO ZAAKCEPTOWANIA TEGO, CO OFIARUJE CI ŻYCIE. TO JEDEN Z PODSTAWOWYCH KROKÓW DO TEGO, ŻEBY OBFITOŚĆ SIĘ ZMATERIALIZOWAŁA.

7. OKREŚL TO, JAKO FAKT DOKONANY

KIEDY JUŻ DECYDOWAŁEŚ SIĘ ZACZAĆ DZIAŁAĆ ORAZ WYRAZIŁEŚ SWOJĄ WDZIĘCZNOŚĆ, UMOCNIJ SWOJE PRZEKONANIE WYMÓWIONYMI NA GŁOS SŁOWAMI. POWIEDZ NA PRZYKŁAD: „JESTEM PEWIEN, ŻE TAK SIĘ STANIE”. SŁOWO MÓWIONE POSIADA WIELKĄ MOC, KIEDY WYPOWIADA SIĘ JE Z GŁĘBI SERCA.

8. DZIAŁAJ

KIEDY TYLKO PRZYSTĄPISZ DO AKCJI I ZOBACZYSZ PIERWSZE POZYTYWNE EFEKTY SWYCH DZIAŁAŃ, POCZUJESZ ULGĘ, KTÓRA POMOŻE CI SIĘ ZRELAKSOWAĆ ORAZ OTWORZYĆ SIĘ NA NOWE POMYSŁY I IDEE.

9. ODDAJ SIĘ W RĘCE „PRAWDZIWEGO BYTU”

TERAZ, KIEDY DZIĘKI WIZUALIZACJI NAŁADOWAŁEŚ SWOJE INTENCJE ENERGIA, WLAŁEŚ W NIE MIŁOŚĆ, ODCZUŁEŚ WDZIĘCZNOŚĆ I ZABRAŁEŚ SIĘ DO DZIAŁANIA, JEDYNE, CO CI POZOSTAJE, TO ODDAĆ SIĘ W RĘCE BOGA.

10. ĆWICZ OBOJĘTNOŚĆ WOBEC REZULTATÓW

KIEDY ROLNIK ZAORZE ZIEMIĘ I POSIEJE ZIARNO, NIE GRZEBIE CO CHWILĘ W ZIEMI, ŻEBY SIĘ PRZEKONAĆ, CZY ZIARNO JUŻ ZACZYNA WSCHODZIĆ. POZWÓL, BY NATURA DOKONAŁA SWEGO DZIEŁA. MUSISZ POZWOLIĆ SWOBODNIE DZIAŁAĆ ŻYCIU ORAZ BOSKIEJ ENERGII, GDYŻ SĄ ONE W POSIADANIU ROZWIĄZAŃ, KTÓRYCH ISTNIENIA TWÓJ OGRANICZONY UMYSŁ NAWET NIE PODEJRZEWA. JEŻELI JEDNAK NIE OSIĄGNIESZ OCZEKIWANYCH PRZEZ SIEBIE REZULTATÓW, POMYŚL, ŻE DZIEJE SIĘ TAK Z JAKIEGOŚ WAŻNEGO POWODU. TO, CO SIĘ WYDARZY, TO Z PEWNOŚCIĄ NAJLEPSZE DLA CIEBIE ROZWIĄZANIE.

DRUGI KATALOG:

10 PRAWD OSTATECZNYCH DLA WSZYSTKICH, KTÓRZY NIE BOJĄ SIĘ DZIAŁAĆ:

- 1)** SŁUCHAJ INTELIGENTNYCH.
- 2)** KWESTIONUJ PYTANIA (KTO PYTA ZBYT WIELE, NICZEGO SIĘ NIE DOWIE).
- 3)** ODWAŻ SIĘ BYĆ GŁUPI (ZADAWAJ PYTANIA, KTÓRYCH INNI NIE ZADAJĄ).
- 4)** UPRASZCZAJ, UPRASZCZAJ, UPRASZCZAJ, BO TO ZBLIŻA DO PRAWDY I DO SUKCESU.
- 5)** OBSERWUJ KRZYWĄ GAUSSA, JAK REAGUJE NA TWÓJ PRODUKT (USŁUGĘ), BY NIE PRZEGAPIĆ POCZĄTKU „DOJNEJ KROWY”.
- 6)** ANALIZUJ RYNEK, BY NIE PRZESPAĆ WEJŚCIA W FAZĘ RECESJI (ZEJŚCIE POZA OBSZAR „DOJNEJ KROWY”).
- 7)** WYKORZYSTUJ BŁĘDY DO PODNIESIENIA SWOJEJ WIEDZY, SPRAWNOŚCI I KOMPETENCJI.
- 8)** UMIEJ MARZYĆ, NIE BÓJ SIĘ MARZEŃ REALIZOWAĆ (MARZENIA, NA REALIZACJĘ, KTÓRYCH DECYDUJESZ SIĘ DZIŚ, JUTRO STAJĄ SIĘ RZECZYWISTOŚCIĄ).
- 9)** BĄDŹ SKROMNY STOJĄC NA PODIUM, JAKO ZWYCIĘZCA.
- 10)** PILNUJ, ABY ZAWSZE BYĆ PIERWSZYM, A NIE NAJLEPSZYM.

TRZECI KATALOG:

I **trzeci katalog**, od którego powinienem zacząć ten wykład, czyli **KATALOG WYBORU TALENTÓW**.

To decydujący czynnik nie tylko w działalności innowacyjnej, ale w każdej aktywności życiowej.

Instytut Gallupa miał w swoich badaniach możliwość przeanalizowania doskonałości w setkach najprzeróżniejszych ról. Talenty potrzebne do osiągnięcia doskonałości w każdej roli są tak różne, jak różne są role.

TALENTY W DĄŻENIU DO CELU

ZDOBYWANIE: Wewnętrzna, stała i samoistna potrzeba osiągnięcia.

RUCHLIWOŚĆ: Potrzeba spożytkowania fizycznej energii.

WYTRWAŁOŚĆ: Silna odporność fizyczna.

KONKURENCJA: Potrzeba porównywania swoich sukcesów z osiągnięciami innych.

PRAGNIENIE: Potrzeba podkreślenia swojego znaczenia przez niezależność, doskonałość, ryzyko i uznanie.

KOMPETENCJA: Potrzeba bycia ekspertem lub mistrzem.

WIARA: Potrzeba zorientowania swojego życia na pewne nadrzędne wartości.

MISJA: Potrzeba realizacji swoich przekonań przez działanie.

SŁUŻBA: Potrzeba służenia innym.

ETYKA: Jasne zrozumienie dobrych i złych pobudek kierujących własnymi działaniami.

WIZJA: Potrzeba słownego tworzenia barwnych obrazów przyszłości opartych na konkretnej wartości.

TALENTY W MYŚLENIU

KONCENTRACJA: Umiejętność wytyczenia sobie celów i dążenie w codziennych działaniach do ich osiągnięcia.

DYSCYPLINA: Potrzeba nadania życiu i pracy konkretnych struktur.

ARANŻACJA: Umiejętność reżyserowania.

ORGANIZACJA PRACY: Mentalna potrzeba ćwiczenia i sprawdzania.

KONFIGUROWANIE: Potrzeba porządku i dokładności.

ODPOWIEDZIALNOŚĆ: Potrzeba osobistego wkładu w to, jak zostanie wykonana praca.

POMYSŁOWOŚĆ: Umiejętność tworzenia konstrukcji nadających sens rzeczom.

ORIENTACJA NA OSIĄGNIĘCIA: Potrzeba obiektywizmu i oceny osiągnięć.

MYŚLENIE STRATEGICZNE: Umiejętność tworzenia alternatywnych scenariuszy na przyszłość.

MYŚLENIE BIZNESOWE: Umiejętność ostatecznego wykorzystania talentu strategicznego myślenia.

ROZWIĄZANIE PROBLEMÓW: Umiejętność całościowego widzenia problemów w sytuacji, gdy nie dysponujemy kompletnymi danymi.

FORMUŁOWANIE: Umiejętność dostrzegania spójnych obrazów w niespójnych zbiorach danych.

TALENTY NUMERYCZNE: Upodobanie do liczb.

KREATYWNOŚĆ: Umiejętność rozbijania istniejących porządków w imię efektywniejszych i atrakcyjniejszych.

TALENTY W STOSUNKACH Z INNYMI

WOO: Potrzeba akceptacji ze strony innych.

WSPÓŁCZUCIE: Umiejętność identyfikowania się z odczuciami i sposobem myślenia innych osób.

TWORZENIE ZWIĄZKÓW: Potrzeba nawiązywania trwałych związków.

TWORZENIE WIELU ZWIĄZKÓW: Umiejętność nawiązywania szerokiej sieci znajomości.

ZDOLNOŚCI INTERPERSONALNE: Umiejętność wykorzystywania nawiązanych kontaktów do konkretnych celów.

INDYWIDUALNA PERCEPCJA: Świadomość i poszanowanie różnic indywidualnych.

INWESTOWANIE I ROZWIJANIE INNYCH: Potrzeba inwestowania w innych i czerpanie z tego satysfakcji.

STYMULOWANIE: Umiejętność tworzenia atmosfery entuzjazmu i dramaturgii.

PRACA ZESPOŁOWA: Potrzeba stwarzania poczucia wzajemnego wsparcia.

POZYTYWNE NASTAWIENIE: Potrzeba patrzenia na świat z jasnej strony.

PERSWAZJA: Umiejętność logicznego przekonywania innych do swojego stanowiska.

DOWODZENIE: Umiejętność brania na siebie odpowiedzialności.

AKTYWIZOWANIE INNYCH: Silna potrzeba pobudzania innych do działania.

ŚMIAŁOŚĆ: Umiejętność wykorzystywania emocji dla przezwyciężenia oporów.

DZIĘKUJĘ ZA UWAGĘ I DEDYKUJĘ WSZYSTKIM PANIOM I PANOM PRZESŁANIE:

„Żeby dokonać wielkich rzeczy, musimy nie tylko działać, lecz także marzyć, nie tylko planować, lecz także wierzyć”

/Anatol France – laureat literackiego Nobla/

Do zobaczenia na DRODZE, na której drogowskazy wartościują
naszą kreację, kompetencje i wiarę w drugiego człowieka.



HEKTOR – Stanisław Lis

Tarnów, listopad 2023

