

INNOWACYJNY START



GOSPODARKA WSPÓŁDZIELENIA

Spis treści

Od Redakcji ■ 3

Gospodarka współdzielenia
(sharing economy) ■ 4

Gospodarka współdzielenia – lekarstwo
w dobie konsumpcjonizmu? ■ 9

Skąd pochodzi żywność na moim stole? ■ 12

Ekologia i ekonomia współdzielenia
w jednym. Czy to możliwe? ■ 15

„Ważna, Uważna, Odważna” – zastosowanie
gospodarki współpracy w organizacji
warsztatów dla kobiet ■ 17

Kreatywność jako podstawowy
warunek rozwoju ■ 20

Wpływ inteligentnych specjalizacji na
rozwój gospodarczy Małopolski ■ 22

Gotowanie, czyli jak łączyć pasję
ze sposobem na życie ■ 25

Rewolucja w reklamie ■ 28

Problemy wynikające w firmach z powodu
pandemii na przykładzie Foto-chili ■ 30

Dron ratujący życie – wywiad
ze strażakiem innowatorem ■ 32

Świadomy design – współczesna poligrafia ■ 35

Kobaltowy świat ■ 37

myREST – marketingowe wsparcie
dla branży gastronomicznej ■ 41

innowacyjnystart.pl

 **Innowacyjna Małopolska**

- **REDAKTOR NACZELNY:** dr hab. Łukasz Mamica, prof. UEK (Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie)
- **SEKRETARZ REDAKCJI:** dr Piotr Kopyciński (Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie)
- **ZESPÓŁ REDAKCYJNY:** Agata Błaszczyk-Pasteczka, dr Renata Bartoszewicz (Centrum Transferu Technologii, CITTRU), Joanna Domańska (Urząd Marszałkowski Województwa Małopolskiego), Adelina Kasprzak (Centrum Transferu Technologii Uniwersytetu Rolniczego im. Hugona Kołłątaja w Krakowie), Maciej Łata (Tarnowska Agencja Rozwoju Regionalnego S.A.), Marlena Marek (Centrum Transferu Technologii Politechnika Krakowska), Joanna Okrzes (Urząd Marszałkowski Województwa Małopolskiego), Agnieszka Raczkowska (Urząd Marszałkowski Województwa Małopolskiego), dr Elżbieta Sztorc-Szcząber (Urząd Marszałkowski Województwa Małopolskiego), Agnieszka Wójcik (Dział Współpracy z Administracją i Gospodarką Akademii Górniczo-Hutniczej im. Stanisława Staszica w Krakowie), Barbara Wityńska-Słacz (Krakowski Park Technologiczny Sp. z o.o.)
- **KONTAKT Z REDAKCJĄ:** Departament Nadzoru Właścicielskiego i Gospodarki Urzędu Marszałkowskiego Województwa Małopolskiego, tel. (12) 63-03-444, (12) 63-03-248
e-mail: rozwoj.gospodarczy@umwm.malopolska.pl
- **NAKŁAD:** 2 000 egz.
- **OPRACOWANIE GRAFICZNE I DRUK:** Sil-Veg Druk s.c.

Przy okazji wydania 50. numeru Innowacyjnego Startu warto przypomnieć, że minęło już 15 lat od kiedy po raz pierwszy, w grudniu 2005 r., zaczęliśmy na tych łamach dzielić się doświadczeniami w zakresie różnych aspektów innowacyjności, jaka dotyczy Małopolski, ale też szerzej zachodzących zmian. Mając przyjemność pełnić funkcję redaktora naczelnego przez cały ten okres bardzo dziękuję wszystkim, których zaangażowanie umożliwiło wydawanie periodyku, także poprzez stronę internetową <http://innowacyjnystart.pl>.

Współdzielenie oznacza lepsze wykorzystanie dostępnych zasobów. Pozwala to nie tylko na obniżenie kosztów ich eksploatacji, ale zmniejsza presję na środowisko poprzez ograniczenie negatywnych efektów konsumpcji. W artykule wprowadzającym Piotr Kopyciński tłumaczy zawłość terminów związanych z gospodarką współdzielenia, a także odnosi się do problematyki mobilności, gdzie coraz popularniejsze staje się zjawisko współużytkowania. Problematykę współdzielenia w odniesieniu do współczesnego konsumpcjonizmu porusza również Agnieszka Wolak. Powołuje się na badania, z których wynika, że 63% respondentów w Polsce woli rzeczy współużytkować, a nie posiadać. W dobie poszukiwania oszczędności nastawionych na zmniejszenie presji na środowisko naturalne, każda inicjatywa z obszaru współdzielenia zasługuje na uwagę. Takim rozwiązaniem jest na pewno prezentowane w tym numerze Worcar.pl, narzędzie dedykowane pracodawcom i pracownikom, które pomaga im w organizacji codziennych dojazdów do pracy poprzez łączenie w grupy osób, które mogą dojeżdżać wspólnie. Ewa Jarosz przedstawia ideę i zasady funkcjonowania Wawelskiej Kooperatywy Spożywczej, której członkinie i członkowie sami organizują zakupy i dystrybucję ekologicznej żywności z małych gospodarstw rolnych.

O tym, jak hobby może się stać drugim zawodem opowiada Natalia Wójcik, która rozmawia z Dominiką Wójciak – zwyciężczynią III edycji programu Masterchef, autorką kilku kulinarnych książek, gotującą od dziecka z zamiłowaniem. O rewolucji w reklamie sprowadzającej się do wykorzystania tzw. „rozszerzonej rzeczywistości” pisze Joanna Pietrzyk.

Niestety prognozy dotyczące drugiej fali pandemii COVID-19 sprawdziły się w najgorszym wymiarze

Od Redakcji



dr hab. Łukasz Mamica prof. UEK



scenariusza. Obok troski o życie i zdrowie, wielu przedsiębiorców musi odnaleźć się w nowym, znacznie trudniejszym otoczeniu gospodarczym, jakie tworzy częściowe zamknięcie gospodarki. W numerze znajdą Państwo wywiad z Małgorzatą Wolanin – właścicielką zakładu fotograficznego, która dzieli się swoimi opiniami na temat konsekwencji ograniczeń w wyniku pandemii. Wymuszone zamknięcie gospodarki i życia społecznego spowodowane pandemią wymusza ograniczeniem kontaktów. Kiedy do się skończy, wiele czasu zajmie powrót do normalności. Na pewno przydatne okażą się działania integrujące i pozwalające na zastanowienie się nad własną przyszłością, jak prezentowane w tym numerze z warsztaty „Ważna, Uważna, Odważna”.

O tym, w jaki sposób łączyć aktywność w Ochotniczej Straży Pożarnej z budową nowatorskiego dronu dowiedzą się Państwo z lektury wywiadu z Jakubem Jurzakiem – studentem AGH. To innowacyjne rozwiązanie pozwoliło na zajęcie III miejsca w prestiżowym konkursie Intel International Science and Engineering Fair, a obecnie czeka ono na inwestora zainteresowanego wdrożeniem.

Zachęcam również do zapoznania się z prezentowanymi wynikami badań dotyczących wpływu inteligentnych specjalizacji na rozwój gospodarczy Małopolski. W firmach z tego obszaru zatrudnienie znajduje 1/4 ogółu pracujących w regionie. Małopolska zajmuje drugie miejsce w Polsce, po województwie mazowieckim, pod względem stopnia specjalizacji w zakresie branż usług opartych na wiedzy mierzonych liczbą pracujących i czwarte pod względem liczby podmiotów gospodarczych. Jest to istotne ponieważ czym wyższy odsetek pracujących w inteligentnych specjalizacjach, tym wyższa jest dynamika wzrostu PKB per capita.



Gospodarka współdzielenia (sharing economy)

Źródło: <http://freepik.com>



dr Piotr Kopyciński · Katedra Gospodarki Publicznej
Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie

W ostatnich latach problematyka gospodarki współdzielenia jest przedmiotem ożywionego zainteresowania zarówno ze strony naukowców, jak i osób, które za pomocą wymiany (użyczenia) chcą uzyskać dostęp do określonego dobra na korzystniejszych warunkach niż kupując nowy produkt. To, co kiedyś uważano często za oznakę problemów finansowych (np. zakup używanych ubrań), teraz wpisuje się w swoistą modę, a z teoretycznego punktu widzenia w koncepcje: gospodarki o obiegu zamkniętym (GOZ) oraz zrównoważonego rozwoju. Trudno jednak przywrócić niektóre dawne nawyki bez zaangażowania producentów, a często i interwencji władz publicznych. Powstaje przykładowo pytanie: jak zachęcić kogoś do naprawy parasola, której koszt może przewyższać cenę nowego, a znalezienie parasolnika graniczy z cudem? Przykładowo, wpisując w przeglądarce interne-

towej hasło „naprawa parasoli Kraków” pojawiają się jedynie trzy oferty, z czego jedna dotyczy parasoli ogrodowych.

I. Co to jest gospodarka współdzielenia

Sharing economy to inaczej gospodarka współdzielenia (sformułowanie często błędnie tłumaczone jako „ekonomia współdzielenia”), termin wieloznaczny, rozumiany jako „systemy, które ułatwiają dzielenie się nie w pełni wykorzystanymi zasobami lub usługami – odpłatnie lub bezpłatnie – bezpośrednio między podmiotami indywidualnymi lub organizacjami” (Sobiecki 2016; Botsman 2010). Współdzielenie obejmuje różne obszary, zarówno konsumpcji, jak i produkcji oraz finansowania. Gospodarka współdzielenia obejmuje trzy kategorie uczestników. Należą do nich (Poniatowska-Jaksch i Sobiecki 2016):

1. Dostawcy usług, którzy dzielą się aktywami, zasobami, czasem lub umiejętnościami (mogą to być jednostki prywatne okazjonalnie oferujące usługi lub usługodawcy zawodowi, funkcjonujący w ramach swojej profesjonalnej działalności).
2. Użytkownicy.
3. Pośrednicy łączący za pomocą działających online platform internetowych usługodawców z użytkownikami, którzy obsługują transakcje pomiędzy nimi.
4. Gospodarka dostępności (*access economy*) – możliwość płacenia za dobra zamiast posiadania ich na własność.
5. Gospodarka rówieśników (*peer economy*) – systemy ułatwiające bezpośrednią wymianę pomiędzy równymi podmiotami.
6. Gospodarka o obiegu zamkniętym lub gospodarka cyklicznego wykorzystania dóbr (*circular economy*) – systemy umożliwiające przedłużenie cyklu życia produktów.
7. Gospodarka zadaniowa (*gig economy*) – odejście od pracy wykonywanej w formie ciągłej na rzecz odpłatnej realizacji indywidualnych zadań przez niezależnych pracowników.
8. Gospodarka podarunkowa (*gift economy*) – przekazywanie dóbr bez odpłatności lub usługi zwrotnej.
9. Gospodarka dóbr na żądanie (*on-demand economy*) – dostarczania towarów i usług na żądanie, tj. dokładnie wtedy, gdy są niezbędne.
10. Gospodarka wynajmu (*rental economy*) – odpłatny wynajem zasobów zastępujący zakup.

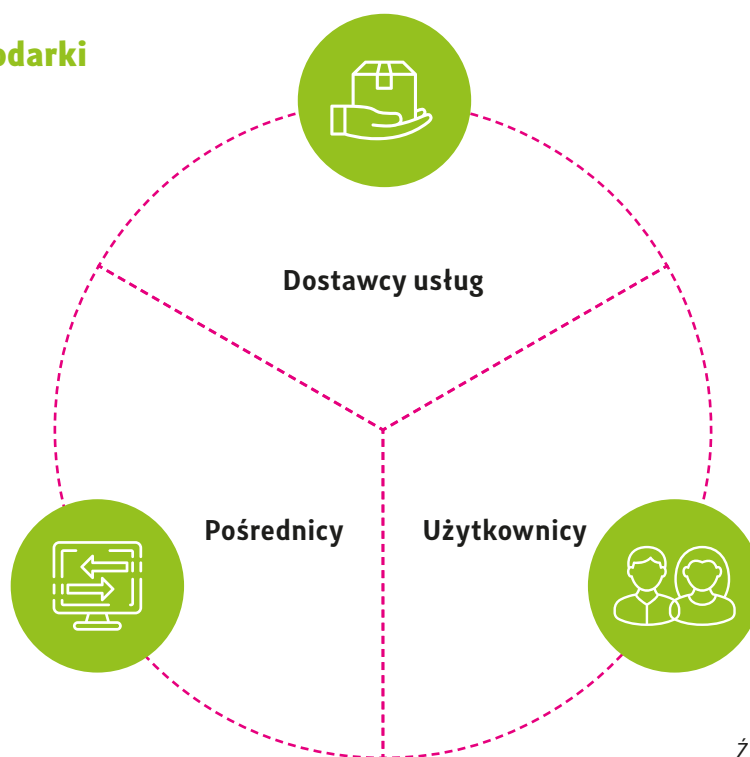
Z omawianą problematyką jest związanych wiele terminów. Uwzględniając system obiegu zasobów wg R. Botsmana, G. Sobiecki (2016, s. 29–32; publikacja on-line: (https://ssl-administracja.sgh.waw.pl/pl/OW/publikacje/Documents/Sharing_economy_Poniatowska_Sobiecki.pdf; dostęp: październik 2020) wyróżnia następujące pojęcia:

1. Gospodarka współpracy (*collaborative economy*) – wymiana bez pośrednictwa innych podmiotów.
2. Współdzielona konsumpcja (*collaborative consumption, CC*) – dostępność zamiast posiadania, czyli np. wynajem, zamiana, dzielenie się, barter.
3. Gospodarka współdzielenia (*sharing economy*) – systemu umożliwiające odpłatne lub bezpłatne, pośrednie lub bezpośrednie dzielenie się zasobami lub usługami.

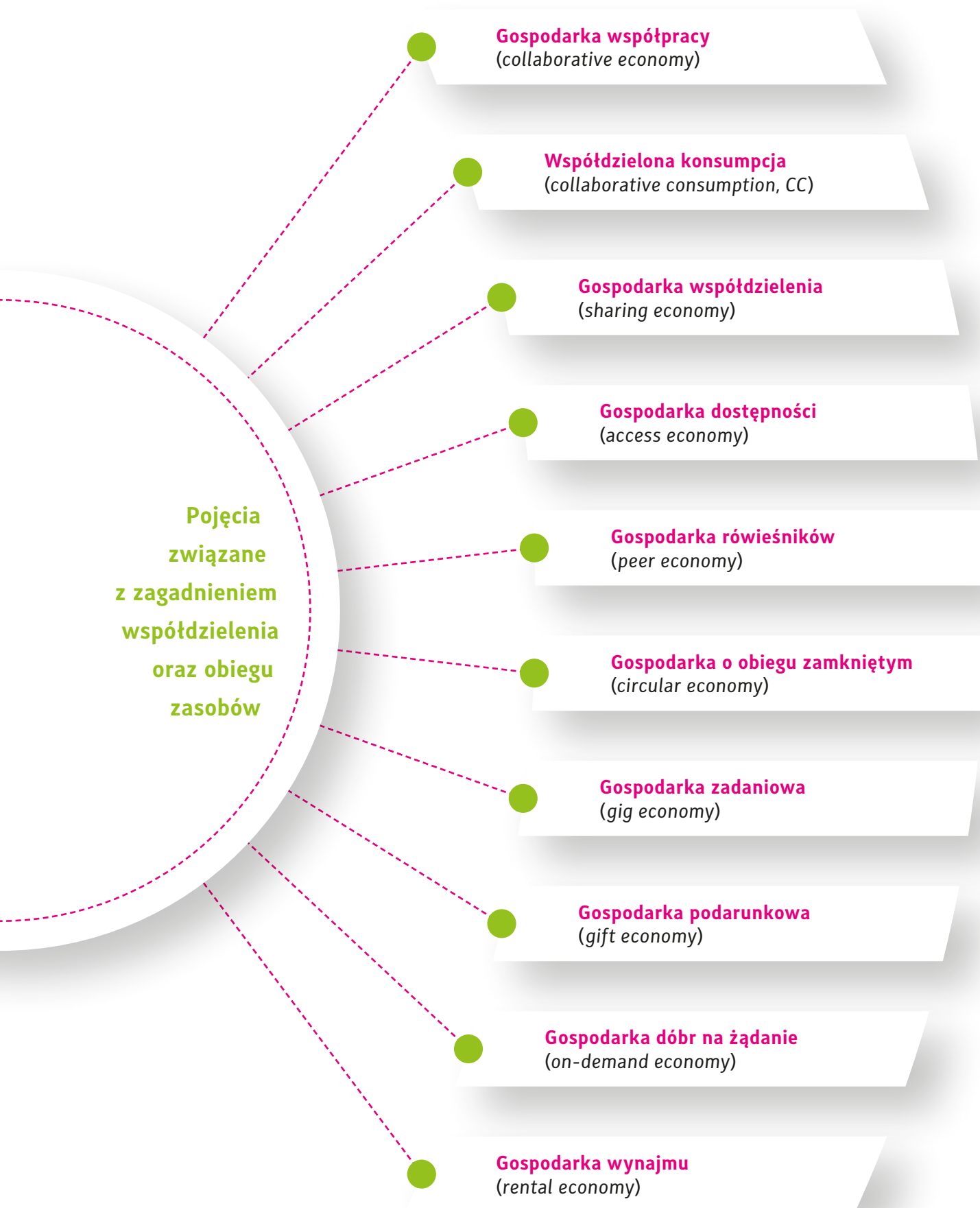
Jak więc można zauważyć, współdzielenie to szeroki temat, który można rozpatrywać z perspektywy obiegu zasobów. W dalszej części autor chciałby się skoncentrować na przykładowym aspekcie, którym jest współdzielenie w zakresie mobilności.

cd. na str. 6 ■

Uczestnicy gospodarki współdzielenia



Źródło: opracowanie własne



II. Współdzielenie – problematyka mobilności

Współdzielenia w zakresie mobilności wpisuje się w koncepcję użytkowania zamiast posiadania. Chodzi tu m.in. o współdzielenie samochodów, rowerów, UTO – urządzeń transportu osobistego (np. hulajnóg elektrycznych), a także rozwój nisko- i zeroemisyjnego transportu zbiorowego. Zagadnienia te wiążą się z problematyką zrównoważonego transportu.

Zrównoważony transport należy traktować jako istotną składową polityki zrównoważonego rozwoju, zakładającą określone działania w wymiarze społecznym, gospodarczym i środowiskowym. Wyznaczaniem kryteriów pozwalających określić stan zrównoważonego transportu są zainteresowane różne podmioty międzynarodowe, jak Bank Światowy, OECD, czy też UE. Monitorowanie zrównoważonego transportu stanowi element polityki transportowej UE, jednak wykorzystywany wskaźniki przyjmują głównie charakter informacyjny (Załoga et al. 2014). Europejska Federacja Transportu i Środowiska (EFTE) zrównoważony transport rozumie jako: „przemieszczanie, które zaspokaja potrzeby mobilności dzisiejszych pokoleń, dbając jednocześnie o stan środowiska, warunki życia oraz możliwość rozwoju gospodarczego przyszłych generacji, wyrażające udział transportu w realizacji idei zrównoważonego rozwoju” (Załoga 2013, s. 7). Z kolei zdaniem OECD zrównoważony system transportowy to taki, „który nie zagraża zdrowiu publicznemu lub ekosystemom i zaspokaja potrzeby transportowe zgodnie z zasadami (a) wykorzystywania zasobów odnawialnych poniżej poziomu ich zdolności do odtworzenia i (b) zasobów nieodnawialnych poniżej poziomu rozwoju ich odnawialnych substytutów”³. (Załoga et al. 2013, s. 85).

Jak można wywnioskować z powyższych opisów, problematyka transportu jest istotna w kontekście zrównoważonego rozwoju. O ile kilka lat temu zwracano uwagę na problematykę zrównoważonego transportu, to obecnie mówi się o mobilności, uznając ją zarazem za istotny składnik problematyki GOZ. Jednym z wymiarów mobilności, na który zwraca się uwagę, jest *car-sharing*. Należy jednak w tym kontekście podkreślić, że w interesującym nas aspekcie współdzielenie nie ogranicza się do samochodów, ale obejmuje również inne urządzenia, jak rower, czy też urządzenia transportu osobistego (UTO), w tym hulajnogi elektryczne.

Zrównoważony transport należy traktować jako istotną składową polityki zrównoważonego rozwoju, zakładającą określone działania w wymiarze społecznym, gospodarczym i środowiskowym.

Biorąc pod uwagę istotność powyższych zagadnień, w ramach projektu „otoGOZ” (o którym była mowa w poprzednim numerze „Innowacyjnego startu”) zespół ekspertów Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie podjął się próby zaproponowania syntetycznego wskaźnika dot. współdzielenia, przy uwzględnieniu różnych aspektów mobilności. Autorzy nie dotarli do badania prezentującego taki wskaźnik. Ich propozycja obejmuje więc miary postulatywne, których uzyskanie byłoby możliwe m.in. na poziomie operatorów poszczególnych systemów wynajmu. Punktem wyjścia w tym przypadku powinna być skala mikro (miasto), w której można by przeprowadzić badania pilotażowe testujące wskaźniki, a w dalszej przyszłości, kumulując dane, byłoby możliwe uzyskanie informacji na poziomie mezo (województwa) i makro (kraju).

Planuje się, aby syntetyczny wskaźnik dotyczący współdzielenia w zakresie mobilności obejmował następujące wymiary:

1. Samochody dostępne w systemie wynajmu na minuty w przeliczeniu na 1 mieszkańca
2. Średnia cena rynkowa wypożyczenia samochodu na 1 godzinę w systemie wynajmu na minuty
3. Stopień wykorzystania (w %) 1 samochodu w systemie wynajmu na minuty
4. Liczba rowerów dostępnych w systemie wynajmu na minuty w przeliczeniu na 1 mieszkańca
5. Liczba stacji rowerowych w systemie wynajmu na minuty w przeliczeniu na 1 mieszkańca
6. Stopień wykorzystania (w %) 1 roweru w systemie wynajmu na minuty



Źródło: <http://freepik.com>

■ Gospodarka współdzielenia , cd. ze str. 7

7. Liczba hulajnóg i innych urządzeń transportu osobistego (UTO) dostępnych w systemie wynajmu na minuty w przeliczeniu na 1 mieszkańca
8. Stopień wykorzystania (w %) 1 UTO w systemie wynajmu na minuty
9. Odsetek mieszkańców korzystających z transportu zbiorowego
10. Liczba samochodów zarejestrowanych na użytkowników prywatnych w przeliczeniu na 1 mieszkańca (destymulanta)
11. Wypełnienie (w %) samochodów na dłuższych trasach

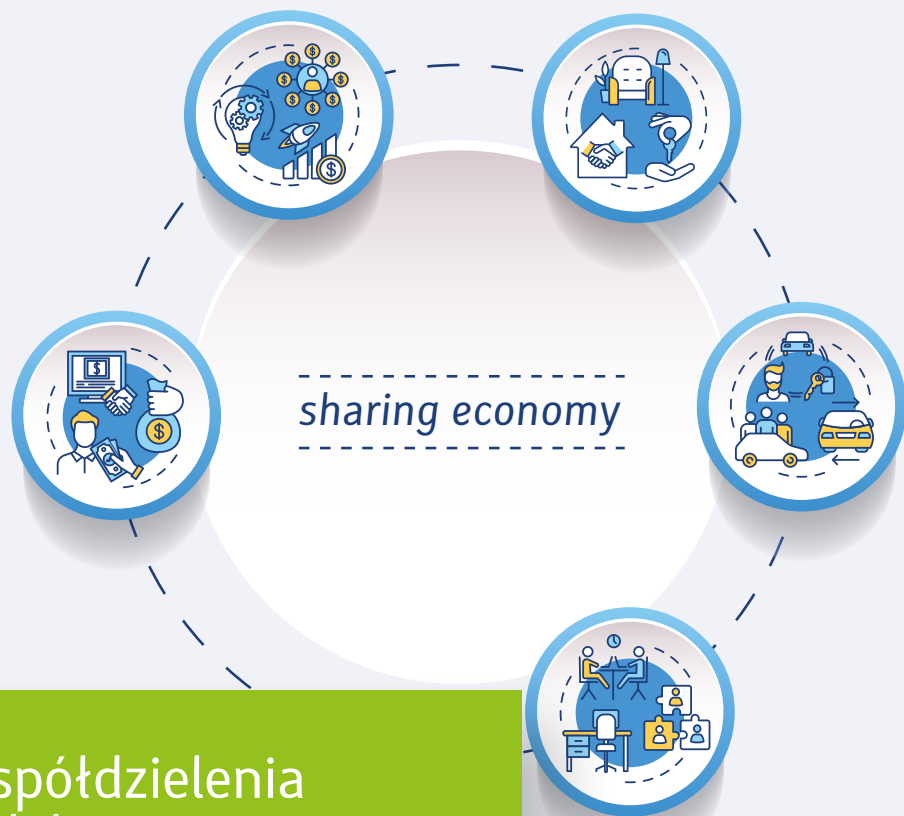
Autorzy niniejszej propozycji mają nadzieję, że uda się przekonać władarzy wybranego miasta do przeprowadzenia pilotażowego badania pozwalającego na zweryfikowanie niniejszych wskaźników.

Więcej informacji o projekcie „oto'GOZ” można uzyskać pod niniejszym linkiem:

- <http://circularhotspot.pl/pl/oto-goz>

Literatura:

1. Botsman, R. i Rogers, R. 2010. What's Mine is Yours: How Collaborative Consumption is Changing the Way We Live, London: Collins.
2. Poniatowska-Jaksch M., Sobiecki R., (red.). 2016. Sharing economy (gospodarka współdzielenia), Oficyna Wydawnicza SGH, Warszawa. s
3. Sobiecki G. 2016. Sharing economy – dylematy pojęciowe., W: Poniatowska-Jaksch M., Sobiecki R., (red.). 2016. Sharing economy (gospodarka współdzielenia), Oficyna Wydawnicza SGH, Warszawa
4. Załoga, E., Gozdek, A. Wskaźniki zrównoważonego rozwoju transportu w Unii Europejskiej – analiza zmian, Logistyka 6/2014.
5. Załoga, E. 2013. Trendy w transporcie lądowym Unii Europejskiej, Uniwersytet Szczeciński, Rozprawy i Studia T. (CMXLVII) 873, Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego, Szczecin.



Gospodarka współdzielenia – lekarstwo w dobie konsumpcjonizmu?



Agnieszka Wolak
Studentka Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie

Źródło: <http://freepik.com>,
opracowanie własne

9

Idea dzielenia się przyświecała ludziom od zawsze. Dzielili oni rzeczy od zarania dziejów. Niemniej jednak dopiero w drugiej połowie XX wieku zjawisko to nazwali Marcus Felon oraz Joel L. Speth. Nadali mu miano *sharing economy* – czyli gospodarka współdzielenia. Dziś jest ono niezwykle popularne, a branże wpisujące się w tę koncepcję rozwinęły się na tyle, że jesteśmy w stanie dzielić praktycznie wszystko, od mieszkań po samochody czy hulajnogi.

Czym jest *sharing economy*?

Pojęcie gospodarki współdzielenia można odbierać jako model biznesowy, który pozwala nam wypożyczać lub wynajmować dobra innych osób. Ten model biznesowy stale się rozwija. Przewiduje się, że trend ten będzie stale rosł. Głównie ze względu na przedmioty sezonowe – jak narty, ale też sprzęt dla dzieci, czy nawet strój na wyjątkową okazję.

Konsument w czasach gospodarki współdzielenia

Według agencji Havas Worldwide, która przeprowadziła raport „Nowy typ konsumenta i gospodarka oparta na współdzieleniu”, 52% ankieterów zgodziło się ze stwierdzeniem, że bez trudu mogłoby się obyć bez większości rzeczy, które posiada. Ta odpowiedź wskazuje na problemy dzisiejszego świata, którymi są nadmierna konsumpcja oraz wykorzystywanie ograniczonych zasobów naturalnych. Konsumenti stają się coraz bardziej świadomi. Efektem czego jest nastanie ery „EKO”. Świadomi konsumenci wybierają dobra ekologiczne. Ekologiczne samochody, ekologiczne produkty czy nawet domy. Również producenci zaczęli przywiązywać większą wagę do tego, aby unikać nadprodukcji, a wytwarzane dobra były coraz bardziej ekologiczne. Niewątpliwie w ten trend wpisuje się gospodarka współdzielenia.

cd. na str. 10 ■

Najbardziej atrakcyjne aspekty gospodarki współdzielonej wg badanych



oszczędność pieniędzy



poczucie, że jest się aktywnym i użytecznym w społeczeństwie



ograniczenie konsumpcji i emisji CO₂



udział w szerszym ruchu sprzeciwu wobec nadmiernej konsumpcji



Źródło: <http://freepik.com>, opracowanie własne

Lepsza konsumpcja w oczach Polaków

Zdecydowana większość badanych uważa, że postęp nie jest efektem zwiększonej konsumpcji, tylko poprawy jej jakości. Badani w Polsce zgodnie twierdzą, że ograniczenie konsumpcji przyczyni się do ograniczenia miejsc pracy, a kupowanie produktów to akt patriotyzmu dla ojczystej gospodarki. Dodatkowo, badania dowodzą, że większość konsumentów zwraca uwagę na to, aby kupować produkty o lepszej jakości oraz takie, które łatwiej jest poddać recyklingowi. Respondenci w Polsce za trafniejsze uważają nabywanie rzeczy, których naprawdę potrzebują oraz recykling i zmianę przeznaczenia rzeczy niepotrzebnych. Wspólne nabywanie towarów i ich współdzielenie jest znacząco bardziej popularne wśród młodszych grup wiekowych (konsumentów w wieku 16–34 lat). Możliwe, że wiąże się to z większą cyfryzacją ludzi młodszych, którzy chętniej korzystają z aplikacji umożliwiają-

cych współdzielenie. Polacy zdecydowanie chętniej będą dzielić się rzeczami, które znajdują się w ich posiadaniu.

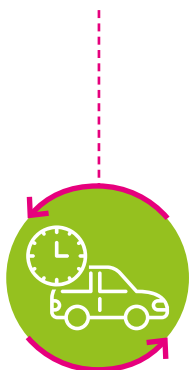
Atrakcyjność produktów współużytkowanych

Aby rynek był gotowy na szersze wdrożenie koncepcji współdzielenia, konsument musi być gotowy się dzielić. W Polsce 63% badanych twierdzi, że woli rzeczy współużytkować, niż je posiadać. Jest to dobra prognoza dla Polski. Badani pytani o najbardziej atrakcyjne aspekty tej idei zwracają uwagę kolejno na:

- oszczędność pieniędzy,
- poczucie, że jest się aktywnym i użytecznym w społeczeństwie,
- ograniczenie konsumpcji i emisji CO₂,
- udział w szerszym ruchu sprzeciwu wobec nadmiernej konsumpcji.

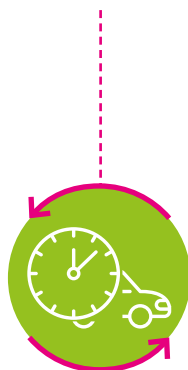
Możliwości współdzielenia w Krakowie

Jak już zostało wcześniej wspomniane, głównym źródłem możliwości współdzielenia są aplikacje oraz reklama internetowa dla producentów. Aktualnie przykładami firm, których strategia opiera się na modelu *sharing economy* i działa w Krakowie są:



Trafficar i Panek

firmy zajmujące się wynajmowaniem samochodów na krótki okres czasu, wszystkie formalności można dopełnić pobierając ich aplikacje.



Car smile

firma zajmująca się wynajmem długoterminowym samochodów osobowych. Formalności dopełniamy przez stronę internetową.



Bolt, Uber, Lyft

aplikacje mobilne, które umożliwiają przemieszczanie się – działają na zasadzie taksówek. Wszystkie formalności również dopełniane są przez użytkownika w aplikacji mobilnej.



Lime, Hulaj, Bolt

wynajem hulajnóg elektrycznych, również za pomocą aplikacji mobilnej.



Bookcrossing

akcja społeczna zajmująca się wymianą nieużywanych przez nas książek.



Spotify, Netflix czy HBO

serwisy streamingowe oferujące muzykę (Spotify) oraz filmy i serie (HBO, Netflix), które również można współdzielić z innymi.

Źródła:

1. Raport Agencji Havas Worldwide pt. „Nowy typ konsumentów i gospodarka oparta na współdzieleniu”, Warszawa 2014



Skąd pochodzi żywność na moim stole?



Ewa Jarosz
Koordynatorka Wawelskiej Kooperatywy Spożywczej

12

Kooperatywa spożywcza to jedna z form tzw. alternatywnych sieci żywnościowych, do których zaliczają się też niektóre targi rolne (np. Targ Pietruskowy w Krakowie) oraz RWS (Rolnictwo Wspierane przez Społeczność). Ich celem jest ominięcie przez konsumentów dominujących na rynku praktyk przemysłowej produkcji i dystrybucji żywności, a także długich i złożonych łańcuchów dostaw. In-

nymi słowy kooperatywa spożywcza to grupa osób, które wspólnie kupują żywność bezpośrednio od rolników i producentów, a następnie dystrybuują ją między sobą. Istotą uczestniczenia w kooperatywie jest więc zaspokajanie codziennych potrzeb konsumenckich jej członkiń i członków. Brzmi zwyczajnie, ale po bliższym poznaniu kooperatywa okazuje się tworem zgoła niecodziennym.



Niecodzienne są zasady konstruowania asortymentu kooperatywy. Kluczowe jest tu przekonanie, że żywność nie może być traktowana jak każdy inny towar, a zatem poddawana logice maksymalizacji zysku kosztem innych wartości. Żywność, w którą zaopatrują się jej członkowie, jest oczywiście zdrowa i dobrej jakości, ale także wytworzona możliwie lokalnie, z poszanowaniem pracy rolników, dobrostanu zwierząt i zasobów naturalnych Ziemi. Krótkie łańcuchy dostaw to także mniejszy ślad węglowy konsumowanego przez nas jedzenia. Każda kooperatywa sama ustala szczegółowe zasady doboru swoich dostawców. Idea łączenia żywności z formą jej produkcji nigdy jednak nie jest tu elementem strategii marketingowej, ale fundamentalnym mechanizmem wbudowanym w podstawy jej funkcjonowania.

Kooperatywy kupują żywność bezpośrednio od rolników, w cenach dużo wyższych niż te oferowane w skupach, a zarazem adekwatnych do trudu pracy na roli. Wspierają tym samym utrzymanie niewielkich gospodarstw produkujących różnorodną żywność wysokiej jakości w sposób ekologiczny i etyczny. To ważny cel kooperatyw, ponieważ udział takich gospodarstw w polskim rynku rolnym to tylko 3,5% i cały czas spada. Jednocześnie, ceny żywności są w kooperatywie niższe niż w sklepach ekologicznych, czy internetowych platformach „od rolnika”. Czasem dorównują cenom z supermarketów, choć trudno osiągnąć taki poziom ze względu na system unijnych dopłat do wielkoobszarowego rolnictwa i siłę nabywczą dużych podmiotów gospodarczych. Generalnie jed-

Kooperatywa spożywcza to grupa osób, które wspólnie kupują żywność bezpośrednio od rolników i producentów, a następnie dystrybuują ją między sobą.

nak żywność wysokiej jakości jest w kooperatywie dostępna dla przeciętnego konsumenta. Jak to możliwe?

Nieformalna spółdzielnia, demokracja w działaniu

Wstępując do kooperatywy, jej członkinie i członkowie przestają być tylko konsumentami. Stają się również „udziałowcami” odprowadzającymi do wspólnej kasy niewielki procent swoich zamówień w postaci „funduszu gromadzkiego”, z którego finansowany jest najem lokalu i inne bieżące potrzeby. Są także „członkami zarządu” mogącymi współdecydować o każdym aspekcie funkcjonowania kooperatywy i „pracownikami”,

cd. na str. 14 ■



którzy przez minimum 3 godziny w miesiącu pracują na jej rzecz. Wszystkie funkcje są tu dobrowolne i rotacyjne, każdy wnosi do wspólnoty to co potrafi i w takim wymiarze, na jaki w danym momencie może sobie pozwolić. Co można robić w kooperatywie? Pracować przy organizacji cotygodniowych zamówień, koordynować współpracę z rolnikiem, poszukiwać dostawców, wprowadzać nowych członków, sprzątać, dbać o wydarzenia edukacyjne i integracyjne. To tylko wybrane czynności, których może być o wiele więcej.

Struktura organizacyjna kooperatywy zbudowana jest wokół grup roboczych odpowiedzialnych za poszczególne obszary. Regularnie też odbywają się Walne Zgromadzenia, gdzie najważniejsze decyzje podejmowane są na zasadzie konsensusu „super-większości” (schemat wypracowany przez Kooperatywę Spożywczą „Dobrze” z Warszawy: <https://www.dobrze.waw.pl/procedura-podejmowania-decyzji-na-zgromadzeniach-walnych/>; dostęp: październik 2020). Oczywiście model ten nie jest idealny. Bywa nieefektywny i nadmiernie obciążający poszczególne osoby zaangażowane w działanie kooperatywy. Zapewnia jednak wartości niezwykle deficytowe w dzisiejszych czasach: dialog, poczucie prawdziwego wpływu na rzeczywistość oraz bliskiego kontaktu z żywnością, którą kilka razy dziennie zjadamy my i nasi najbliżsi.

Spółeczność

Bliskimi często stają się też inni kooperanci i kooperantki, bo społeczność to zdecydowanie największa wartość kooperatywy. Wspólna praca, dyskusowanie i podejmowanie decyzji, wyjazdy do rolników, świętowanie urodzin kooperatywy i wigilie, wreszcie ciągłe poczucie wdzięczności, że ktoś wykonał dla nas dobrą pracę – to wszystko sprawia, że z czasem cotygodniowe zakupy spożywcze przypominają bardziej wizytę u dobrych przyjaciół niż w sklepie. Doświadczenie kooperatywy doskonale ujęła Alexandra Schwartz w swoim tekście o brooklyńskiej Park Slope Food Co-op: „Dołączyłam do Kooperatywy i wydała mi się klaustrofobicznie pełna ludzi, nielogicznie zorganizowana, a korzystanie z niej absurdalnie niedogodne. Innymi słowy, to była miłość od pierwszego wejrzenia.”

Więcej o Wawelskiej Kooperatywie Spożywczej:

- <https://www.facebook.com/wawelskakooperatywaspozywca/>
- <https://wawelskakooperatywa.pl/blog/>

Źródło zdjęć:

„Informacje o sytuacji rolnictwa ekologicznego w Polsce pochodzą z Atlasu Rolnego https://pl.boell.org/sites/default/files/atlas_rolny_strony_maly.pdf i raportu NIK <https://swiatrolnika.info/uprawy-ekologiczne-w-polsce>”





Ekologia i ekonomia współdzielenia w jednym. Czy to możliwe?



Małgorzata Kwiecień · Urząd Marszałkowski Województwa Małopolskiego, Departament Nadzoru Właścicielskiego i Gospodarki

Źródło: <https://worcar.pl/>

Ekologia i ekonomia współdzielenia w jednym. Czy to możliwe?

Odpowiedź na to pytanie znalazł Krzysztof Bańkowski, twórca platformy Worcar.pl, która stanowi synergię ekologicznych i ekonomicznych rozwiązań dla biznesu.

Czym jest Worcar.pl? To narzędzie dedykowane pracodawcom i pracownikom, które pomaga im w organizacji codziennych dojazdów do pracy. Platforma jest przeznaczona dla wszystkich firm, do których codziennie własnymi samochodami dojeżdżają pracownicy, w tym między innymi dla parków biznesowych, szpitali, dużych magazynów czy zakładów produkcyjnych.

Inspiracją dla stworzenia tego narzędzia był... problem. – *Wszystko zaczęło się przed dwoma laty, kiedy przyszło mi do głowy rozwiązanie problemu z przepełnionym parkingiem w moim miejscu pracy. Duża fabryka, mnóstwo pracowników i ciągle zapelniony parking przyzakładowy. Postanowiłem*

zbudować stronę internetową, która pomagałaby pracownikom dojeżdżającym do pracy z różnych części regionu organizować się w grupy – wspomina Krzysztof Bańkowski. Rozwiązanie miało przenieść na platformę informacje wywieszane dotychczas na firmowej tablicy ogłoszeń, aby dostęp do nich miał każdy pracownik – w firmie i w domu.

Głównymi klientami platformy Worcar.pl są pracodawcy. To dzięki ich włączeniu się w ten projekt poprzez uruchomienie firmowego carpoolingu (w uproszczeniu – grupowych dojazdów), możliwe jest dotarcie do ogromnej grupy ludzi, którzy każdego dnia podróżują do pracy swoimi samochodami. Dla pracodawcy to też duża wartość, bowiem inwestuje w poprawę warunków pracy swoich pracowników. Platforma, od momentu pomysłu do jej obecnego kształtu, bardzo się zmieniła, m.in. dzięki udziałowi Krzysztofa Bańkowskiego w programie akceleracyjnym #StartUP Małopolska, realizowanym przez Urząd Marszałkowski Województwa Małopolskiego. – *Udział w programie pozwolił mi rozwinąć skrzydła. Przy wsparciu*

Odkryj korzyści z systemu Worcar.pl



Dla pracowników

Pokaż, że Twoja firma jest atrakcyjnym pracodawcą, otwartym na innowacje. Zaopferuj swoim pracownikom nowoczesne narzędzie, które rozwiązuje ich problemy z dojazdem do pracy, pomaga oszczędzić czas i pieniądze.

Dla firmy

Przekonaj się, jak Worcar wpływa na wizerunek przedsiębiorstwa na rynku. Dołącz do grona firm, które dbają o komfort pracowników, a jednocześnie podchodzą w sposób odpowiedzialny do tematu ochrony środowiska.



 Działamy w całej Polsce i Europie.

Źródło: <https://worcar.pl/>

■ Ekologia i ekonomia współdzielenia w jednym, cd. ze str. 15

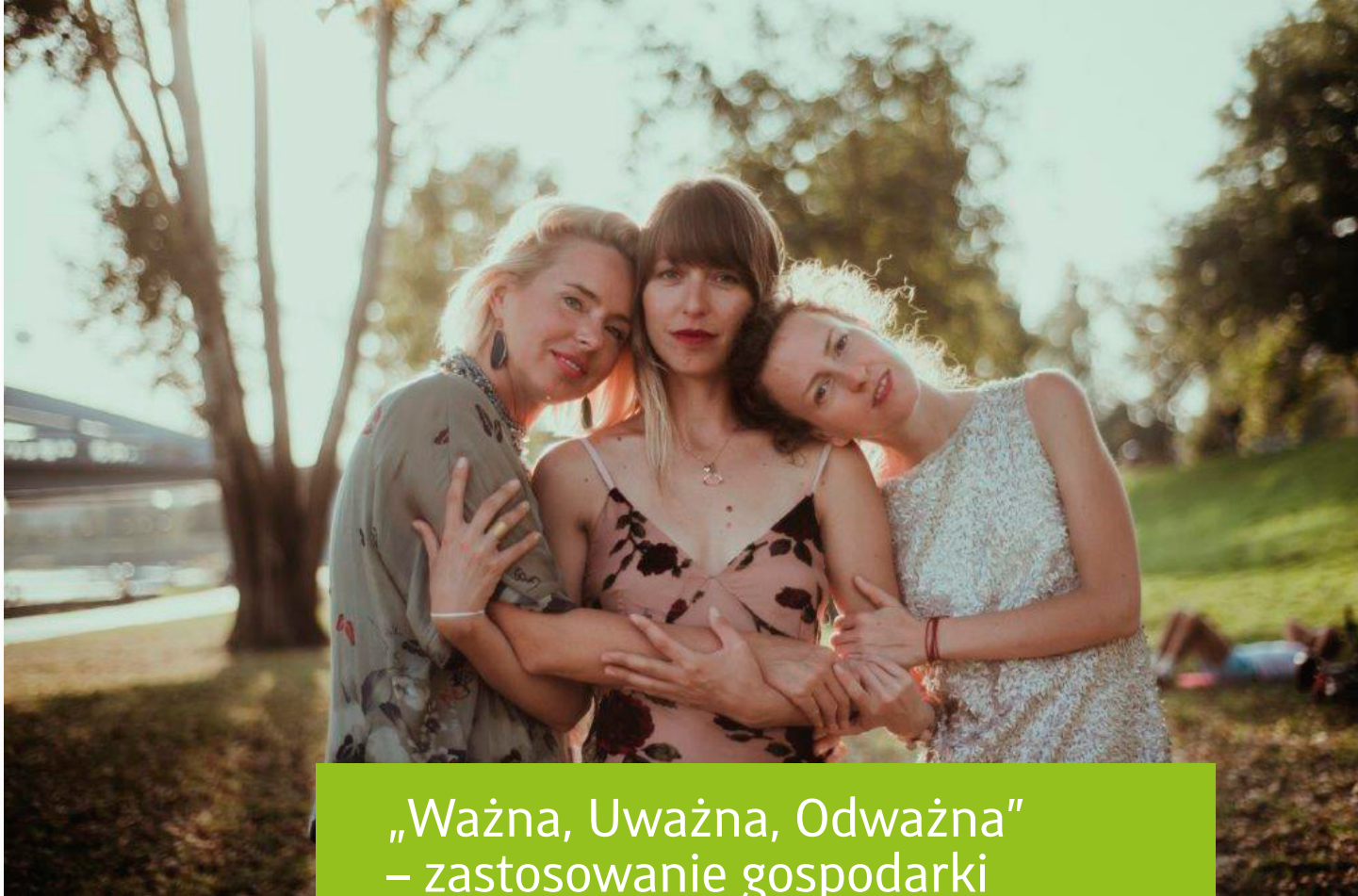
ekspertów dopracowaliśmy projekt, aby jak najlepiej odpowiadał na potrzeby przyszłych klientów – dodaje Bańkowski. Platforma jest bardzo prosta w obsłudze. Pracownicy, których firma korzysta z Worcar.pl, mogą bezpłatnie założyć subkonto na profilu firmy. Dzięki temu łatwo i szybko mogą znaleźć osoby dojeżdżające cyklicznie do pracy z tych samych okolic i umówić się na wspólne dojazdy.

Jakie są główne korzyści dla użytkowników Worcar.pl? Przede wszystkim możliwość ograniczenia kosztów związanych z codzienną podróżą do pracy i problemów z parkowaniem. – To, co jednak cieszy nas najbardziej, to pozytywny wpływ na środowisko. Coraz częściej mówi się o zmianach klimatycznych, na które ogromny wpływ ma emisja CO₂ zawartego w spalinach samochodowych i nie tylko.

Jako ludzie świadomi istnienia problemu możemy i chcemy zareagować. Coraz więcej jest inicjatyw wspierających ochronę środowiska i my również dodajemy od siebie rozwiązanie dla biznesu, pomagające realnie ograniczać emisję szkodliwych związków chemicznych spalin samochodowych pracowników podróżujących codziennie do pracy. Naszą misją jest ekologia i wspólne działanie – podkreśla Krzysztof Bańkowski.

Platforma Worcar.pl to przykład rozwiązania wpisującego się w nabierającą coraz większego znaczenia tzw. ekonomię współdzielenia, czyli *sharing economy*. W przypadku Worcar.pl dużą wartością jest wpływ narzędzia na tworzenie nowej jakości w biznesie, tworzenie platformy współpracy między pracownikami, a także w efekcie wywieranie pozytywnego wpływu na środowisko.

Platforma Worcar.pl to przykład rozwiązania wpisującego się w nabierającą coraz większego znaczenia tzw. ekonomię współdzielenia, czyli *sharing economy*.



„Ważna, Uważna, Odważna” – zastosowanie gospodarki współpracy w organizacji warsztatów dla kobiet

Maciek Doliński dla
„Ważna, Uważna, Odważna”
by www.wellb.pl
Zdjęcie przedstawia
organizatorki wydarzenia
„Ważna, Uważna, Odważna”



Maciej Łata · Główny Specjalista ds. Obsługi Przedsiębiorców
Tarnowska Agencja Rozwoju Regionalnego S.A.

17

Trzy kobiety – każda z własnym zasobem doświadczeń zawodowych, wiedzy i umiejętności – połączyły siły w celu stworzenia nowego produktu. W niniejszym artykule przyjrzymy się temu, jakie efekty daje współdzielenie wiedzy i doświadczeń.

Wyjazd warsztatowy dla kobiet – „Ważna, Uważna, Odważna” – taki tytuł nosiło czterodniowe spotkanie wypełnione zajęciami mającymi pomóc uczestniczkom zatrzymać się, wziąć głęboki oddech, zrelaksować się i przyrzeć swojemu wnętrzu. Warsztaty odbyły się z dala od miasta, na podlubelskiej wsi, wśród przyrody. Program wypełniły ćwiczenia uważności, sesje relaksacyjne i zajęcia z psychologiem. Uczestniczkom warsztatów towarzyszyła fotografka prowadząca je przez proces osławiania zawstydzania i otwierania się

na siebie, w swojej autentyczności i naturalnym pięknie.” Taki zestaw tematów był wypadkową doświadczeń organizatorek, które wymieniając się swoją wiedzą i umiejętnościami stworzyły unikatową formułę warsztatu.

Aleksandra Łabno jest przedsiębiorczą, twórczynią marki WELLB, pod którą projektuje i produkuje poduszki relaksacyjne a także prowadzi ćwiczenia z uważności oraz świadomej relaksacji. Jej działalność to wypadkowa wcześniejszych doświadczeń – podróży po świecie czy odbytych kursów jogi. Anna Łabno – psycholożka i coach (prywatnie mama Aleksandry), na co dzień pracuje w biznesie, dodatkowo wspiera kobiety w procesie zmiany współpracując m.in. z Centrum Praw Kobiet i Domem Samotnej Matki w Krakowie. Z kolei Anna Kowalewska to fotografka a prywatnie bliska przyjaciółka Aleksandry. Kojarzona jest z sesji dla

cd. na str. 18 ■



■ „Ważna, Uważna, Odważna”, cd. ze str. 17

„Wysokich Obcasów Extra” i portretów gwiazd. Jej styl cechuje naturalność i intymność. Fotografuje głównie kobiety. Opisywane przedsięwzięcie to efekt współpracy tej trójki.

Inicjatorką projektu była Aleksandra. Jak sama mówi, idea warsztatów zrodziła się w toku rozmów i spotkań. *Mimo tego, że nasz zespół powstał ze spontanicznej chęci zrobienia czegoś razem to w praktyce okazało się, że mamy tak ułożone talenty i cechy, że byliśmy w stanie nawzajem się wspierać i uzupełniać. Każda z nas zajęta przestrzeń, w której jest dobra, w której dobrze się czuje i w której jest naprawdę skuteczna.*

To, co zaistniało między bohaterkami artykułu, przywołuje na myśl pojęcie **sharing economy**. Badająca to zjawisko Rachel Botsman stworzyła siatkę pojęciową, która systematyzuje różne modele takiej formy działania i przypisuje im charaktery-

Fot.: Ania Rude Oko Kowalewska, www.rudeoko.com

styczne cechy. Opisywane przedsięwzięcie można wpisać w model **gospodarki współpracy**. Charakteryzuje się on tym, że współpracujące podmioty wymieniają się dobrami lub innymi zasobami takimi jak nakład własnej pracy, wiedza, doświadczenie, w ramach sieci współpracy czy sieci wspólnotowej. W przypadku warsztatów takimi zasobami były wiedza i doświadczenie.

„Jedna z nas, na co dzień, pracuje z relaksacją i uważnością, również swoją własną. Druga, pomaga kobietom w pokonywaniu przeszkód na drodze do życia według własnych zasad i wartości. Trzecia z nas, próbuję uwalniać kobiety z poczucia wstydu i nieśmiałości wnosząc w ich życie odwagę i dając im dowody ich niepodważalnego, naturalnego piękna. Pozornie, wiele nas dzieli, ale wiele też łączy, a te warsztaty zbliżają nas na nowych, nieznanych nam dotąd, poziomach. Więcej wyzwań równa się więcej bliskości – lista punktów zbiorczych się wydłuża.” Ten fragment zaczerpnięty z opisu wydarzenia w mediach społecznościowych dobrze oddaje ideę gospodarki współpracy – każda z trzech organizatorek wnosi do projektu swoje zasoby i pomysły a z ich zderzenie rodzi kolejne impulsy.

Razem byliśmy w stanie zrobić znacznie więcej. – wspomina Aleksandra Łabno – Skupiliśmy się na tym, w czym jesteśmy dobre, dzięki temu oszczędziłyśmy dużo czasu. Przy organizacji wydarzenia, ustaliłyśmy jakie działania musimy przedsięwziąć, a następnie w którym z nich każda z nas jest dobra, której z nas dane zadanie przychodzi z łatwością i tak podzieliłyśmy się obowiązkami. Wręcz idealna współpraca. Jak ten podział wyglądał w praktyce? Aleksandra Łabno wylicza: Na przykład Anna Łabno ma doskonałe umiejętności organizacyjne i łatwość nawiązywania kontaktów, z kolei Anna Kowalewska jako fotografka potrafi kreować atmosferę sprzyjającą otwartości i nawiązywaniu bliższych więzi. Inny przykład – po sesjach fotograficznych i zajęciach z psychologiem, uczestniczki potrzebowały relaksu i odpoczynku, i tu pojawia się pole dla mnie i zajęć ze świadomej relaksacji co było dopełniającym elementem procesu.

Po odbytych warsztatach trzy organizatorki zastanawiały się wspólnie nad wnioskami, jakie mogą z tego doświadczenia wyciągnąć. Głównym spostrzeżeniem było to, że idealnie się uzupełniają. *Dla dwóch z nas to była pierwsza taka współpraca – mówi Aleksandra – i obie stwierdziłyśmy, że*

warto to kontynuować i współpracować z innymi osobami. To wspiana rzecz, uzupełniać się swoimi umiejętnościami i delegować zadania, w których nie czujemy się komfortowo, na inną osobę, która jest w tym świetna. Przy pracy w zespole łatwiej jest zauważyć nasze talenty i właściwości. W pracy na co dzień wydają się nam one oczywiste, albo ich nie dostrzegamy, a współpraca wyciąga je na wierzch. Na zakończenie miałyśmy więc przyjemne podsumowanie, w którym podzieliłyśmy się tym jakie talenty widzimy w sobie nawzajem. Nauczyłyśmy się przede wszystkim dużo o sobie. Doceniłyśmy siebie i naszą współpracę.

Współdzielenie własności musi się wiązać z tworzeniem bezpośrednich relacji międzyludzkich, eliminować anonimowość, wzmacniać społeczną otwartość – piszą o sharing economy badacze tego zjawiska: Jerzy Pietrewicz Roman Sobiecki. Opiswane przedsięwzięcie jest dobrą ilustracją powyższego cytatu. Choć organizatorki znaty się, choć łączyły je bliskie więzi przyjacielskie i rodzinne, to praca przy warsztatach uwolniła zupełnie nowe pokłady możliwości i relacji.

Przede wszystkim doceniłyśmy naszą współpracę – ocenia Aleksandra Łabno – to jak wzajemnie się uzupełniamy i to, że każda mogła zająć się częścią organizacyjną i częścią wydarzenia, w której czuje się dobrze. Żadna z nas nie musiała wychodzić poza swoją strefę komfortu, a wręcz mogłyśmy się rozluźnić. Miałyśmy zaufanie, że inna organizatorka z pełnym profesjonalizmem zajmie się sprawami, które ma do siebie przypisane. Wyciągnęłyśmy z tego lekcję, że nawet na co dzień, kiedy mamy do

Współdzielenie własności musi się wiązać z tworzeniem bezpośrednich relacji międzyludzkich, eliminować anonimowość, wzmacniać społeczną otwartość

wykonania trudne dla nas zadania, możemy poprosić o pomoc kogoś, kto jest w tym dobry, albo kogoś komu przychodzi to z łatwością.

Czy będą organizowane kolejne edycje warsztatów? Będziemy kontynuować współpracę zarówno na polu warsztatowym, jak i w innych formach. Przewidujemy również współpracę z innymi kobietami posiadającymi wiedzę z innych dziedzin. – mówi Aleksandra Łabno. Wspomina między innymi o chęci zaangażowania fizjoterapeutki specjalizującej się w pracy z kobietami.

Więcej o inicjatywach organizatorek warsztatów:

- **WELLB Mindful Relaxation:** www.wellb.pl
- **Ania Rude Oko Kowalewska:** www.rudeoko.com

Przy pisaniu artykułu korzystałem z:

1. G. Sobiecki „Sharing economy – dylematy pojęciowe”, w M. Poniatowska-Jaksch, R. Sobiecki (red.) „Sharing economy (gospodarka współdzielenia)”, Warszawa 2016;
2. J. Pietrewicz, E. Sobiecki „Przedsiębiorczość w sharing economy”, tamże.

Fot.: Ania Rude Oko
Kowalewska,
www.rudeoko.com





Kreatywność jako podstawowy warunek rozwoju

Źródło: <http://freepik.com>



dr hab. Łukasz Mamica prof. UEK,
Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie

Mimo, iż najczęściej pojęcie kreatywności kojarzone jest obecnie z aktywnością artystyczną i kulturalną, o czym najlepiej świadczy obecność określenia przemysł kreatywny, to jednak jego znaczenie i obecność znacznie wykracza poza nie. Kreatywność jest w zasięgu każdego człowieka, choć poziom tej kreatywności u poszczególnych osób jest zróżnicowany. Kreatywne rozwiązania, które powodują zmianę istniejącego status quo mogą mieć jednak zarówno pozytywny jak i negatywny wpływ na jakość życia, a zwłaszcza środowisko naturalne. Świadczy o tym najlepiej aktualny kryzys klimatyczny, który jest pochodną innowacji w rozwoju przemysłowym i eksploatacji zasobów środowiska naturalnego. Nie ma prostego sposobu stymulowania kreatywności ponieważ jest on wypadkową czynników o charakterze społecznym, kulturowym, ekonomicznym, estetycznym, filozoficznym czy psychologicznym.

Myślenie kreatywne w kontekście szkolnictwa wyższego jest postrzegane jako jego jedna z najważniejszych jego funkcji. Coraz częściej podkreśla się raczej proces dojścia do powstania kreatywnych rozwiązań niż je same. Ważne abyśmy spotykali się z pozytywną stymulacją otoczenia w formie zachęcania do działań kreatywnych, przy jednoczesnym wysokim poziomie akceptacji dla działań zakończonych niepowodzeniem. Niekiedy, działania w tym zakresie podejmowane są na poziomie rządowym, jak w przypadku Singapuru, gdzie utworzono specjalną jednostkę ds. myślenia w Ministerstwie Edukacji. Jednak nie tylko system edukacji ma wpływ na kształtowanie się postaw i zachowań kreatywnych. Również lektury dla dzieci i młodzieży mogą pełnić tego typu zadanie, jak choćby dobrze znana polskim czytelnikom Pipi, bohaterka książek Astrid Lindgren.

Otwarcie granic dla wyobraźni dzieci sprzyja nie tylko zadawaniu nieoczywistych pytań, ale również poszukiwaniu niestandardowych rozwiązań.

Wzrastające możliwości produkcyjne i wyższa wydajność maszyn i urządzeń przesuwały punkt ciężkości osiągania przewagi konkurencyjnej na efekty działań kreatywnych. W raporcie World Economic Forum z 2016 r. kreatywność została wymieniona na drugim miejscu wśród najważniejszych czynników decydujących o zatrudnieniu. Znaczenie kreatywności jest również powszechnie doceniane przez menedżerów wyższego szczebla. Znaczenie wyobraźni dobrze ujął Albert Einstein, który dowartościowując rolę nie istniejących obiektów i własnej intuicji wskazywał, iż wyobraźnia jest ważniejsza niż wiedza, gdyż ta ostatnia jest ograniczona, a wyobraźnią można objąć cały świat.

Proces edukacyjny może wspierać postawy kreatywne lub je ograniczać. Na przykład stosowanie głównie egzaminów testowych lub opartych o przygotowany klucz, zawierający wszystkie dopuszczalne odpowiedzi poprawne na zadania otwarte, może promować myślenie schematyczne, nie wykraczające poza powszechnie akceptowalne kanony. Badania wskazują na istnienie związku pomiędzy kreatywnością a otwartością na podjęcie ryzyka i niezależnością myślenia. Systemy oceniania powinny więc zachęcać do podejmowania ryzyka badawczego i koncentrować się bardziej na procesie niż uzyskanych efektach. Otrzymaone w ten sposób sygnały wpłyną na wzmocnienie postaw kreatywnych w przyszłości. Jest to

szczególnie istotne w warunkach nauczania zdalnego, kiedy młodzieży trudniej jest skoncentrować się na rutynowym odbiorze przekazywanej wiedzy, zwłaszcza kiedy robione jest to w sposób mało atrakcyjny lub nie zachęcający do stawiania własnych pytań i kreatywnego poszukiwania odpowiedzi. Pewnym rozwiązaniem tego problemu, przynajmniej w naukach, które nie wymagają konieczności dostępu do laboratoriów, może być organizacja pracy grupowej uczniów lub studentów, którzy na zajęciach prezentują ich wyniki. Wymuszona pandemią COVID-19 edukacja w systemie zdalnym paradoksalnie pokazała możliwości wirtualnej pracy również w małych, dowolnie aranżowanych grupach.

Kontakt ze sztuką ma pozytywny wpływ na poziom kreatywności. Sprzyja temu charakter sztuki współczesnej, w której względy estetyczne ustępują warstwie konceptualnej, a artyści często zorientowani są na wzbudzenie zainteresowania poprzez niestandardowe pomysły lub zestawienia. W niektórych przypadkach działania artystów nastawione są na wzbudzenie zainteresowania mediów (jak np. podczas ulegającego podczas aukcji samozniszczeniu obrazu Banksego w październiku 2018). Uczniowie i studenci poprzez kontakt ze sztuką mogą nie tylko zwiększyć zakres swojej wrażliwości w wymiarze kulturalnym, ale przede wszystkim mają możliwość zobaczenia niestandardowych, kreatywnych rozwiązań. Pamiętajmy więc, aby chociaż wirtualnie dostarczać sobie i najbliższym możliwości kontaktu ze sztuką i kulturą w tym trudnym czasie globalnej pandemii.



Znaczenie wyobraźni dobrze ujął Albert Einstein, który dowartościowując rolę nie istniejących obiektów i własnej intuicji wskazywał, iż wyobraźnia jest ważniejsza niż wiedza, gdyż ta ostatnia jest ograniczona, a wyobraźnią można objąć cały świat.



Wpływ inteligentnych specjalizacji na rozwój gospodarczy Małopolski

Magdalena Maciejewska-Gębiś · Zespół ds. Zarządzania Inteligentnymi Specjalizacjami
Departament Nadzoru Właścicielskiego i Gospodarki
Urząd Marszałkowski Województwa Małopolskiego

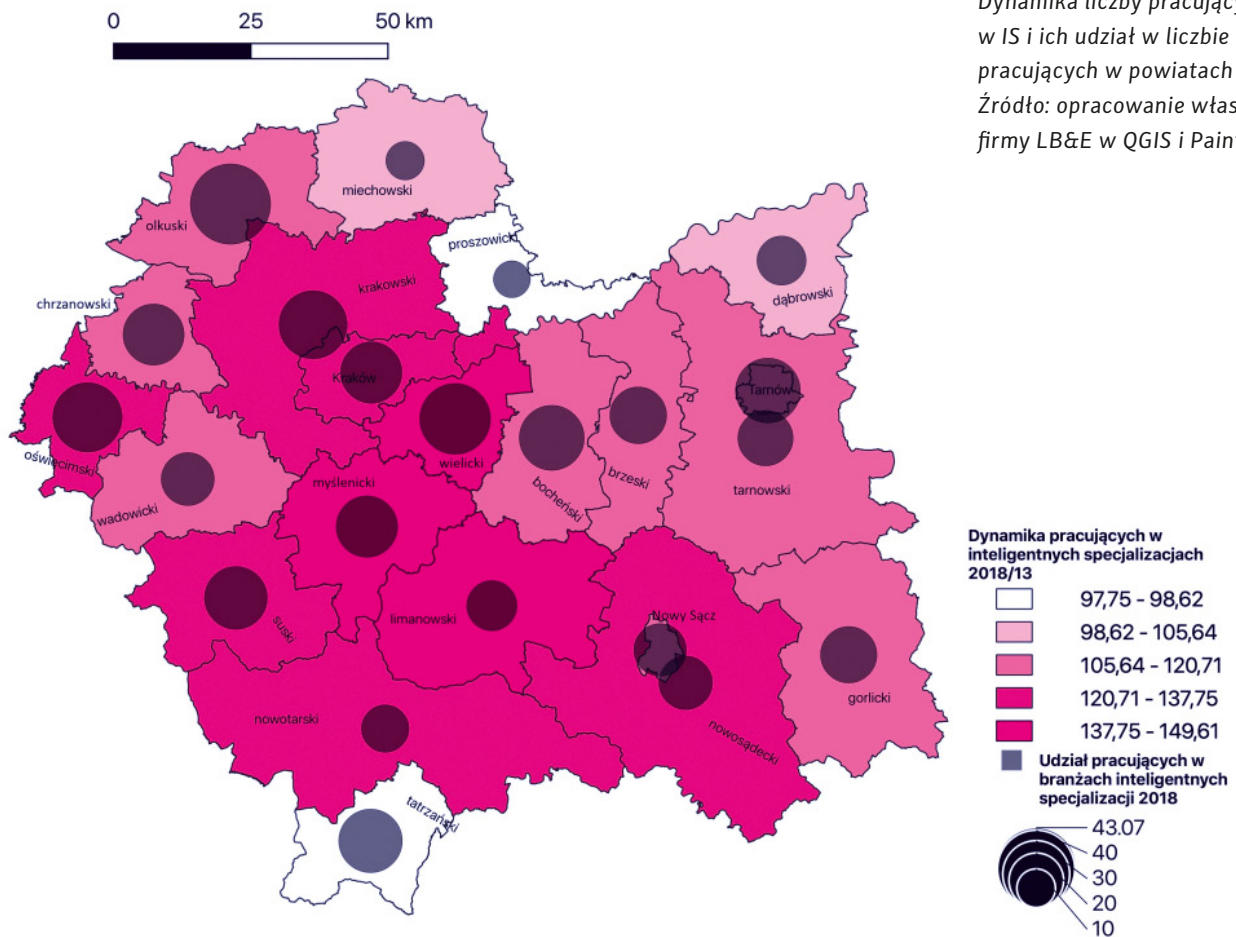
Źródło: <http://freepik.com>

Województwo Małopolskie stale obserwuje zmiany zachodzące w gospodarce. Jedną z takich obserwacji była realizacja badania, mającego na celu sprawdzenie czy polityka wsparcia inteligentnych specjalizacji miała wpływ na potencjał inteligentnych specjalizacji w poszczególnych jednostkach administracyjnych województwa małopolskiego.

Na podstawie przeprowadzonego raportu dokonano charakterystyki **potencjału inteligentnych specjalizacji** według liczby zatrudnionych. W 2018 r. 208 tysięcy osób pracowało w firmach zatrudniających powyżej 9 osób, działających w branżach zaliczanych do inteligentnych specjalizacji województwa małopolskiego. Stanowiło to 1/4 ogółu pracujących w regionie. Między rokiem 2013 a 2018 ogólna liczba pracujących w branżach inteligentnych specjalizacji wzrosła aż o 38,8% – dla porównania w tym samym czasie ogólna liczba pracujących w województwie wzrosła o 15,2%. Najwyższy udział w liczbie pracujących miały w 2018 roku branże inteligentnych specjalizacji w powiecie olkuskim – 43,1%, a także w powiatach wielickim, oświęcimskim i krakowskim – od 33,6% do 31%. W ujęciu

nominalnym najwięcej osób jest zatrudnionych w branżach zaliczanych do inteligentnych specjalizacji w Krakowie (niemal 90 tysięcy). W większości powiatów wzrósł udział osób pracujących w IS w pracujących ogółem w 2018 roku w porównaniu z 2013.

Na podstawie przeprowadzonego raportu dokonano również charakterystyki potencjału inteligentnych specjalizacji **według nowo powstających podmiotów gospodarczych**. Największy udział w ogóle nowo powstających firm w regionie mają branże RIS w podregionie miasto Kraków (27%) oraz nowotarskim (20,1%). W niektórych podregionach zidentyfikowano istotne koncentracje branżowe nowo zakładanych firm: w mieście Kraków nowo zakładane firmy skupiały się wokół takich branż jak „badania naukowe i prace rozwojowe”, „energia zrównoważona” oraz „technologie informacyjne i komunikacyjne”, w podregionie oświęcimskim występuje wyraźna koncentracja nowych firm związanych z inteligentną specjalizacją „chemia” oraz „elektrotechnika i przemysł maszynowy”, w podregionie tarnowskim nowe podmioty skupiały się wokół specjalizacji „produkcja metali i wyrobów metalowych oraz wyrobów z mineralnych surowców niemetalicznych”. O przedsiębiorczym odkrywaniu w dziedzinach



powiązanych z inteligentnymi specjalizacjami świadczy również dynamika nowo powstających podmiotów. Dynamika ta w latach 2013–2018 we wszystkich podregionach i niemal wszystkich powiatach była dodatnia. Największą dynamikę odnotowano w podregionach tarnowskim, oświęcimskim oraz krakowskim dla specjalizacji „nauki o życiu” oraz prac badawczo-rozwojowych związanych z pozostałymi inteligentnymi specjalizacjami.

Małopolska zajmuje drugie miejsce w Polsce, po województwie mazowieckim, pod względem stopnia specjalizacji w zakresie branż usług opartych na wiedzy mierzonych liczbą pracujących i czwarte pod względem liczby podmiotów gospodarczych.

Wyniki badania potwierdziły pozytywny wpływ wartości projektów związanych z inteligentnymi specjalizacjami na udział pracujących w sektorach

REGIONALNA STRATEGIA INNOWACJI
MAŁOPOLSKA INNOWACYJNA WOJEWÓDZTWA MAŁOPOLSKIEGO
2020

WSPARCIE DLA INTELIGENTNYCH SPECJALIZACJI

POTWIERDZONO POZYTYWNY WPŁYW DOFINANSOWANYCH Z UE PROJEKTÓW ZWIĄZANYCH Z IS NA:

- ✓ UDZIAŁ PRACUJĄCYCH W SEKTORACH PRZYNALEŻNYCH DO IS
- ✓ UDZIAŁ NOWOPOWSTAŁYCH PODMIOTÓW IS W OGÓLNEJ LICZBIE NOWYCH PODMIOTÓW REJESTROWANYCH W DANYM POWIACIE
- ✓ WARTOŚĆ PKB PER CAPITA W MAŁOPOLSKICH POWIATACH
- ✓ ŚREDNIOROCZNE TEMPO WZROSTU GOSPODARCZEGO

POWYŻSZE ŚWIADCZY O SKUTECZNOŚCI POLITYKI WSPIERANIA INTELIGENTNYCH SPECJALIZACJI W MAŁOPOLSCE.

INTELIGENTNE SPECJALIZACJE A PKB

IM WYŻSZY ODSETEK PRACUJĄCYCH W IS, TYM WYŻSZA DYNAMIKA WZROSTU PKB PER CAPITA

ODSETEK NOWYCH PODMIOTÓW W SEKTORACH IS W POZYTYWNY SPOSÓB WPŁYWA NA WARTOŚĆ PKB PER CAPITA W MAŁOPOLSKICH POWIATACH

Na podstawie przeprowadzonego badania wykazano jak duże znaczenie mają inteligentne specjalizacje dla wzrostu gospodarczego. Odsetek pracujących w sektorach IS w powiatach pozytywnie wpływał na ich wzrost gospodarczy. Im wyższy był odsetek pracujących w IS, tym wyższa była dynamika wzrostu PKB per capita. Odsetek nowych podmiotów w sektorach IS miał również pozytywny wpływ na dynamikę PKB na osobę. Projekty wspierające IS miały istotny pozytywny wpływ na dynamikę wzrostu PKB na mieszkańca.

■ Wpływ inteligentnych specjalizacji na rozwój gospodarczy Małopolski , cd. ze str. 23

zidentyfikowanych w województwie małopolskim jako IS. Potwierdzono także pozytywny wpływ wartości projektów ogółem, jak i wartość samego wsparcia z funduszy strukturalnych UE na udział nowopowstałych podmiotów IS w ogólnej liczbie nowych podmiotów rejestrowanych w danym powiecie. Potwierdzony został również pozytywny wpływ wartości projektów ogółem wspierających inteligentne specjalizacje na zwiększenie udziału pracujących w sektorach IS w małopolskich powiatach.

Raport został opracowany w 2020 r. na zlecenie Departamentu Nadzoru Właścicielskiego i Gospodarki Urzędu Marszałkowskiego Województwa Małopolskiego przez zespół badawczy firmy LB&E. Podstawą analizy było modelowanie ekonometryczne z wykorzystaniem: danych ze statystyki publicznej, bazy międzynarodowych publikacji Scopus, danych na temat grantów przyznanych przez Narodowe Centrum Nauki w ramach konkursu OPUS, czy danych o wartości projektów z RPO Województwa Małopolskiego i PO Inteligentny Rozwój.

Pełna wersja raportu:

■ www.malopolska.pl/publikacje





Dominika Wójciak,
Zwycięzcy III edycji programu Masterchef
Autorka książek „Kulinarne opowieści”, „Warzywo”, „Ziarno”,
„Sezonowe warzywo”, „Prosto, pysznie, do pudełka”.
Źródło: <https://www.facebook.com/jarzynova>

Gotowanie, czyli jak łączyć pasję ze sposobem na życie

Rozmowa z Dominiką Wójciak – zwyciężczynią III edycji programu Masterchef, autorką kilku kulinarnych książek, gotującą od dziecka z zamiłowaniem



Wywiad przeprowadziła Natalia Wójcik
Studentka Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie

Skromna, uśmiechnięta dziewczyna, z wykształcenia geodetka, z zamiłowaniem podróżująca, wielbicielka dobrego jedzenia, postanowiła nie pracować w swoim zawodzie, tylko oddać się pasji – gotowaniu. Należy do osób, które zajmują się tym co kochają, a jej zdolności kulinarne docenił sam Gordon Ramsay.

Jak zaczęła się Twoja przygoda z gotowaniem?

DOMINIKA WÓJCIAK: Gotowałam od dziecka, wychowałam się w domu, w którym się zawsze gotowało, w domu, w którym mimo, że mama chodziła do pracy, to zawsze obiad był ugotowany. Od dziecka żyłam z takim przekonaniem, że domowe jedzenie jest najlepsze. Wyrastałam w takim domu, w którym wszyscy gotowali, nie tylko mama, ale również tata i babcia, a także moje rodzeństwo. Myślę, że to, że byłam najstarsza spośród mojego rodzeństwa, także przełożyło się na moje gotowanie. W momencie, kiedy rodzice nie mogli przygotować nam posiłku, to ja byłam odpowiedzialna,

żeby wykarmić gromadkę rodzeństwa. Zaczęło się od zwykłego odgrzewania przygotowanych wcześniej posiłków, następnie gotowania z dostępnych półproduktów, aż z czasem robiłam w kuchni coraz więcej i więcej. Myślę, że w pewnym momencie stało się to takim samym obowiązkiem jak umycie zębów czy pościelenie łóżka.

Jak bardzo różnią się dzisiejsze dania od tych pierwszych?

Bardzo się różnią, jak zaczynałam gotować byłam totalnie odtwórcza. Pamiętam, że jak byłam dzieckiem, to nie smakowały mi inne rzeczy niż te domowe, te gotowane u mnie w domu. Myślę, że również moje upodobania smakowe przeszły sporą rewolucję. Pamiętam, że jak byłam nastolatką, mama kupiła kapary i zrobiła z nich sos kaparowy. Do dzisiaj pamiętam, że wtedy absolutnie mi to nie smakowało, nie byłam w stanie tego przełknąć, a dzisiaj nie wyobrażam sobie, żebym nie mogła mieć kaparów w lodówce.

cd. na str. 26 ■



Źródło:
<https://kulinarnebezdroza.blogspot.com/>

■ *Gotowanie, czyli jak łączyć pasję ze sposobem na życie, cd. ze str. 25*

Skąd czerpiesz inspirację do swoich potraw?

Teraz jestem na takim etapie, że czerpię inspirację zewsząd. Przykładowo, widzę kwitnącą lipę i już mam ochotę budyń jaglany z kwiatami lipy, a jak lipowe kwiaty przekwitną i zawiążą się tam owoce, to te owoce można zapeklować i zrobić z nich kapary. Dużo czytam, oglądam filmy dotyczące kuchni, mam mnóstwo książek kulinarnych, co prawda z wielu z nich nie gotuję zbyt często, ale mogę powiedzieć, że one są pewną inspiracją. Widzę połączenie pomarańczy z burratą i kolendrą, staje się to czymś, co zapamiętam. Nawet nie robiąc dokładnie takiej samej sałatki, skupiam się na połączeniu ze sobą kluczowych składników.

Powiedziałaś, że masz wiele książek kulinarnych. Czy w takim razie masz swój kulinarny autorytet?

Myślę, że mam wiele kulinarnych autorytetów. Bardzo lubię Ottolenghiego, podoba mi się to jak miksuje swoje bliskowschodnie korzenie z europejskimi składnikami i to, że jego jedzenie pomimo tego, że odwołuje się do tradycji bliskowschodnich, jest cały czas zaskakujące, a jednocześnie bardzo proste. Ottolenghi to chyba pierwszy zagraniczny kucharz, którym się zafascynowałam. Ciężko wybrać jedną osobę, bardzo też lubię Dianę Henry, Nigela Slatera, ale jest też wielu zdolnych polskich kucharzy, których bardzo cenię, na przykład Paweł Kras czy Dariusz Barański. Pamiętam, jak w Masterchefie zapytali mnie właśnie o mój autorytet

wśród polskich kucharzy, a ja wtedy praktycznie nikogo nie znałam i powiedziałam, że blogerka Monika Walecka, która do teraz z pewnością jest moim autorytetem w kontekście wypieków.

Wspomniałaś o Masterchefie, cofnijmy się więc o kilka lat i powiedz co Cię skłoniło, żeby wziąć udział w tym programie?

To był zupełny przypadek, absolutnie tego nie planowałam, nie byłam nawet wielką fanką tego programu. Oczywiście wiedziałam, jak przebiega, co się w nim dzieje. Przede wszystkim ceniłam ten program jako koncept, wiedziałam, że on daje dużo możliwości, lecz nie planowałam nawet udziału. Pamiętam, że pewnej niedzieli jedliśmy z Michałem późne śniadanie, oglądając Dzień Dobry TVN, w którym to Michael mówił, że za dwa tygodnie jest casting i zaprasza osoby chętne do gotowania. Wtedy Michał powiedział, żebym poszła i spróbowała swoich sił, czego ja zupełnie nie wzięłam na poważnie, mówiąc, że się nie nadaję. Jednak następnego dnia obudziłam się z bardzo pozytywnym nastawieniem, pełna energii i postanowiłam jednak spróbować udziału w programie. Myślę, że każdy powinien próbować, bo Masterchef jest świetną okazją, żeby się nauczyć gotować na wysokim poziomie. Sama bardzo dużo się nauczyłam w tym programie, każda konkurencja wymagała kreatywności i wymyślania nowych potraw, ale także podpatrując co robią inni uczestnicy można było się czegoś nauczyć.



Masz na swoim koncie też kilka własnych książek, zapytam więc czy potrafisz wśród nich wybrać ulubioną albo taką z której jesteś najbardziej dumna?

Najbardziej lubię „Warzywo”, to moja pierwsza książka wydana po programie Mastechef. Do dzisiaj jestem dumna z konceptu, który wymyśliłam. Ideą tej książki było pokazanie, że zwykłe warzywo, które często jest dodatkiem na naszym talerzu, może być głównym bohaterem dania. Pomysłem na „Warzywo” było wybranie dosyć pospolitych, łatwo dostępnych polskich warzyw i zrobienie z nich bohaterów każdego rozdziału oraz udowodnienie, że z każdego z tych warzyw można zrobić posiłki od śniadania po deser, co, jak na tamten okres, wydaje mi się dosyć nowatorskim pomysłem. W tej książce lubię też to, że ona wciąż jest aktualna, mimo, że jest już na rynku 5 lat, to jest wciąż najchętniej kupowana. Jest to książka, do której robiłam samodzielnie zdjęcia, co było dla mnie dużym wyzwaniem.

Twoje książki są przede wszystkim warzywne, więc powiedz mi czy jesteś wegetarianką?

Nie, nie jestem wegetarianką, dlatego, że jestem kulinarnie ciekawska, wiem, że jeżeli będę w nowym miejscu i będę miała możliwość spróbowania posiłku, który jest wyjątkowy, przygotowany z dużą atencją, wrażliwością kucharską, a będzie tam mięso, to nie zrezygnuję ze spróbowania. Dlatego nawet, jeśli zdarzają się momenty, że jem w stu procentach wegetariańsko przez kilka miesięcy w roku, na przykład latem, to nie nazwę siebie wegetarianką, wydaje mi się, że to byłoby trochę hipokryzją. Nie zamykam się wyłącznie na warzywa, chociaż uważam, że wszyscy powinniśmy jeść więcej warzyw. To właśnie dlatego moje książki są

Chciałabym udowodnić, że warzywo może być głównym bohaterem i wcale nie musi być tylko dodatkiem na naszym talerzu.

Dominika Wójciak

warzywne, chciałabym udowodnić, że warzywo może być głównym bohaterem i wcale nie musi być tylko dodatkiem na naszym talerzu.

Na koniec zapytam, czy gotowanie to bardziej pasja czy biznes?

Staram się to łączyć: jest to pasja, a zarazem sposób na życie. Wciąż szukam konceptu biznesowego, który byłby bardziej stały niż bycie freelancerem. Wydaje mi się, że należy znaleźć złoty środek między pasją a biznesem. Staram się też nie podejmować decyzji biznesowych tylko w oparciu o kryterium zysku, na przykład nie promować produktów, których sama nie stosuję w swojej kuchni, żeby nie stracić na wiarygodności. Pewnie dużo łatwiej i szybciej można zarobić na współpracy z dużymi firmami, ale nie jest to przedsięwzięcie, które mnie interesuje, ponieważ to właśnie wiarygodność stawiam na pierwszym miejscu.

Więcej informacji:

- <https://www.instagram.com/jarzynova/?hl=pl>
- <https://www.facebook.com/jarzynova>



Rewolucja w reklamie

Wykorzystanie rozszerzonej rzeczywistości w reklamie

Źródło: <http://freepik.com>



Joanna Pietrzyk
Studentka Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie

Rozszerzona rzeczywistość (*augmented reality*, AR) jest obecna w mediach już od kilku lat. Powstaje pytanie – co to dokładnie jest? W skrócie – jest to system, który łączy dwa różne światy. Dokładnie łączy świat realny ze światem wirtualnym. Całość jest interaktywna, w trzech wymiarach. Co więcej – pozwala na podejmowanie decyzji przez użytkownika. Przy pomocy technologii informatycznej poszerzony zostaje obraz otaczającego świata, nakładane są dodatkowe elementy. Mogą być to np. obrazy, filmy, animacje, wizualizacje, czy elementy tekstowe. Rozszerzona rzeczywistość w płynny sposób łączy dwa światy (rzeczywisty oraz wirtualny), co różni ją od rzeczywistości wirtualnej, która przenosi użytkownika w obraz trójwymiarowy. Aby w pełni korzystać z możliwości, które daje rozszerzona rzeczywistość, uczestnik musi posiadać smartfon z odpowiednią aplikacją lub specjalne okulary. Pierwsze zastosowanie nowa technologia znalazła w grach, podobnie było w poprzedzającej ją rzeczywistości wirtualnej. Z czasem rozszerzona rzeczywistość zaczęła być również wykorzystywana przez biura architektoniczne, czy też przez przedsiębiorstwa w czasie szkoleń pracowników. Tak więc rozszerzona rzeczywistość stała się jedną z najbardziej popularnych technologii w ostatnich czasach.

Ciekawe zastosowanie technologii znalazło wiele firm na rynku. Jedną z nich jest IKEA, która wykorzystując technologię AR stworzyła aplikację, która pozwala na zwizualizowanie konkretnych mebli w swoim domu przed ich zakupem. Rozwiązanie to sprawia, że konsumenci są pewniejsi swoich zakupów, mogą odpowiednio dopasować meble do swoich wnętrz bez wychodzenia z domu. Kolejnym wykorzystaniem technologii przez markę jest przykład Coca-Coli. Firma ta zamontowała ekrany w centrach handlowych, gdzie przechodzące osoby mogły rzucać wirtualnymi butelkami oraz puszkami do koszy na śmieci. Oprócz wykorzystania technologii AR kampania zwróciła również uwagę na aspekt ekologii.

Powyższe przykłady pokazują, jak wiele jest możliwości wykorzystania rozszerzonej rzeczywistości. W ostatnim roku również firma Capgemini znalazła zastosowanie AR w swoich działaniach wizerunkowych. Jako pierwsze przedsiębiorstwo w Polsce wykorzystało rozszerzoną rzeczywistość do rekrutacji. Warto podkreślić, że Capgemini jest światowym liderem w dziedzinach doradztwa, usług technologicznych oraz transformacji cyfrowej. Firma jest na rynku już od ponad 50 lat. Zatrudnienie w niej znajduje ponad 270 000 pracowników

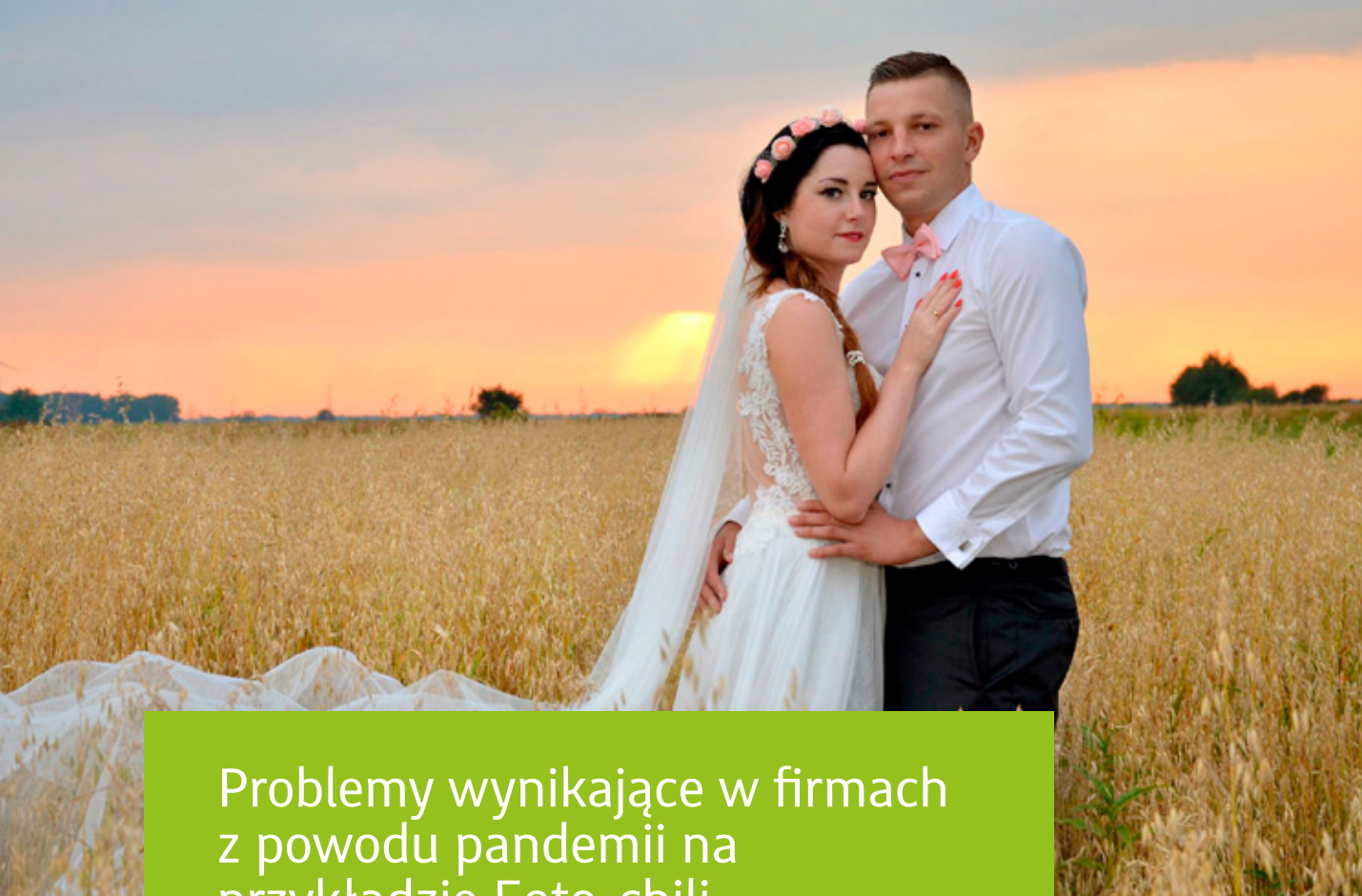
w 50 krajach. W Polsce Capgemini pojawiło się w 1996 roku. Aktualnie zatrudnia już ponad 8400 osób. Centra biznesowe zlokalizowane są w 7 miastach w Polsce. Są to: Kraków, Katowice, Wrocław, Poznań, Opole, Warszawa oraz Lublin.

Capgemini od wielu lat kojarzone jest z innowacyjnymi rozwiązaniami związanymi z budowaniem wizerunku pracodawcy, czy rekrutacją. Podobnie było w 2019 roku, kiedy to firma stworzyła aplikację wykorzystującą rozszerzoną rzeczywistość w rekrutacji. W marcu 2019 roku na ulicach kilku miast w Polsce, gdzie znajdują się biura Capgemini (Kraków, Katowice, Opole, Wrocław oraz Poznań) pojawiły się citylighty z hasłem nowej kampanii Capgemini – „Love Your Career. Ace Your Career”. Na każdym z citylightów znaleźć można było marker rozszerzonej rzeczywistości. W pierwszym kroku potencjalny użytkownik musiał pobrać odpowiednią aplikację, następnie po przekierowaniu telefonu w stronę markera mógł rozpocząć swoją przygodę z rozszerzoną rzeczywistością przygotowaną przez Capgemini. Aplikacja wyświetla w przestrzeni miejskiej dodatkowe wirtualne grafiki oraz umożliwia użytkownikowi wzięcie udziału w quizie, który pokazuje użytkownikowi, czy pasuje do zespołu Capgemini. Quiz składa się z kilku pytań związanych m.in. z ulubionym sposobem spędzania wolnego czasu, czy też preferencjami kulinarnymi. Aktywny udział w jego tworzeniu mieli pracownicy Capgemini. To właśnie oni jako pierwsi odpowiedzieli na pytania znajdujące się w quizie w oparciu o wewnętrzne badania. Rozwią-

zanie to umożliwia porównanie odpowiedzi danego użytkownika z najpopularniejszymi odpowiedziami pracowników. Quiz pozwolił w innowacyjny sposób poznać firmę. Marker aplikacji pojawił się nie tylko na citylightach znajdujących się na ulicach polskich miast, ale również na wszelkich materiałach związanych z budowaniem wizerunku marki i rekrutacją Capgemini. Aplikacja służąca do odczytania markera jest dostępna pod adresem pl.capgemini.com/marker. Dzięki swoim działaniom, firma Capgemini każdego roku zyskuje coraz więcej nagród oraz wyróżnień. Również w tym roku kolejny raz z rzędu Capgemini uzyskała certyfikat Top Employers Polska.

Z pewnością technologia AR oferuje wiele nowych, innowacyjnych rozwiązań, których oczekują odbiorcy. Jedną z głównych zalet rozszerzonej rzeczywistości jest możliwość interakcji użytkownika. Firma może przedstawić swoją ofertę w zupełnie nowy, wyjątkowy sposób. Na pewno jest to rozwiązanie ciekawe oraz angażujące odbiorcę. Marketery mają wiele możliwości zastosowania technologii w reklamie, rozszerzona rzeczywistość zmienia sposób prezentowania produktów oraz usług. Reklamy AR zaciekawiają oraz zapadają w pamięć na dłużej niż reklamy tradycyjne. Sprawiają, że użytkownik jest bardziej związany z marką. Prace nad rozszerzoną rzeczywistością trwają już od kilku lat, ale technologia wciąż uważana jest za niedojrzałą. W związku z tym wciąż jest ona rozwijana oraz usprawniana. Prawdopodobnie pełnia jej możliwości dostępna będzie dopiero za kilka lat.





Problemy wynikające w firmach z powodu pandemii na przykładzie Foto-chili

Rozmowa z Małgorzatą Wolanin – właścicielką zakładu fotograficznego na temat problemów, z którymi musi sobie poradzić w związku z pandemią COVID-19.



Rozmawiał Piotr Dudek

Fot.: Foto-chili
<https://www.facebook.com/fotomalgorzta>

W jakim stopniu wprowadzone obostrzenia dotknęły lokalne firmy? Jaka przyszłość czeka mikroprzedsiębiorstwa w sytuacji drugiej fali zachorowań?

Piotr Dudek: Czy firma już wcześniej miała okazję funkcjonować w podobnych warunkach?

Małgorzata Wolanin: Firma nigdy wcześniej nie miała okazji funkcjonować w podobnych warunkach. Jest to moja pierwsza tego typu sytuacja, z którą jestem zmuszona sobie poradzić. Dotychczas nic podobnego nie miało miejsca, przez co nie posiadam wcześniejszego doświadczenia czy odpowiedniej wiedzy, w jaki sposób mogłabym się na to przygotować. Jednakże uważam, że i w tym wypadku na wiele by się to nie zdało.

W których obszarach firma została najbardziej dotknięta skutkami wprowadzenia obostrzeń?

W obecnej sytuacji i w okresie obostrzeń najbardziej dotknięta została strefa usług fotograficznych na imprezach okolicznościowych typu ślub czy komunie. Ze względu na zakaz zgromadzeń odwołano około 80% takich imprez na ten rok, co dało się bardzo odczuć z tego względu, że są to moje główne źródła przychodów. Nawet w moim laboratorium zanotowaliśmy duży spadek zainteresowania tą usługą i znaczne ograniczenie liczby zleceń. Jestem świadoma, że wiąże się to raz z wydatkiem pieniędzy, podczas gdy ludzie w czasie kryzysu wolą oszczędzać i dwa, brak wyjazdów na wakacje, gdzie jest to również głównym motywatorem dla potencjalnego klienta do zlecenia wywołania zdjęć. Po wprowadzeniu obostrzeń

zauważyłam także wzrost cen na materiały do realizacji zamówień.

Jakie działania zostały podjęte przez firmę w celu zniwelowania strat wynikających z ograniczeń?

Jak radzę sobie w obecnej sytuacji? Zostałam zmuszona przełożyć część zaplanowanych usług na dalszy termin, najbardziej realnym jest tu dopiero przyszły rok. Niestety nic więcej nie mogę zrobić. Funkcjonowanie firmy o takim profilu działalności jak moja jest w tych warunkach prawie niemożliwe.

Czy firma ma plan na drugą falę zachorowań i związane z nią ograniczenia?

Tak jak wcześniej wspomniałam, firma nie miała okazji funkcjonować w podobnych warunkach. Jedynym wyjściem z tej sytuacji jest zmiana charakteru działalności mojej firmy, ale w tak krótkim okresie czasu i bez wcześniejszego przygotowania uważam, że jest to mało prawdopodobne. Jeśli nastąpi kolejna fala zachorowań – będę zmuszona zamknąć firmę.

Czy firmę obejmuje stworzony przez rząd projekt tarczy antykryzysowej oraz czy może skorzystać z pomocy instytucji zewnętrznych?

Jeśli chodzi o wsparcie państwa to wykorzystałam możliwość zawieszenia płatności ZUS i uzyskałam miesięczne postojowe w wysokości 2080,00 zł w okresie od kwietnia do czerwca. Całość uzyskanej kwoty przeznaczyłam na wszelkie opłaty związane z prowadzeniem działalności gospodarczej, czynsz najmu lokalu i rachunki. A to co zostało, a zostało niewiele, musiało wystarczyć mi na życie. Niestety, ale mój zakład fotograficzny to jedyne moje i mojej rodziny źródło utrzymania. Chciałabym powiedzieć, że w jakimś procencie pomoc z zewnątrz mi pomogła, ale te trzy ciężkie miesiące minęły bardzo szybko, a firma nie odbuduje w tak krótkim okresie siebie i normalnego funkcjonowania na rynku. Od lipca ponownie powrócił przyms opłat na rzecz Zakładu Ubezpieczeń Społecznych, zobowiązań do spłaty rachunków, czynszu czy zobowiązań wobec banku. Trudno jest więc powiedzieć o jakiegokolwiek stabilizacji i płynności finansowej. Jak na razie nie zanosi się na poprawę przez powrót do normalnej liczby zleceń, a co za tym idzie do zwiększenia moich przychodów, by opłacić wszystko i mieć na życie.

Jak radzę sobie w obecnej sytuacji? Zostałam zmuszona przełożyć część zaplanowanych usług na dalszy termin, najbardziej realnym jest tu dopiero przyszły rok. Niestety nic więcej nie mogę zrobić. Funkcjonowanie firmy o takim profilu działalności jak moja jest w tych warunkach prawie niemożliwe.

Małgorzata Wolanin

Fot.: Foto-chili; <https://www.facebook.com/fotomalgorzata>





Dron modułowy AMSD
Fot.: Jakub Jurzak

Dron ratujący życie – wywiad ze strażakiem innowatorem

O dronie strażackim potrafiącym ratować życie rozmawiam z Jakubem Jurzakiem – autorem projektu, o którym coraz głośniej w Polsce i zagranicą.



Krzysztof Kula · student kierunku Gospodarka i administracja publiczna, Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie

Drony kojarzą się z narzędziem umożliwiającym lepszą realizację filmów. Okazuje się, że mogą być wykorzystywane także w działalności Straży Pożarnej, dzięki czemu potrafią znacznie ułatwiać nawet najtrudniejsze akcje. Właśnie taki jest Dron AMSD opracowany przez studenta Akademii Górniczo-Hutniczej.

Krzysztof Kula: Czym jest dron AMSD?

Jakub Jurzak: To modułowy charakter drona – co pozwala na dostosowanie elementów do potrzeb. Obecny projekt posiada kamerę termowizyjną, a także czujnik głębi. Dzięki temu powstało urządzenie pozwalające tworzyć w praktycznie czasie rzeczywistym odwzorowanie danego pomieszczenia, a także przeszukiwać je w celu odnalezienia ludzi. Poprzez zastosowanie unikalnych rozwiązań dron może być używany w bardzo zadymionych pomieszczeniach, przy wysokiej temperaturze, a nawet przebić się przez ogień. To powoduje, że urządzenie może być wykorzystywane podczas akcji gaśniczych, co w efekcie pozwala ratować ludzkie życie.

Co wyróżnia ten dron od innych?

Obecnie nie są mi znane inne dostępne drony mające łącznie wszystkie te funkcjonalności. Tylko ten projekt w tak dużym stopniu jest gotowy, by realnie wspierać działania straży pożarnej.

Skąd powstał pomysł na to urządzenie?

Jestem strażakiem Ochotniczej Straży Pożarnej w Suchoj Beskidzkiej. Niejednokrotnie brałem udział w różnych ćwiczeniach. Jednocześnie moją pasją jest automatyka. Z połączenia jednego i drugiego wpadłem z kolegą na pomysł, który może rozwiązać realne problemy.

Jakimi sukcesami możesz się pochwalić?

Dron nie jest jeszcze na etapie komercjalizacji, ale jest znany w środowisku zarówno strażackim jak i naukowo-technicznym. Największym sukcesem jest zajęcie III miejsca w prestiżowym konkursie Intel International Science and Engineering Fair. Konkurs ten odbywa się w Phoenix i jest największym konkursem dla młodych innowatorów.

Źródło:
<https://www.facebook.com/dronAMSD>



W przeszłości w konkursie tym brali udział przyszli laureaci nagrody Nobla. Sam udział w konkursie był dla mnie wielkim wyróżnieniem, ponieważ poprzedzały go krajowe eliminacje. Nie ukrywam, że byłem także dumny, z możliwości reprezentowania naszego kraju na tak ważnym konkursie.

Jakie testy zostały już wykonane?

Z powodu braku wymaganych zezwoleń oraz wciąż dość niedoinwestowanej konstrukcji dron nie może brać jeszcze udziału w akcjach ratunkowych. Został jednak przetestowany podczas ćwiczeń Ochotniczej Straży Pożarnej w Suchej Beskidzkiej. Testy wypadły pomyślnie-ekipa ratunkowa poprzez użycie drona skracając średnio o około połowę potrzebny czas na znalezienie rannej osoby. Ćwiczenia były wykonywane w trudnych warunkach dużego zadymienia. Dron obsługiwany z zewnątrz zlokalizował uszkodzonego, przez co strażacy koncentrowali się na dojściu do niego (co także ułatwiało dron, poprzez wskazywanie przeszkód), a nie na poszukiwaniach. Ważne też jest to, że dron był używany bez mojej pomocy. Wystarczyło kilkugodzinne przeszkolenie jednego z strażaków.

Jakie podmioty pomagają Ci w realizacji swoich zainteresowań?

Podobnie jak inne innowacje prototyp użytkowy powstał w garażu, a dokładniej w warsztacie mojego Taty. Uzyskałem także stypendium z mojego ro-

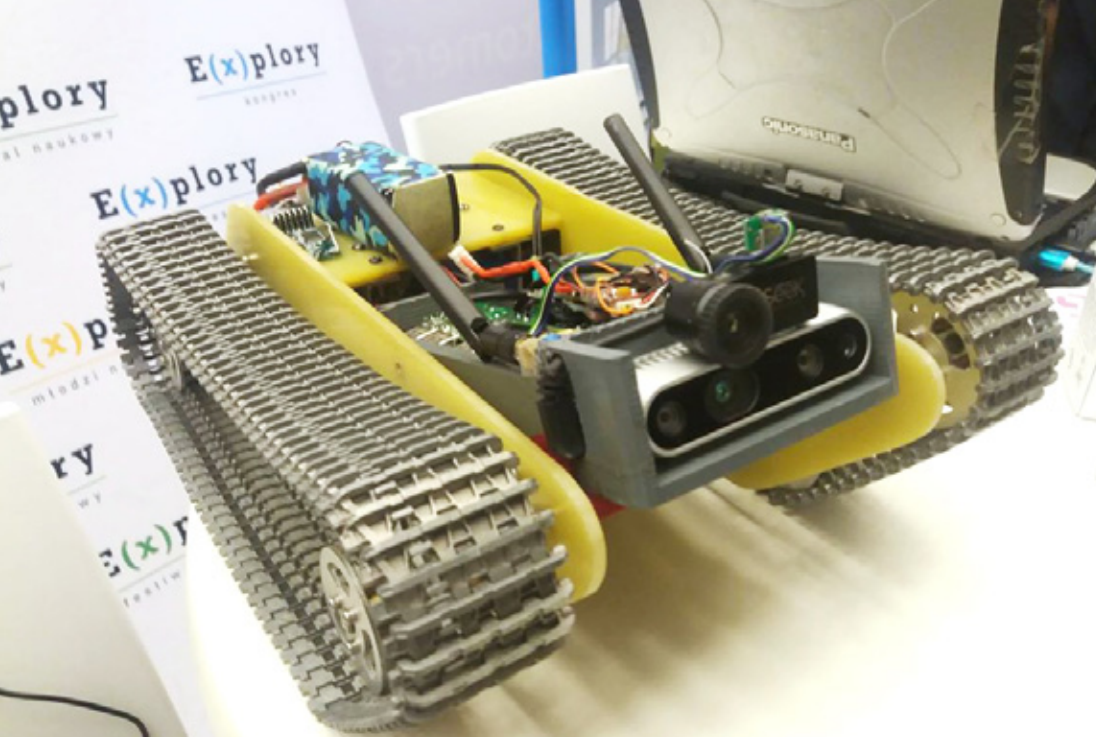
dzinnego miasta oraz Akademii Górniczo-Hutniczej w Krakowie, na której studiuje. Pieniądze te mogłem zainwestować w zakup koniecznych części. Moja Alma Mater wspiera mnie także, umożliwiając korzystanie z niektórych pomieszczeń, a przede wszystkim pozwalając dostosować tryb odbywania studiów do potrzeb związanych z możliwością rozwoju projektu.

Twoim projektem zainteresowało się także Narodowe Centrum Badań i Rozwoju. Czy możesz powiedzieć coś więcej?

Tak. Narodowe Centrum Badań i Rozwoju wsparło nas przeznaczając środki na promocję projektu. Dzięki temu mogłem jeździć z nim na różne branżowe konferencje, szukając możliwego rozwoju projektu.

Rozumiem, że następnym krokiem jest opatentowanie projektu i jego komercjalizacja?

Opatentowanie czy komercjalizacja rozumiana jako wejście produktu do sprzedaży w celu osiągnięcia zysku nie jest obecnie dla mnie najważniejsza. Celem jest takie rozwinięcie tego projektu, by stworzyć narzędzie pozwalające ratować ludzkie życie. Ten projekt nie powstał z chęci zarobku, a z stworzenia przydatnego dla otoczenia urządzenia, którego przy okazji będę autorem.



Dron modułowy AMSD
Fot.: Jakub Jurzak

■ Dron ratujący życie, cd. ze str. 33

Co więc jest przeszkodą dla osiągnięcia tego celu?

Kłopoty z finansowaniem wynikające także ze specyfiki tego urządzenia. Dron ratowniczy jest produktem, na który potencjalny popyt jest dość mocno ograniczony. Wynika to z faktu, że jest on projektowany do użytkowania przez strażę pożarną. Jest to więc innowacja, która jest użytkowana głównie przez sektor publiczny.

Jak duże środki są potrzebne by zrobić z tego projektu użyteczne narzędzie?

Kwota to zapewne zakres w okolicach kilkudziesięciu-kilkuset tysięcy złotych. Wśród kosztów trzeba wyróżnić te potrzebne do: konstruowania urządzenia z bardziej wytrzymałych, profesjonalnych części; wykonania profesjonalnych testów urządzenia, które są konieczne do uzyskania kluczowych atestów i pozwoleń. Bez nich dron nie może być użytkowany w prawdziwych akcjach. Inną kwestią jest opracowanie systemu masowej produkcji.

Jak próbujesz pozyskać takie wsparcie finansowe?

Swoje urządzenie zaprezentowałem kilku firmom. Jednak z powodu ograniczeń, o których wspominałem wcześniej, trudno jest nawiązać współpracę. To urządzenie nie wykazuje tak dużej możliwości zysku jak inne produkty z szeroko pojętej automatyki czy robotyki. Nie otrzymałem niestety do tej pory także propozycji wsparcia ze strony sektora publicznego, dla którego adresowany jest ten produkt. Oczywiście dostałem pomoc związaną z przygotowaniem prototypu, wyjazdem na targi czy międzynarodowy konkurs. Na tych etapach wydaje się, że pokazałem potencjał. Teraz jednak jest ściana, którą trudno pokonać.

Bieżące informacje o dronie znajdują się na stronie:

- <https://www.facebook.com/dronAMSD> oraz profilu rozmówcy:
- <https://pl.linkedin.com/in/jakub-jurzak-728852174>

Celem jest takie rozwinięcie tego projektu, by stworzyć narzędzie pozwalające ratować ludzkie życie. Ten projekt nie powstał z chęci zarobku, a z stworzenia przydatnego dla otoczenia urządzenia, którego przy okazji będę autorem.

Jakub Jurzak

Świadomy design – współczesna poligrafia

Rozmowa z Arturem Proficzem, właścicielem firmy poligraficznej znajdującej się w województwie małopolskim, który od prawie 30 lat zajmuje się tworzeniem oraz realizacją grafiki reklamowej.



Łukasz Nieroda • student II stopnia Innowacji w Biznesie,
Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie



<http://www.grafikareklamowa.pl/>

Źródło: <http://freepik.com>

Jak tworzą się znakomicie działające przedsiębiorstwa, czego trzeba się wystrzegać, a na co trzeba kłaść nacisk. Jak osiągnąć sukces i nie spocząć na laurach.

Łukasz Nieroda: Co skłoniło Pana do rozpoczęcia własnej działalności gospodarczej? Z jakimi problemami spotkał się Pan na początku jej założenia?

Artur Proficz: Przygodę z grafiką reklamową rozpocząłem z początkiem lat 90. Dokładnie w 1991 roku. Był to okres wielkich zmian ustrojowych w naszym kraju. Po wielu latach socjalistycznego sterowania gospodarką przez władzę ludową i doprowadzeniu gospodarki do ruiny, zaczęto propagować inicjatywę przedsiębiorczości. Czyli tak zwany dziki kapitalizm. Powstawało wiele drobnych firm, które potrzebowały w jakiś sposób zaznaczyć swoją obecność na rynku. Mimo dużego zainteresowania prowadzeniem własnej działalności gospodar-

czej, przedsiębiorcy nie do końca zdawali sobie sprawę z wartości dobrej identyfikacji wizualnej. Większość działań reklamowych ograniczała się do wykonania szyldu nad drzwiami firmy i już była reklama. Dopiero po poznaniu co to jest konkurencyjność rynku, wielu przedsiębiorców zaczęło inwestować w bardziej profesjonalny marketing i PR. W miarę rozwoju firm zapotrzebowanie na tzw. identyfikację wizualną firm stopniowo nabierało znaczenia. Powstało wiele uczelni oferujących kierunki związane z reklamą. Podejście do tematu robiło się coraz bardziej profesjonalne i myślę, że poziom oferowanych usług reklamowych u nas w Polsce niczym nie odbiega od standardów w Europie Zachodniej.

Co możemy rozumieć poprzez identyfikację wizualną, która ma ogromny wpływ na renomę firmy?

Identyfikacja wizualna to po prostu wizytówka firmy. Czyli w myśl zasady „Jak cię widzą tak cię

cd. na str. 36 ■

określają”. Na wizerunek pracuje się bardzo długo i dlatego tak ważne jest aby branding firmy był dobrze zaprojektowany i dobrze profesjonalnie prezentowany klientom.

Jak Pana firma tworzy projekty? Jest to praca indywidualna czy zespołowa?

Każda firma graficzna ma swoje praktyki. U nas projekty graficzne wykonuję sam. Ja odpowiadam za bezpośrednie kontakty z klientem. Oczywiście konsultuję projekty z resztą zespołu lecz najważniejszy jest kontakt z klientem. Aby wykonać dobry projekt nie wystarczy mieć duże umiejętności obsługi programów graficznych. To jest tylko narzędzie. Prawdziwą pracą przy projektowaniu graficznym jest relacja z klientem. Zrozumienie jego oczekiwań i stworzenie designu, który spełni nie tylko warunki wizualne ale będzie np. praktycznym znakiem towarowym tworzącym przekaz firmy w każdym warunkach założeń marketingowych.

Jakie cechy należy posiadać, aby poradzić sobie w branży poligraficznej?

Jak w każdej branży związanej z kontaktami z klientem. Mieć głowę pełną pomysłów. Potrafić słuchać ludzi. Umieć iść na kompromisy a jednocześnie potrafić tak przekonywać aby twój pomysł był pomysłem klienta. Ponadto posiadać umiejętności praktyczne wielu technik poligraficznych. Posiadać absolutną wiedzę w obsłudze programów graficznych.

Co zrobić, aby wyróżnić się spośród konkurencji?

Moim zdaniem w tej branży ważna jest relacja z klientem. Zapewnienie profesjonalnej obsługi. Oczywiście ważny jest wizerunek firmy, ale nie można tej branży traktować jak stoiska na bazarze. Które mocniej krzyczy to będzie bardziej zauważone. W tej branży ważne jest targetowanie klienta docelowego. Sprostanie oczekiwań i dbanie o wizerunek i opinię firmy.

Czym warto kierować się w prowadzeniu własnego biznesu?

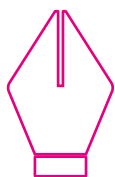
To akurat jest temat rzeka. Co branża to inna charakterystyka i szczegóły. Ja osobiście zawsze kierowałem się pewnym chińskim przysłowiem „Jak robisz to co lubisz i jeszcze Ci za to płacą to nie musisz pracować”. Trzeba być kreatywnym, angażować się w to co się robi a jednocześnie mieć patrzeć na biznes z obiektywnego dystansu.

Co oznacza dla Pana sukces w działalności gospodarczej i czy osiągnięcie sukcesu oznacza zamknięcie pewnego etapu w życiu firmy?

Dla mnie sukcesem jest zadowolenie z tego co się potrafiło wypracować. Poczucie, że jest się potrzebny. Osiągnięcie stabilności finansowej, doświadczenia i poczucie dobrze wykonywanej pracy. Jeśli chodzi o etapy to ja nie zamykam etapów. Ja codziennie otwieram nowy etap mojej firmy bo tak jest w tej branży, że codziennie są nowe wyzwania.

Czy chciałby Pan udzielić kilku rad dla młodych przedsiębiorców?

Pracować z głową. Czerpać satysfakcję z najdrobniejszych sukcesów. Motywować się porażkami. Dbać i doceniać rodzinę.



Aby wykonać dobry projekt nie wystarczy mieć duże umiejętności obsługi programów graficznych. To jest tylko narzędzie. Prawdziwą pracą przy projektowaniu graficznym jest relacja z klientem. Zrozumienie jego oczekiwań i stworzenie designu, który spełni nie tylko warunki wizualne ale będzie np. praktycznym znakiem towarowym tworzącym przekaz firmy.

Artur Proficz



Kobaltowy świat

Wywiad z Karoliną Drygałą – studentką Malarstwa i Edukacji Artystycznej w Zakresie Sztuk Plastycznych na Akademii Sztuk Pięknych w Krakowie.

Pomysłodawczyni innowacyjnego projektu artystyczno-społecznego KOBALT, który realizuje wspólnie z przyjaciółką ze studiów Emilią Garbień.

Fot.: Karolina Drygała,
Emilia Garbień



Wywiad przeprowadziła Ewelina Karwala – studentka Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie

W życiu każdego człowieka pojawiają się chwile, w których uświadamiamy sobie, że chcemy czegoś więcej. Człowiek, aby osiągnąć stan wewnętrznego szczęścia potrzebuje nieustannego rozwoju i nowych doświadczeń. A gdyby tak choć na moment oderwać się od szarej rzeczywistości i wkroczyć w kolorowy świat sztuki?

Ewelina Karwala: Czym jest Kobalt?

Karolina Drygała: Kobalt to projekt, który ma na celu upowszechnianie kultury przez praktykę. Organizujemy spotkania artystyczne, warsztaty i wystawy. Uczestnik naszych zajęć ma możliwość wyrażenia siebie poprzez działania plastyczne, np. namalowanie obrazu. Główną inspirację stanowił nasz własny proces wdrażania się w kulturę. Jesteśmy w pełni świadome, jak wiele korzyści czerpiemy z obcowania ze sztuką. Nieustannie poszerza ona granice postrzegania, rozwija wrażliwość, skłania do refleksji i ubogaca. Chciałybyśmy się tym dzielić. Sprawić, by jak najwięcej osób mogło tego doświadczać, by obcowanie ze

sztuką mogło stać się alternatywną formą spędzania wolnego czasu, a także ucieczką od pędu codzienności.

Jakie działania w ramach tego projektu zostały zrealizowane?

Kobalt powstał w ramach pracy licencjackiej. Nasz pierwszy projekt nosił tytuł „Obraz rzeczywisty” i składał się z dwóch części. Wystawy malarstwa, do której zaprosiliśmy dziesięciu absolwentów Akademii Sztuk Pięknych w Krakowie i warsztatów plastycznych dla osób nie zajmujących się profesjonalnie sztuką. Uczestnicy tworzyli swoje własne prace w przestrzeni wystawy, mogli inspirować się nimi, malować to co widzą lub pracować z wyobraźni.

Był to nasz pierwszy oficjalny projekt. Bardzo mocno angażował nas emocjonalnie i dużo nas nauczył. Miałyśmy możliwość skonfrontowania naszych wyobrażeń z rzeczywistością, co nie zawsze było przyjemne.

Od tego czasu wszystkie nasze działania firmujemy znakiem kobaltu. Przeprowadziliśmy między innymi warsztaty z rysunku studyjnego malarskiego. Poruszaliśmy temat abstrakcji i tego, jakie efekty można wyciągnąć z medium, jakim jest farba. Odwoływałyśmy się do metod edukacyjnych Arno Sterna, który bardzo cenił swobodę w działaniach plastycznych.

Co roku organizujemy także na akademii kuratorskie oprowadzanie po wystawie końcowo rocznej Wydziału Malarstwa Akademii Sztuk Pięknych, odbywającej się w pierwszym tygodniu czerwca. Zapraszamy także w tym roku!

Skąd pomysł na stworzenie projektu? Co sprawiło, że zdecydowaliście się na realizację warsztatów?

Obie bardzo lubimy kontakt z ludźmi, już w liceum wiedziałyśmy, że chcemy z nimi pracować. Same jako studentki malarstwa, jesteśmy przede wszystkim praktyczkami. Na co dzień malujemy, rysujemy i realizujemy różne projekty. Kobalt to sposób na to by połączyć to wszystko razem, wykorzystując wiedzę zdobytą na studiach. W prywatnych rozmowach często spotykałyśmy się z chęcią uczestnictwa w kulturze. Jednak osoby te często wspominały, że czują się w tym świecie sztuki nieco zagubione. Mają problem z odbieraniem niektórych dzieł i formułowaniem o nich opinii. Są pewne, że brak podstawowych wiadomości dyskwalifikuje ich sądy. A to nieprawda. Sztuka oddziałuje na emocje, a na poziomie emocji wszyscy jesteśmy równi, nie istnieje dobry czy zły sposób

odczuwania. W związku z tym każdy ma prawo do wyrażania swojego zdania, nawet na przekór ogólnie przyjętym opiniom. To samo dotyczy ekspresji plastycznej. Jest dostępna dla każdego, nie każdy tylko ma odwagę po nią sięgnąć.

Często w swoich wypowiedziach podkreślasz fakt, iż każdy człowiek powinien obcować ze sztuką, po to między innymi, aby móc rozwijać własną osobowość. Czyli mam rozumieć, że sztuka jest dla każdego?

Tak, sztuka jest dla każdego, tylko w różnym stopniu. Naszymi działaniami pragniemy zachęcić uczestników do wyrażania swoich opinii, do uzewnętrzniania emocji oraz do rozrywki. Każdy z nas może to zrobić, niezależnie od statusu społecznego, zawodu, czy wieku.

Do kogo skierowany jest projekt?

Projekt jest skierowany przede wszystkim do osób dorosłych, które zakończyły już swoją edukację. Obecnie coraz to większą popularność zyskują Uniwersytetu Trzeciego Wieku, warsztaty i spotkania skierowane do seniorów. Dzieci oraz młodzież mają wręcz nadmiar zajęć dodatkowych. Jak wynika z badań, osoby dorosłe są pozostawione same sobie. W sektorze edukacji nie ma dla nich ofert. Nasza inicjatywa wychodzi naprzeciw ich potrzebom. Aby wziąć udział w naszych warsztatach nie trzeba mieć zdolności plastycznych. Nam chodzi bardziej o doświadczenie twórczości, udział w procesie a nie osiągnięcie konkretnego rezultatu. Warsztaty są otwarte dla każdego.

Jaki jest zatem główny cel waszych działań?

Chcemy sprawić by obcowanie ze sztuką mogło stać się alternatywną formą spędzania wolnego czasu. Pragniemy dostarczać rozrywki, ale twórczej i rozwijającej. Dzięki praktyce można później lepiej zrozumieć sztukę innych. Kluczem jest to, aby uświadomić sobie, że nie umiejętności są tutaj najważniejsze, ale przeżycie i doświadczenie czegoś nowego. Oczywiście to wymaga odwagi i otwartości, do których zachęcamy!

Kraków to miasto, w którym znajduje się bardzo dużo szkół rysunku. Zatem jak przypuszczam macie dużą konkurencję. Karolino, proszę powiedź mi co Was wyróżnia?

Kobalt to projekt, który ma na celu upowszechnianie kultury przez praktykę. Organizujemy spotkania artystyczne, warsztaty i wystawy. Uczestnik naszych zajęć ma możliwość wyrażenia siebie poprzez działania plastyczne

Karolina Drygała

Fot.: Karolina Drygała,
Emilia Garbień



Wprowadzamy człowieka w świat sztuki, a nie uczymy konkretnych umiejętności. Staramy się wykorzystywać zarówno tradycyjne jak i alternatywne metody edukacji, które bazują na doświadczeniu i kładą nacisk na indywidualizm. Zależy nam na budowaniu więzi społecznych. Nasz projekt jest także spotkaniem z drugim człowiekiem. Pragniemy tworzyć przestrzeń tych spotkań. Dawać ludziom pretekst do podjęcia działań twórczych oraz motywować do wchodzenia w dialog poprzez sztukę.

W naszych warsztatach ważnym elementem jest także wchodzenie w kontakt ze samym sobą. Zatrzymanie się w świecie ciągłego pośpiechu i wirtualnych rzeczywistości. Malarstwo jest dla nas przestrzenią prawdziwszą, gdzie można podjąć refleksję. Kiedyś na tego typu formę spędzania wolnego czasu mogli sobie pozwolić tylko najbogatsi. Dziś standard życia znacznie wzrósł. Zaspokajając podstawowe potrzeby ludzie mają pragnienie wchodzenia głębiej. My chcemy wyjść właśnie z taką ofertą. Na pierwszym miejscu stawiamy indywidualność jednostki, jej potrzeby i wartości. Chcemy też rozwijać wrażliwość estetyczną.

A czym jest wrażliwość estetyczna?

Myślę, że jest to po prostu wrodzona kreatywność. Wrodzona zdolność ludzi do twórczości i kreatywnego myślenia oraz odbioru różnego rodzaju obrazów w wymiarze estetycznym, czyli wartościującym czy coś jest ładne, czy nie, czy się nam

podoba, czy nie. Wrażliwość nie jest, jak sądzą wielu współczesnych ludzi – słabością, ale drogą do odwagi i autentyczności.

Czy w dzisiejszych czasach jest miejsce na warsztaty plastyczne?

Oczywiście że tak! We współczesnym świecie istnieje duże zapotrzebowanie na tego typu działania. W dobie cyfryzacji coraz więcej aktywności przenosi się do strefy wirtualnej. Używamy komputerów, programów graficznych, aparatów. My proponujemy powrót do działań manualnych. Nic nie zastąpi prawdziwego doświadczenia zapachu farby, faktury płótna czy gestu malarskiego. Proponowane przez nas zajęcia rozwijają też kreatywność. Umiejętność, która według naukowców będzie jedną z kluczowych w przyszłości.

Decyzja o stworzeniu innowacyjnego projektu musiała wiązać się z wieloma wątpliwościami. Podczas realizacji każdego przedsięwzięcia pomysłodawcy często napotykają się na trudności. Czy w Waszym przypadku owe trudności się pojawiły?

Tak, głównym naszym problemem były kwestie związane z promocją. Cały czas uczymy się, jak formułować i rozpowszechniać informacje by trafić do jak najszerszego grona odbiorców. Aktualnie najskuteczniejsza w naszym przypadku jest „poczta pantoflowa”.

cd. na str. 40 ■



Fot.: Karolina Drygała, Emilia Garbień

■ Kobaltowy świat, cd. ze str. 39

Prawda jest taka, że każdy projekt niesie ze sobą nowe wyzwania i trudności, których nie da się przewidzieć. Praca z ludźmi zawsze jest dynamiczna, różne są ich postawy i oczekiwania. Czasem zaskakują nas kwestie, które wydawały być się oczywiste. Gdzieś zawsze pojawia się dreszczyk emocji, ale za to też uwielbiamy nasze działania. Musimy po prostu być elastyczne. Nie mamy stałego miejsca, wykorzystujemy nadarzające się okazje. Czasem są to warsztaty w bezpiecznej przestrzeni Akademii, gdzie mamy do dyspozycji sztalugi i odpowiednie materiały a czasem wpadamy na całkiem niekonwencjonalne pomysły, i miejsce nas zaskakuje. Kiedyś robiłyśmy warsztaty w budyn-

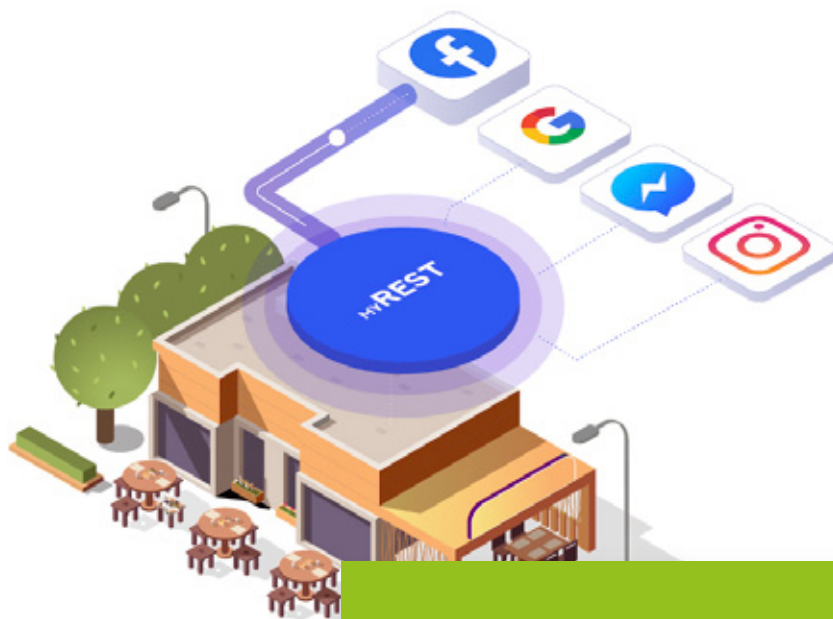
ku w stanie surowym. Chciałyśmy wykorzystać jego potencjał i dać całkowitą swobodę uczestnikom, którzy nie musieli się bać czy pobrudzą ścianę i podłogę. Wiązało się to jednak z pewnymi niedogodnościami, jeśli chodzi o kwestie sanitarne.

A co najbardziej lubisz w tej pracy?

Przede wszystkim największą wartość stanowią dla mnie uczestnicy. Ogromną radość sprawia mi patrzenie na ich zadowolenie podczas pracy, dumę z uzyskanych efektów. Tutaj nie ma miejsca na nudę czy schematy. Każdy warsztat jest inny i niesie ze sobą nowe doświadczenia, także dla mnie.



Chcemy sprawić by obcowanie ze sztuką mogło stać się alternatywną formą spędzania wolnego czasu. Pragniemy dostarczać rozrywki, ale twórczej i rozwijającej.



myREST – marketingowe wsparcie dla branży gastronomicznej



Alina Usyk, COO myREST Sp. z o.o.

myREST to krakowski startup działający w obszarze IT. Firma dostarcza rozwiązania technologiczne dla restauratorów. W czasie kryzysu wywołanego pandemią wykorzystanie tych narzędzi nabiera szczególnego znaczenia.

Odmrażanie gastronomii nie jest szybkim procesem, zwłaszcza, gdy koronawirus nie odpuszcza. Sprzedaż w restauracjach po czasie samoizolacji jeszcze nie wróciła do poziomu sprzed epidemii, a działalność gastronomii znów została mocno ograniczona. Jak w takiej sytuacji zwiększyć sprzedaż? Jest to pytanie, które zadaje sobie chyba dziś każdy restaurator. Odpowiedź na to ma firma myREST – w opinii zespołu marketing lokali gastronomicznych jest w tym momencie niezbędnym działaniem, które pomoże zdobyć nowych klientów oraz osiągnąć większe przychody.

Od początku działalności myREST stawia sobie za cel wsparcie digitalizacji branży restauracyjnej. Chodzi przede wszystkim o wsparcie technologiczne w obszarze rezerwacji, zamówień oraz marke-

tingu online, rozszerzenie możliwości komunikacji restauracji z klientami, automatyzacja takiej komunikacji oraz kanałów marketingowych lokalu, edukacja branży co do wszystkich procesów online. myREST chce pomóc restauracjom szybciej się rozwijać oraz zwiększać przychody monetyzując kanały społecznościowe za pomocą skutecznych kampanii marketingowych.

Sukcesywny rozwój firmy oraz tworzone produkty to efekt długich obserwacji i rozmów z przedstawicielami branży restauracyjnej. Jak to często bywa w biznesie, po drodze zdarzały się sukcesy, ale i problemy. Swoją drogę biznesową myREST rozpoczął od budowania MVP produktu dla przyspieszenia obsługi kelnerskiej oraz pokonania barier językowych – SmartMenu. Później następowaty kolejne zmiany w planie rozwoju produktu – powstał system rezerwacji, a w ostatnim czasie również myREST Bot. Zespół odbył wiele rozmów z inwestorami, prezentował swoje działania na wielu wydarzeniach, korzystał ze wsparcia mentorów. W 2019 r. spółka brała też udział w **programie akceleracyjnym #StartUP Małopolska**, organizowanym

cd. na str. 42 ■

Cały ekosystem produktów myREST jest elastyczny, łatwo dostępny dla każdego klienta, oferta pakietów jest dość zróżnicowana, a wszystkie dostosowania są wykonywane centralnie.

■ myREST, cd. ze str. 41

przez Urząd Marszałkowski Województwa Małopolskiego, który otworzył nowe możliwości rozwoju firmy i dostarczył wiedzy na temat narzędzi biznesowych, które tworzą markę produktu w oparciu o jasne i sprawdzone zasady. To właśnie ta wiedza jest dziś wykorzystywana przez zespół, by reagować na bieżące potrzeby klientów.

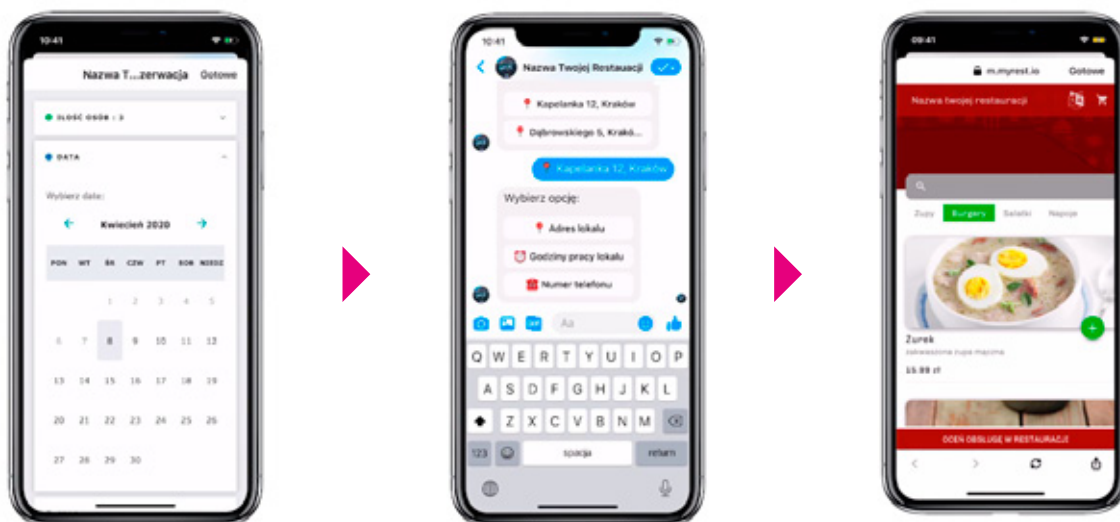
Kilka miesięcy temu zespół przedstawił nowy produkt **myREST Bot** – asystenta restauracji w Facebook Messenger. To narzędzie, które zmienia podejście do interakcji z gośćmi. Pozwala na przyjmowanie rezerwacji, komunikację z klientami oraz zamawianie online bez dodatkowego zaangażowania pracow-

ników, dodatkowych kosztów, bez tworzenia kodu czy instalacji innych aplikacji bezpośrednio w Messengerze. W obecnej ofercie zespołu znajduje się również system rezerwacji i elektroniczne SmartMenu. **Widget do rezerwacji** to narzędzie, które generuje więcej rezerwacji online ze strony internetowej, Facebooka, Instagrama, wizytówki Google i automatyzuje pracę restauracji 24/7. **SmartMenu** to wielojęzyczna cyfrowa karta dań QR w telefonie klienta bez żadnych aplikacji. Ekologiczne narzędzie, pozwalające zaskoczyć gości nie tylko innowacyjnością, ale również pięknymi zdjęciami dań.

Cały ekosystem produktów myREST jest elastyczny, łatwo dostępny dla każdego klienta, oferta pakietów jest dość zróżnicowana, a wszystkie dostosowania są wykonywane centralnie. Klient może nawet w kilka godzin otrzymać rozszerzone funkcjonalności całkowicie dopasowane do sytuacji rynkowej. Aktualnie, w obliczu pandemii koronawirusa, myREST dostosował swoje narzędzia do funkcjonalności związanych z dostawami i odbiorem dań na wynos. To odpowiedź na obecne wyzwania przed jakimi stanęła branża restauracyjna. Co więcej, reagując na trudną sytuację branży, przez pierwszy miesiąc wszystkie narzędzia oferowane są bezpłatnie.

myRESTBOT

Źródło: <https://myrest.io/>





BądźMY -górá

INNOWACYJNE SAFARI

- SPOTKANIE „OKO W OKO”
PRZEDSIĘBIORCÓW
Z NAUKOWCAMI

INTELIŻENTNE SPECJALIZACJE - POZNAJCIE MOCNE STRONY MAŁOPOLSKI

Czym są inteligentne specjalizacje regionu?

- to nasze mocne strony, które musimy wspierać i stale rozwijać
- to one wyznaczają kierunek rozwoju naszego regionu.

Co dają nam inteligentne specjalizacje?

- dają nam rozwój i przewagę
- dzięki nim Małopolska góruje pod względem innowacyjności i przedsiębiorczości!

Jak wspieraMY inteligentne specjalizacje?

- w obrębie specjalizacji kumulujemy środki finansowe przeznaczone na badania i innowacje; połowa środków z Regionalnego Programu Operacyjnego została przeznaczona na ich wsparcie (blisko 1,5 mld zł).
- organizujemy imprezy, które promują innowacje i przedsiębiorczość, pomagają nawiązywać współpracę, dają możliwość prezentacji osiągnięć na arenie ogólnopolskiej.

Więcej dowiedzieć się na
www.innowacyjna.malopolska.pl
oraz
facebook.com/InnowacyjnaMalopolska

MAŁOPOLSKI FESTIWAL INNOWACJI

- ŚWIĘTO MAŁOPOLSKICH
INNOWACJI



MAŁOPOLSKA NA TARGACH INNOWACJI

- PREZENTACJA MAŁOPOLSKICH
FIRM NA ARENIE
OGÓLNOPLSKIEJ




**Bądź 
— górą**

Chcesz rozwinąć swoją firmę?
Weź udział w programie
akcelerycyjnym

**#StartUP
Małopolska!**



Odwiedź nas

www.innowacyjna.malopolska.pl
 fb/innowacyjnamalopolska
www.malopolska.pl
www.businessinmalopolska.pl

Urząd Marszałkowski Województwa Małopolskiego
Departament Nadzoru Właścicielskiego i Gospodarki
rozwój.gospodarczy@umwm.malopolska.pl
tel. 12 63 03 444