

Wielkopolski Rzemieślnik

Numer 10/2011

<http://irpoznan.com.pl>



◆ Ochrona własności intelektualnej

◆ Flexicurity – nowoczesny model pracy w twojej firmie

◆ Pilnie poszukuję hamulca czasu...



Ochrona własności intelektualnej

Wiesław Ratajczak

Spis treści:

Ochrona własności intelektualnej	2
Flexicurity – nowoczesny model pracy w twojej firmie	5
„Flexicurity – szansa na zrównoważony rozwój rynku pracy”	7
Wsparcie dla młodych przedsiębiorców z sektora MŚP	10
Innowacje - to proste!	12
Nestor wielkopolskich rymarzy	14
Pilnie poszukuje hamulca czasu...	16
W 2013 Chorwacja członkiem UE	20
“Lubię to!”, czyli o reklamie w serwisach społecznościowych słów kilka	23
Info	26



Tę obszerną tematykę reguluje prawo własności intelektualnej, pod pojęciem którego generalnie rozumie się ochronę wytworów ludzkiego umysłu o charakterze niematerialnym.

Własność intelektualną dzieli się na dwa obszary:

1. własność przemysłowa,
2. prawo autorskie i prawa pokrewne

Własność przemysłowa obejmuje:

- patenty na wynalazki,
- prawa ochronne na wzory użytkowe,
- prawa ochronne na znaki towarowe,
- prawa z rejestracji wzoru przemysłowego,
- prawa z rejestracji topografii układu scalonego,
- prawa z rejestracji oznaczenia geograficznego.

Obszar ten reguluje Ustawa z dnia 30 czerwca 2000 roku Prawo własności przemysłowej /tj. Dz. U. z 2003 r. nr 119, poz. 1117 z późn. zm./ oraz przepisy wykonawcze do tej ustawy.

Prawo autorskie i prawa pokrewne obejmują:

- ochronę utworów literackich, artystycznych i naukowych,
- prawa do artystycznych wykonań,
- prawa do fonogramów i wideogramów,
- prawa do nagrań programów,
- prawa do pierwszych wydań,
- prawa do wydań naukowych i krytycznych.

Obszar ten reguluje Ustawa z dnia 4 lutego 1994 r. o prawie autorskim i prawach pokrewnych /tj. Dz. U. z 2006 r. nr 90. Poz. 631 z późn. zm./ oraz przepisy wykonawcze do tej ustawy.

Coraz częściej w literaturze fachowej pojawia się trzeci obszar własności intelektualnej – know-how, rozumiany jako poufne informacje techniczne, technologiczne, organizacyjne i gospodarcze /tajemnice gospodarcze i służbowe firmy/.

W niniejszej informacji przedstawię krótką charakterystykę poszczególnych form własności przemysłowej, ponieważ przedsiębiorców zasadniczo interesuje ten obszar dotyczący własności intelektualnej. Chociaż jak wskazują ostatnie lata, także konieczna jest znajomość przepisów odnośnie praw autorskich i praw pokrewnych, w kontekście odtwarzania utworów muzycznych w zakładach usługowych i koniecznością ponoszenia opłat z tego tytułu.

Przez **wynalazek** rozumie się rozwiązanie techniczne, które posiada następujące cechy:

- jest nowe,
- posiada poziom wynalazczy,
- nadaje się do przemysłowego zastosowania.

Natomiast **patent** to dokument stwierdzający własność wynalazku i wyłączność na korzystanie z niego na terytorium danego kraju. W Polsce patent przyznaje Urząd Patentowy RP. Po złożeniu przez wynalazcę albo pracodawcę lub zamawiającego /wynalazek powstał w ramach stosunku pracy lub przy pomocy przedsiębiorcy/ wniosku do Urzędu przeprowadzane są stosowne badania formalne wniosku oraz badania merytoryczne

dokumentacji zgłoszonego wynalazku. Po pozytywnym przejściu badań Urząd wydaje patent na dany wynalazek, który ważny jest do 20 lat. Z patentu mogą korzystać zawodowo lub zarobkowo inne osoby po uzyskaniu odpowiedniej licencji.

Możliwa jest również ochrona wynalazku i uzyskanie patentu w innych krajach na świecie.

Wzorem użytkowym jest nowe i użyteczne rozwiązanie o charakterze technicznym, dotyczące kształtu, budowy lub zestawienia przedmiotu o trwałej postaci. Wzór użytkowy musi posiadać rozwiązania mające praktyczne znaczenie przy wytwarzaniu lub korzystaniu z wyrobu. Na wzór użytkowy można uzyskać prawa ochronne ważne do 10 lat. Do ich uzyskania stosuje się procedury podobne jak przy patencie.

Znakiem towarowym może być każde oznaczenie, które można przedstawić w sposób graficzny, jeżeli nadaje się ono do odróżnienia towarów lub usług jednego przedsiębiorstwa od tego samego rodzaju towarów lub usług innego przedsiębiorstwa.

Wizualizacja znaku może mieć charakter graficzny, słowny, dźwiękowy, zapachowy. Znak towarowy zawsze jednak powinien być możliwy do określenia w formie graficznej / rysunek, napis, zapis nutowy, opis zapachu, itd./ . Czas ważności prawa ochronnego na znak towarowy wynosi 10 lat i może być odnawialny na kolejne okresy dziesięcioletnie w sposób nieograniczony.

Wzorem przemysłowym jest nowa i posiadająca indywidualny charakter postać przedmiotu wytworzonego w sposób przemysłowy lub rzemieślniczy, nadana mu w szczególności przez cechy linii, konturów, kształtu, kolorystykę, strukturę lub materiał oraz ornamentację. Przedmiotem ochrony jest jego oryginalna estetyka. Prawo do ochrony nadaje podobnie jak w poprzednich przypadkach Urząd Patentowy RP poprzez wydanie świadectwa rejestracji na okres do 25 lat.

Przez **topografię układu scalonego** rozumie się rozwiązanie polegające na przestrzennym rozplanowaniu elementów, z których co najmniej jeden jest elementem aktywnym oraz wszystkich lub części połączeń układu scalonego. Rejestracji dokonuje się również poprzez Urząd Patentowy RP, a jej ważność ustaje z pewnymi wyjątkami po 10 latach.

Oznaczenia geograficzne są to nazwy regionalne lub oznaczenia pochodzenia, służące do wyróżniania towarów, które pochodzą z określonego terenu i posiadają pewne szczególne właściwości przypisywane pochodzeniu geograficznemu. Ta forma własności przemysłowej nie dotyczy usług.

Zgłoszenia oznaczenia geograficznego może dokonać upoważniona organizacja reprezentująca producentów, właściwy organ administracji państwowej lub samorządu terytorialnego. Oznaczenia geograficzne są z reguły wspólnym dobrem lokalnych społeczno-

ści, a nie poszczególnych producentów. Zgłoszenie oznaczenia geograficznego musi zawierać m. in. wskazanie towarów których będzie dotyczyło, granic geograficznych terenu którego dotyczy, wskazanie metod wytwarzania i kontroli, określenie przedsiębiorców, którzy będą mogli używać oznaczenia. Ochrona oznaczenia geograficznego jest bezterminowa.

Należy dodać, iż jest to powszechna ostatnio forma popularyzacji i promocji regionów i miejscowości oraz charakterystycznych dla nich wyrobów w przeważającej większości spożywczych.

Na zakończenie tej krótkiej informacji należy z przykrością stwierdzić, iż temat ochrony własności przemysłowej nie jest niestety dostatecznie doceniany przez polskich przedsiębiorców zwłaszcza z sektora MŚP. Na szczęście sytuacja zaczęła się zmieniać po wejściu Polski do Unii Europejskiej i rozszerzeniu współpracy gospodarczej polskich przedsiębiorców z partnerami zagranicznymi.

Temat ochrony własności przemysłowej, a szerzej intelektualnej nie jest zagadnieniem łatwym. Od zainteresowanych wymaga znajomości prawa i procedur, cierpliwości oraz nakładów finansowych. Jednak bez zdecydowanie większego zaangażowania przedsiębiorców w ochronę dóbr niematerialnych w swoich przedsiębiorstwach coraz trudniej będzie im utrzymać pozycję na rynku krajowym, a tym bardziej wygrać konfrontację z konkurencją zagraniczną.

Flexicurity – nowoczesny model pracy w twojej firmie

Anna Dowgird

Czym jest flexicurity?

Flexicurity to nowoczesny model rynku, który łączy trzy elementy: elastyczność (form i organizacji pracy), bezpieczeństwo (stabilność zatrudnienia, dostęp do kształcenia ustawicznego i zabezpieczenie socjalne) oraz aktywne polityki rynku pracy. Celem flexicurity jest wzmocnienie konkurencyjności przedsiębiorstw oraz stworzenie lepszych i bezpieczniejszych miejsc pracy dzięki zwiększeniu możliwości łatwego zatrudnienia na każdym etapie życia zawodowego. Taki model rynku pracy sprzyja również rozwojowi kwalifikacji w warunkach szybko zmieniającej się gospodarki. Flexicurity niesie za sobą korzyści zarówno dla pracodawców, jak i dla pracowników.

Elementy flexicurity: elastyczność, bezpieczeństwo, aktywność

Elastyczność umożliwia na drodze porozumienia pracodawcy z pracownikiem dostosowanie zatrudnienia w firmie do faktycznych potrzeb przedsiębiorstwa, oraz do możliwości pracowników. Zakłada znalezienie optymalnej formy i czasu pracy (np. telepraca, ruchomy czas pracy, zadaniowy czas pracy itp.), sprzyjającej wzrostowi efektywności i poczucia komfortu pracowników. Bezpieczeństwo z kolei obejmuje możliwość płynnego przejścia z jednego stanowiska na drugie, pewność wynagrodzenia i zatrudnienia, a także dostęp do kształcenia ustawicznego, ułatwiającego przekwalifikowanie się.

To także rozwiązania pomagające pracownikom łączyć życie zawodowe z rodzinnym. Ostatnim komponentem flexicurity jest aktywność, która wiąże się przede wszystkim ze zwiększeniem mobilności pracowników na rynku pracy, a także aktywizacją zawodową osób bezrobotnych lub takich które na rynku pracy są dyskryminowane (np. osoby po 50 roku życia, niepełnosprawni, młode matki). Sprzyja także systematycznemu podwyższaniu kwalifikacji pracowników oraz ograniczaniu zjawiska wykluczenia społecznego.

Biurowisko projektu:
ul. Miodowa 14, 00-246 Warszawa
tel./fax 22 50 44 317
e-mail: biuro@flexicurity.pl, www.flexicurity.pl



Lider projektu:
Związek Rzemiosła Polskiego
ul. Miodowa 14, 00-246 Warszawa
www.zrp.pl



Partner projektu:
Izba Rzemieślnicza w Opolu
ul. Katowicka 55, 45-061 Opole
www.izbarzem.opole.pl

Flexicurity dla sektora MŚP

Projekt „Flexicurity – w dążeniu ku adaptacyjności poprzez kształcenie ustawiczne, elastyczność pracy oraz system zabezpieczenia społecznego na poziomie przedsiębiorstw w Polsce” powstał we współpracy Związku Rzemiosła Polskiego i Izby Rzemieślniczej w Opolu. Głównym celem projektu jest promocja idei oraz rozwiązań flexicurity wśród pracowników i pracodawców z sektora MŚP. W ramach projektu odbędzie się cykl spotkań informacyjnych. Spotkania są skierowane do mikro- i małych przedsiębiorców oraz pracowników kadry zarządzającej, zainteresowanych wprowadzeniem rozwiązań modelu flexicurity w swoich firmach.

Uczestnicy wezmą udział w jednodniowych seminariach, podczas których omówione zostaną najważniejsze akty prawne dotyczące elastyczności i bezpieczeństwa zatrudnienia oraz przykłady dobrych praktyk. Przedsiębiorcy, w specjalnie przygotowanym teście, będą mogli również sprawdzić, czy stosują model flexicurity i poznać sposoby jego praktycznego wykorzystania i wdrożenia. Terminy spotkań informacyjnych są zamieszczone na stronie **www.flexicurity.pl**. Warto odwiedzić portal również ze względu na możliwość zapoznania się z materiałami multimedialnymi.





„Flexicurity – szansa na zrównoważony rozwój rynku pracy”

Bogumiła Frąckowiak

Projekt realizowany jest przez Wielkopolską Izbę Rzemieśniczą w Poznaniu w partnerstwie z firmą Doradztwo Społeczne i Gospodarcze z Poznania z poddziałania 8.1.3 POKL. Okres realizacji od 01.06.2011 r. do 30.11.2012 r. na terenie subregionu konińskiego i kaliskiego.

Cel projektu – upowszechnienie koncepcji flexicurity wśród przedstawicieli pracodawców i pracowników przedsiębiorstw z subregionu konińskiego i kaliskiego oraz zainicjowanie publicznej dyskusji nad modelem flexicurity adekwatnym do potrzeb regionalnego rynku pracy.

Co to jest idea flexicurity?

„Flexicurity” to połączenie dwóch słów: flexibility (elastyczność) oraz security (bezpieczeństwo). Flexicurity to godzenie elastyczności rynku pracy i jego bezpieczeństwa. To kompleksowe podejście do potrzeb współczesnego rynku, podejście, którego priorytetem jest z jednej strony uelastycznianie rynków pracy, organizacji pracy i stosunków

pracy, a z drugiej zwiększanie bezpieczeństwa zatrudnienia i bezpieczeństwa socjalnego, przede wszystkim osób o słabszej pozycji na rynku pracy i spoza niego.

Jakie są koncepcje idei flexicurity?

Kluczową rolę w koncepcji „flexicurity” odgrywa poszukiwanie rozwiązań zapewniających równowagę między elastycznością a bezpieczeństwem przynoszącym obojętne korzyści dla pracodawców i pracowników.

Koncepcja flexicurity składa się z 4 elementów, są to:

– **aktywna polityka rynku pracy** - bezpośrednie działania na rynku pracy, których celem jest nie tylko tworzenie nowych

flexicurity



miejsc pracy, ale również zapewnienie pracownikom możliwości przekwalifikowania, doradztwa zawodowego oraz pośrednictwa pracy.

– **elastyczność prawna i organizacyjna** - czas i forma zatrudnienia pracowników są dostosowane do sytuacji panującej na rynku.

– **kształcenie ustawiczne** - pracownicy mają możliwość szybkiego przekwalifikowania się oraz podniesienia poziomu wykształcenia.

– **system zabezpieczenia społecznego pracowników** - ubezpieczenia od bezrobocia czy wysokie świadczenia do czasu znalezienia nowej pracy.

Działania prowadzone w ramach projektu:

1. Promocja koncepcji flexicurity wśród uczestników rynku pracy z terenu subregionu konińskiego i kaliskiego prowadzona poprzez portal internetowy, konferencje, seminaria, badania, publikacje, artykuły prasowe, spoty radiowe, ulotki, plakaty, roll-up.
2. Konferencja inauguracyjna i kończąca

projekt w Koninie i Kaliszu.

3. Portal internetowy poświęcony idei flexicurity **www.flexicurityirpoznan.pl**

4. Idea flexicurity w praktyce – badania i analizy

Szczególnie polecamy uwadze

Konferencje rozpoczynające projekt

Konferencje odbędą się:

20 października 2011 r. w Koninie,

27 października w Kaliszu.

Skierowane są do pracodawców działających w subregionie konińskim oraz kaliskim.

Celem konferencji jest rozpowszechnienie idei flexicurity, zaprezentowanie stanu obecnego i prezentacja dobrych praktyk w tej dziedzinie.

Cykl seminariów dotyczący idei flexicurity

W seminariach w roli prelegentów wezmą udział wykładowcy i pracownicy nauki wielkopolskich wyższych uczelni, a także przedstawiciele najprężniej funkcjonujących

flexicurity

firm wcielających w swoich przedsiębiorstwach ideę flexicurity.

Celem seminariów będzie popularyzacja koncepcji flexicurity oraz doświadczeń zagranicznych z zakresu jej wdrażania. Jak również zapoczątkowanie wśród pracodaw-

ców i pracowników rynku pracy debaty na temat możliwości jednoczesnego zwiększania elastyczności i bezpieczeństwa na rynku pracy. Udział w seminariach zapewni podniesienie wiedzy dotyczącej idei flexicurity wszystkich uczestników.

ZAPRASZAMY DO KONKURSU

„Przyjazny Pracodawca”

Celem konkursu jest promowanie pracodawców, którzy wprowadzają w swych firmach ideę flexicurity oraz oferują swym pracownikom satysfakcjonujące rozwiązania w zakresie godzenia pracy zawodowej z życiem rodzinnym. Laureaci Konkursu uzyskają prawo do posługiwania się tytułem dla celów marketingowych.

Serdecznie zapraszamy do udziału!

Okres realizacji konkursu **od 20.10.2011r. do 31.07.2012r. na terenie subregionu ko-
nińskiego i kaliskiego**. Oficjalne ogłoszenie wyników i prezentacja laureatów nastąpi w listopadzie 2012r.

Więcej informacji o projekcie i podejmowanych działaniach na stronie

www.flexicurityirpoznan.pl

Biuro projektu:

Wielkopolska Izba Rzemieślnicza w Poznaniu

al. Niepodległości 2

61-874 Poznań

Tel. 61 8537132

Adres e-mail info@flexicurityirpoznan.pl

flexicurity



DG Edukacja i Kultura
Program „Uczenie się przez całe życie”
Leonardo da Vinci



Wsparcie dla młodych przedsiębiorców z sektora MŚP

Większość przedsiębiorców rozpoczynających działalność gospodarczą, zdaje sobie sprawę, że pierwsze lata funkcjonowania ich firmy nie będą „usłane różami”. Niestety wielu z nich nie przetrwa pierwszych trzech lat na rynku, nawet pomimo otrzymania wsparcia od różnych instytucji bądź organizacji wspierających młodych przedsiębiorców. Przyczyny tej sytuacji mają swoje źródło m.in. w niedostatecznej wiedzy oraz doświadczeniu w prowadzeniu firmy.

Warto zauważyć, że średnie i duże przedsiębiorstwa lepiej radzą sobie z licznymi procedurami związanymi z odpowiednim stosowaniem przepisów prawa np. korzystając z usług doświadczonych firm doradczych. Natomiast drobni przedsiębiorcy, nie mogąc sobie pozwolić na podobne usługi, często nie posiadają odpowiednich kompetencji przy zakładaniu oraz prowadzeniu własnej firmy.

Aby wesprzeć młodych przedsiębiorców w najtrudniejszych latach ich działalności oraz zwiększyć liczbę aktywnych firm z sektora MŚP, 12 instytucji z 10 krajów europejskich postanowiło połączyć swoje siły i doświadczenie. Dzięki

wspólnemu zaangażowaniu powstał projekt „SME-Trainet – sieć interesariuszy w obszarze kształcenia zawodowego i doradztwo na rzecz zrównoważonego rozwoju młodych przedsiębiorców i MŚP” finansowany ze środków programu Leonardo da Vinci w ramach inicjatywy „Uczenie się przez całe życie”. Nadrzędnym celem projektu, który rozpoczął się w 2008 roku, jest poprawa struktur wsparcia dla małych i średnich przedsiębiorstw w najtrudniejszej dla nich fazie między drugim i piątym rokiem funkcjonowania.

W związku ze zbliżającym się końcem realizacji projektu, wszyscy partnerzy spotkali się w Warszawie w maju br. w celu podsumowania osiągniętych rezultatów oraz opracowania strategii upowszechniania jego wyników.

Konferencja odbyła się pod hasłem „Przyszłość szkolenia oraz doradztwa na rzecz młodych przedsiębiorców”. To dwudniowe spotkanie, zorganizowane przez Związek Rzemiosła Polskiego, było szansą do pochylenia się nad najważniejszymi problemami, z jakimi borykają się firmy z sektora MŚP.

„Niewątpliwym sukcesem projektu było to, że uczestniczyło w nim tak wiele krajów i instytucji.” – tak podsumowała przedsięwzięcie koordynatorka projektu Barbara Wilfinger z Instytutu Promocji Gospodarczej Austriackiej Federalnej Izby Gospodarczej. Jednak tak szeroki skład projektu był przy tym dużym wyzwaniem. Sytuacja i struktura systemów kształcenia ustawicznego poszczególnych państw UE jest przecież bardzo zróżnicowana i niełatwo było dokonać ich analizy i przejrzystego porównania. Niewątpliwie SME-Trainet to wyjątkowy i wymagający projekt, którego cele mogły zostać zrealizowane jedynie dzięki zaangażowaniu i ścisłej współpracy partnerów z całej Europy.

We wrześniu bieżącego roku został opublikowany raport z konferencji finałowej projektu w Warszawie (dostępny na stronie www.zrp.pl), prezentujący przede wszystkim przykłady dobrych praktyk w zakresie odpowiedzi na potrzeby szkoleniowe młodych przedsiębiorców. Publi-

kacja zawiera m.in. opis produktu, kluczowe elementy usług, grupy docelowe oraz dane instytucji odpowiedzialnych za ich realizację. Raport ma na celu rozpowszechnienie oraz transfer nowych, ciekawych pomysłów, które sprawdziły się w państwach partnerów projektu, do pozostałych krajów europejskich. W Polsce raport został rozpowszechniony wśród izb i cechów rzemieślniczych, organizacji pracodawców i pracobiorców, różnego rodzaju instytucji szkoleniowych oraz organów administracji publicznej.

Projekt pokazał, jak istotne jest dbanie o młodych przedsiębiorców, którzy działają samodzielnie na rynku. Partnerzy zaangażowani w realizację przedsięwzięcia, w tym ZRP, przewidują kontynuowanie swoich działań. Mają zamiar upowszechniać rezultaty projektu oraz planują rozwinąć produkty SME-Trainet, przydatne dla przedsiębiorców w dostosowywaniu się do wyzwań rynkowych.



Innowacje - to proste!

Dorota Chmielewska

Polskie przedsiębiorstwa charakteryzują się niskim poziomem innowacyjności zarówno w dziedzinie nowych technologii, jak i w zakresie organizacji, marketingu czy zarządzania. Co prawda nie może dziwić brak środków na sfinansowanie zakupu nowych maszyn bądź wdrożenie nowoczesnych systemów informatycznych. Z drugiej jednak strony istnieją innowacyjne rozwiązania, które nie wiążą się z dużymi nakładami finansowymi, a widocznie poprawiają organizację pracy bądź umożliwiają lepsze wykorzystanie zasobów wewnętrznych firmy. Ponadto coraz większe znaczenie odgrywają kwestie zarządzania personelem m.in. systemy motywacyjne bądź system zgłaszania pomysłów usprawnień przez pracowników firmy.

Wyniki badań jednoznacznie wskazują na bardzo niskie zainteresowanie przedsiębiorców wprowadzaniem nowych rozwiązań. Jedynie 30 proc. przedsiębiorstw sektora MŚP deklaruje wdrożenie w ostatnich 3 latach innowacji organizacyjnych, a tylko 21 proc. firm wskazało na istnienie procedur zgłaszania pomysłów i usprawnień przez swoich pracowników. Tego typu innowacje najczęściej występują w firmach o wysokim poziomie wykorzystania technologii infor-

matycznych oraz w firmach inwestujących w innowacje procesowe. Warto także podkreślić, że plany związane z wdrażaniem nowych technologii są wyraźnie związane z wielkością przedsiębiorstwa. Oczywiście innowacja dla mikro firmy będzie inna niż innowacja na większą skalę dla średniego czy dużego przedsiębiorcy, niemniej jednak niekoniecznie musi wiązać się z wykorzystaniem środków finansowych.

Skąd więc brak zainteresowania i inicjatywy ze strony przedsiębiorców w zakresie innowacji? Odpowiedź na to pytanie starają się uzyskać realizatorzy projektu „Innowacje – to proste”, którego głównym celem jest diagnoza barier wprowadzania innowacji oraz podniesienie kompetencji w zakresie jej wdrażania w mikro i małych przedsiębiorstwach. Projekt, który rozpoczął się 1 czerwca 2011 r., powstał dzięki współpracy Związku Rzemiosła Polskiego oraz BDKM Grupy Doradczej Sp. z o.o. i jest finansowany z funduszy unijnych w ramach Programu Operacyjnego Kapitał Ludzki.

Działania przewidziane w ramach tego przedsięwzięcia składają się z trzech elementów: badawczego, szkoleniowego oraz promocyjno-informacyjnego. W pierwszym etapie zostaną przeprowadzone badania

i analizy innowacyjności mikro i małych przedsiębiorstw, a wyniki zostaną opublikowane w raporcie obejmującym diagnozę stanu innowacyjności firm, opis wybranych dobrych praktyk oraz rekomendacje dotyczące zwiększania innowacyjności. Nigdy wcześniej nie przeprowadzono w organizacji rzemiosła tak szeroko zakrojonych badań mikro i małych firm uwzględniających firmy rzemieślnicze i produkcyjne.

Najważniejszym działaniem w projekcie są szkolenia mikro i małych przedsiębiorców oraz kadry zarządzającej, a także liderów Związku Rzemiosła Polskiego, izb rzemieślniczych oraz innych organizacji partnerów społecznych. Pierwsze szkolenia zostaną zorganizowane w trzecim kwartale 2012 roku, po zakończeniu etapu badawczego.

Udział w projekcie będzie szansą dla mikro i małych przedsiębiorców na zdobycie wiedzy na temat innowacyjności w zakresie organizacji pracy, form świadczenia pracy czy zarządzania zmianą gospodarczą. Co więcej uczestnicy zostaną przeszkoleni w zakresie źródeł oraz sposobów zdobywania finansowania na inwestycje w innowacyjne przedsięwzięcia. Odpowiednie przygotowanie merytoryczne ułatwi podejmowa-

nie kluczowych decyzji w firmie oraz podnie- sie świadomość menedżerów MŚP co do inwestycji w kapitał ludzki.

Równie istotne są szkolenia dla partnerów społecznych, gdzie uczestnikami będą przedstawiciele organizacji rzemiosła i innych partnerów społecznych. Szkolenia mają na celu zbudowanie sieci liderów, którzy zostaną wyposażeni w odpowiednie narzędzia i metody współpracy z przedsiębiorcami w celu zachęcania do podnoszenia innowacyjności ich firm.

Projekt „Innowacje – to proste!” umożliwi mikro i małym przedsiębiorcom dostrzeżenie własnego potencjału niezbędnego do uzyskania przewagi konkurencyjnej. Innowacje to sposób na obniżkę kosztów działalności oraz pełne wykorzystanie zasobów firmy, które są kluczowe dla zarządzania relacjami z dostawcami, klientami czy kooperantami. We współczesnym świecie borykającym się z następstwami kryzysu gospodarczego inwestycje w nowe rozwiązania wydają się być konieczne aby utrzymać swoją pozycję na rynku.

Szczegółowe informacje na temat projektu „Innowacje – to proste!” można uzyskać na stronie internetowej www.innowacjetoproste.pl



Nestor wielkopolskich rymarzy

Marzena Rutkowska-Kalisz

**„Rób tak, aby twoja własna praca przede wszystkim podobała się tobie”
– powiada Władysław Machowicz nestor wielkopolskich rymarzy.**

Tę zasadę stosuje nie tylko w swojej pracy, ale od wielu, wielu lat wpaja swoim uczniom i pracownikom. A sporo ich przewinęło się przez słynny kaliski warsztat Pana Władysława.

Na dobrą sprawę ta zasada jest odzwierciedleniem całej 60-letniej drogi zawodowej.

Kalisz, ulica Górnośląska – ten adres niezmiennie od 46 lat znają nie tylko zwykli, prości ludzie, rzesze gospodarzy z wszystkich okolicznych wsi, którzy potrzebowali prostych, niezawodnych uprzęży do pracy w polu. Są wśród nich również aktorzy, profesorowie, ludzie kultury i sztuki, adwokaci, lekarze, którzy szukali niepowtarzalnych wyrobów. Są filmowcy, pracownicy kaliskiego Teatru Bogusławskiego, muzealnicy, naukowcy, którzy w swojej pracy poszukiwali rzemieślnika z talentem, wyobraźnią i dużym doświadczeniem zawodowym. Są klienci z różnych stron świata: Niemcy, Holendrzy, Szwedzi, Szwajcarzy, Francuzi, Anglicy, Austriacy, Włosi, Rosjanie, Amerykanie, Kandyjczycy, Australijczycy.

Jest wielkim miłośnikiem historii rzemiosła i Polski. Przede wszystkim historii Kalisza. Trudno zresztą by było inaczej, skoro

jego rodzina jest z miastem związana od ... 350 lat. Zgromadził dość pokaźną kolekcję pamiątek po kaliskich rzemieślnikach i doróżkach.

Gdyby nie on – nie byłoby w warsztacie przy Górnośląskiej pierwszej w Polsce wzorcowni artykułów kaletniczych i rymarskich, które następnie po weryfikacji ministerialnej były produkowane na szeroką skalę w dziesiąt-



kach tysięcy sztuk do wszystkich krajów Demokracji Ludowej. Gdyby nie on – nie byłoby pierwszej w Kaliszu prywatyzacji. Gdy w 1988 upadała spółdzielnia kaletniczo-rymarska postanowił kupić warsztat, w którym pracował od dziesiątków lat. Wielu ówczesnych prawników miało problemy jak przygotować odpowiednie pisma, w których należy przedstawić argumentację za tym, aby coś co należy do Państwa jeszcze Ludowego przeszło w prywatne ręce. Gdyby nie on – w miejscu dzisiejszego Skansenu na Zawodziu pewnie dalej rosłyby chaszczki...

Długo można tak wymieniać..., a co najważniejsze miłością do tego trudnego fachu zaraził syna Mieczysława, który również co ojciec wspaniale łączy pasję historyczną z doskonałym rzemiosłem.

Przez te wszystkie lata był i jest czynnie zaangażowany w działalność organizacji

rzemieślniczych i społecznych, uhonorowany wieloma dyplomami odznakami i wyróżnieniami.

Pan Władysław Machowicz jest przedstawicielem odchodzącej starej generacji rzemieślników, dla których wykonywanie rzemiosła to nie tylko praca. To pewna filozofia życia, w której sama praca to tylko pewien element, który jest wsparty na uczciwości, rzetelności i zaangażowaniu całej swojej duszy w to, co się robi. Każdy rzemieślnik w swoim jednostkowym dziele pozostawia cześć samego siebie. Każdy wykonany artykuł to pewna cześć historii jego życia.

18 października 2011 roku Pan Władysław otrzyma Kordzik WIR – najwyższe odznaczenie Wielkopolskiej Izby Rzemieślniczej w Poznaniu.



Władysław Machowicz z synem Mieczysławem

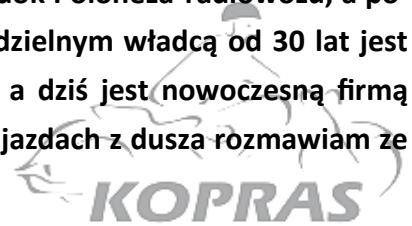


Pilnie poszukuję hamulca czasu!

Marzena Rutkowska-Kalisz

Okręgowa Stacja Kontroli Pojazdów Zbigniew Kopras Fiałkowo /Dopiewo – brzmi sucho rzeczowo i precyzyjnie niczym dobrze wyregulowany silnik...

Ale wystarczy tylko skręcić z drogi łączącej Poznań z Bukiem, by po paru kilometrach najpierw „prawidłowo” zareagować i zdjąć nogę z gazu na widok Poloneza-radiowozu, a potem przenieść się w zupełnie niezwykły świat. Jego niepodzielnym władcą od 30 lat jest Zbigniew Kopras. Firma startowała w niewielkim garażu, a dziś jest nowoczesną firmą branży motoryzacyjnej. O trzydziestoleciu, marzeniach i pojazdach z duszą rozmawiam ze Zbigniewem Koprasm



Marzena Rutkowska-Kalisz: Od czego to wszystko się zaczęło?

Zbigniew Kopras: Po prostu – Tata kupił mi pierwszy motorower, byłem wtedy jeszcze dzieckiem, przyniosłem go na plecach. To

był ten pierwszy kontakt z motoryzacją. Potem było technikum samochodowe. Szkoła była fajna, elitarna, ale jak się nie chciałeś sam czegoś nauczyć, to niczego nie dawała. Najważniejsze było to, że w domu mogłem utrwałać wiedzę zdobywaną w szkole. A ja, już jako dzieciak asystowałem przy naprawie samochodów – lepiej czy gorzej to wychodziło – najważniejsze, że starałem się podpatrywać, uczyć się i chłonałem atmosferę warsztatu. Bardzo ważna jest też w mojej historii postać mojego stryja, który pracował jako mechanik serwisowy. Jeździł po całym świecie i w latach sześćdziesiątych był dla nas takim nieocenionym źródłem inspiracji. Pamiętam dokładnie; 66 rok, żniwa, upał... wracamy zakurzeni z pola, a tam przed domem stoi przepiękny, zielony samochód, połyskujący chromem, w dodatku miał takie dziwne „robaczki” na tablicy rejestracyjnej. Tatusiu – co to jest za auto? Okazało się, że to był Mercedes stryja, który przywiózł go



z Kuwejtu! Jakby tego było mało przywiózł sprzęt stereofoniczny i mnóstwo płyt... Dla takiego chłopaczka jak ja to musiało być piorunujące wrażenie! Po szkole było wojsko i wreszcie 15 sierpnia 1981 roku, gdy otworzyłem swój własny warsztat! Jak to wtedy bywało – bez pomocy znajomych i umiejętności okazjnego kupowania, czy sprzedawania pewnie nie byłoby ani tego pierwszego historycznego już garażu, ani warsztatu. Wiele by o tym mówić, ale najważniejsze, że powstał.

Marzena Rutkowska-Kalisz: To było z górą trzydzieści lat temu, a dziś może pan śmiało mówić, spełniły się trzy rzeczy... Po pierwsze robić to, co się lubi – i to rozumiem. Ale co oznacza spełnione marzenie z dzieciństwa i sen z 1999 roku?

Zbigniew Koprzas: Marzenie z dzieciństwa? Niektórych chłopaków, a tym bardziej dziewczyny fascynowały amerykańskie krążowniki szos. Już jako dzieciak zbierałem ich opisy, starałem się wszystko wiedzieć na temat pojemności i mocy ich silników... Niestety to były jedynie opisy i zdjęcia. Aż któregoś dnia pod kościołem w Dopiewie zaparkowały trzy „potwory”... mało nie spadłem z roweru na ich widok. Chodziłem, oglądałem – co ja mówię, gapiłem się na te krążowniki szos jak na trzy najpiękniejsze dziewczyny... Obok stali ich właściciele, a ja tak bardzo chciałem chociaż trochę zajrzeć do wnętrza albo tym bardziej pod maskę, ale usłyszałem tylko długie spadaj mały, tyle że w znacznie ostrzejszej formie! Wtedy postanowiłem, że kiedyś będę miał taki samochód na własność. No

i spełniło się, a w dodatku mam ogromną satysfakcję, gdy mogę takie zabytkowe auta innym właścicielom przywracać do dawnej świetności. Do tych „bryk” trzeba mieć bardzo dużo serca, bo są równie piękne co kapryśne – zupełnie jak dziewczyny.

Marzena Rutkowska-Kalisz: 99 rok to był pierwszy własny Cadiilac?

Zbigniew Koprzas: Nie! Parę lat wcześniej mój serdeczny kolega podjechał pod dom własnym Harleyem Davidsonem. To była chwila przerwy na kawę w czasie wspólnej pracy z ojcem... Na podwórko wtoczyło się z ogromnym rykiem prawdziwe czarne чудо. Stałem na schodach z niedopitym kubkiem kawy i nie wierzyłem własnym oczom. To była pierwsza taka maszyna w Wielkopolsce! Prawdziwe dzieło sztuki. Oglądałem ten motocykl, dotykałem, niemal pieściłem ... Między rurami wydechowymi motor miał taki



chromowany wspornik. Oczywiście nieopatrznie go dotknąłem... poszedł dym, skóra została przypieczona do rury, zawyłem z bólu, ale teraz z dumą mogę mówić, że sparzyłem się na Harley'eu. Motor mnie sparzył, ale i tak wiedziałem, że będę chciał taki mieć. Za parę lat przyjechał do mnie kolega i mówi – Kopras jeśli masz 50tys \$ skoczmy do Berlina i kupimy ci nowego Harleya. Tyle pieniędzy? – nie byłem w stanie zebrać tak astronomicznej sumy. W tym czasie już bardzo dużo pracowałem przy moich cadiilac'ach. Mogłem je wskrzeszać, naprawiać, a jednak motor nie dawał mi spokoju! Po wielu latach, po różnych pomysłach kupna Harley'a do kapitalnego remontu, po przymiarach finansowych zapadła w końcu decyzja – zbuduję go sam! Kompletowanie części, zdobywanie ich i składanie to temat na osobną opowieść – ale i to marzenie spełniło się! Nigdy nie zapomnę uczucia gdy pierwszy raz, pełen szacunku i obaw puszczałem sprzęgło i ... pojechałem!

Marzena Rutkowska-Kalisz: A skąd się wziął pomysł na zbieranie starych motocykli?

Zbigniew Kopras: Między innym i tak. Gdy zacząłem je zbierać zrealizowałem już marzenie o Harley'eu i Cadiilac'u. Wszystko się w firmie poukładało, samo się kręciło, ale cały czas zadawałem sobie pytanie – co dalej? Miałem już parę motorów, parę starych aut – myślałem - może zrobić taką małą wystawkę... będzie ładnie prezentować się przed firmą.



Marzena Rutkowska-Kalisz: Ładnie się Pan rozpędził, bo teraz miłość do pierwszego „Komarka” można przeliczyć na ponad 330 uzbieranych weteranów szos?

Zbigniew Kopras: Mój nauczyciel z „samochodówki” zawsze nam powtarzał – ... „Chłopaki pamiętajcie żebyście zawsze w człowieku najpierw widzieli człowieka, a dopiero później pieniądze!” ... A dziś już nie mogę słuchać tego wszechobecnego pytania – co ja z tego mogę mieć ? Za ile mogę to zrobić?

Marzena Rutkowska-Kalisz: Gorzko się robi od tego...

Zbigniew Kopras: Może to zabrzmie górnołotnie, ale gdy patrzę na te moje skarby, mam bardzo patriotyczne refleksje. A gdyby tak stworzyć tu muzeum polskiej motoryzacji, taką motoryzacyjną „Małą Ojczyznę”? Wies zmotoryzowały Komarki i WF-emki, dopiero potem były Syreny, Fiaty..., a dziś to wszystko odchodzi w zapomnienie. One mają duże – bo dzisiejsze cuda motoryzacji mają



tylko komputery pokładowe.

Moim kolejnym wielkim marzeniem po otwarciu muzeum jest przywrócenie w szkole zawodowej klasy mechaników motocyklowych. Zanim będzie się myślało o tworzeniu technikum o takiej specjalności muszą być ludzie, którzy będą doskonałymi praktykami. Coraz więcej ludzi ma motory, rozwija się sport żużlowy – będzie praca dla tych ludzi, tymczasem dzisiaj motorami zajmują się najczęściej „emerytowani” rajdowcy. Byłbym bardzo szczęśliwy gdyby udało się to marzenie zrealizować.

Marzena Rutkowska-Kalisz: Zabytki motoryzacji to nie jedyne skarby, złośliwi wchodząc do firmy mogą powiedzieć, że zbiera Pan wszystko czego ma więcej niż dwie sztuki. Stare tablice, emblematy, radia, taksometry, sprzęty gospodarstwa domowego, że o częściach zamiennych nie wspomnę. Muszę przyznać, że tworzy to rewelacyjny klimat...

Zbigniew Kopras: I oto chodzi. W praktyce w firmie spędzam więcej czasu niż w domu – muszę się tu czuć dobrze, ale najbardziej cieszy, gdy klienci przyjeżdżają do warsztatu i czekając na naprawę czy przegląd samochodu z rozrównieniem oglądają przedmioty ze swojej młodości. To także zasługa moich koleżanek i kolegów, którzy już doskonale wiedzą, że tutaj starego radia, czy ukochanego szklanego syfonu nikt nie wyrzuci do śmietnika.

Marzena Rutkowska-Kalisz: Te minione 30

lat to dużo zakrętów czy długa prosta...

Zbigniew Kopras: Zdecydowanie więcej zakrętów, nawet jeśli teraz jest długa prosta na autostradzie. Jak siebie znam to i tak będę szukał zakrętów – bo tak jest ciekawiej. Myślę chociażby o tym muzeum. Cały też czas bardzo ważne jest dla mnie propagowanie bezpieczeństwa na drodze. Marzy mi się, abym naprawiał tylko samochody, które się po prostu zepsuły, a nie uległy wypadkowi! Stąd też tyle działań na rzecz krzewienia „mądrości i uprzejmości” na drodze – festyny, rajdy samochodowe, spotkania, drzwi otwarte w firmie... Bo największym grzechem Polaków na drogach jest brak umiejętności przewidywania. To powszechna wada – nie myślimy o tym, co będzie za zakrętem, za następnym skrzyżowaniem albo co może zrobić inny kierowca. Jeździmy na ogół tak jakbyśmy mieli całą drogę do wyłącznej dyspozycji. A do tego powszechna znieczulica i zwyczajne chamstwo. Bardzo chciałbym to zmienić!

Marzena Rutkowska-Kalisz: Nie szuka Pan kolejnych motorów i aut. A może potrzebne są jakieś części zamienne?

Zbigniew Kopras: Pilnie poszukuję i dam tyśiąc % przebicia dla kogoś kto go ma – poszukuję hamulca czasu! Mam jeszcze bardzo wiele planów, a doba ma niestety tylko 24 godziny!

Marzena Rutkowska-Kalisz: Z przyjemnością pomogę w poszukiwaniach – bardzo dziękuję za rozmowę



W 2013 Chorwacja członkiem Unii Europejskiej

Natalia Krzyżan

Chorwacja jeszcze do niedawna znajdowała się wśród pięciu państw, które posiadały status kandydujących (poza Chorwacją to także Islandia, Była Jugosłowiańska Republika Macedonii, Czarnogóra i Turcja). Tymczasem planowe wejście Chorwacji do UE ma nastąpić już w lipcu 2013 roku. Tym samym kraj ten stanie się 28 członkiem europejskiej wspólnoty.

Chorwacja złożyła wniosek o przystąpienie do UE w 2003 r. Formalne negocjacje rozpoczęły się w październiku 2005 r., a zakończyły 30 czerwca 2011 r. – w ostatnim dniu węgierskiej prezydencji w Radzie UE. Podpisanie Traktatu Akcesyjnego ma nastąpić w grudniu 2011 r. Chorwacja wejdzie do UE po zakończeniu procesu ratyfikacyjnego we wszystkich państwach członkowskich oraz w samej Chorwacji.

Decyzja o akcesji kończy sześcioletni proces negocjacji, podczas którego kraj ten, musiał wdrożyć szereg rozwiązań prawnych, aby dostosować swoje prawodawstwo do standardów UE, w każdej z regulowanych przez nią dziedzin.

17 września br. w Zagrzebiu, premier Donald Tusk, oficjalnie przekazał szefowej chorwac-

kiego rządu, premier Jadranca Kosor, projekt tekstu Traktatu Akcesyjnego. Traktat Akcesyjny, czyli *de facto* umowa międzynarodowa, ma 300 stron i jest jednym z najważniejszych traktatów i dokumentów, jakie Chorwacja kiedykolwiek zawarła, co podkreśliła także szefowa chorwackiego rządu.

Współczesna Chorwacja

Najnowsza historia Chorwacji została naznaczona przez trzy politycznie istotne czynniki: upadek komunizmu (pierwsze wolne wybory w 1990), Deklarację Niezależności od Jugosławii (1991) i wojnę domową, która rozpoczęła się w 1991 roku a zakończyła w 1995 r., kiedy Chorwacja odzyskała terytoria zajęte przez siły militarne.

Jednym z najważniejszych wyzwań stojących obecnie przed tym państwem, jest uporanie się z trudną sytuacją demograficzną. Wojna i czteroletni czas okupacji znacznej części terytorium tego kraju, wywarły wyraźnie negatywny wpływ na rozwój demograficzny, generując wiele długotermino-





wych, niełatwych do usunięcia konsekwencji. Podczas wojny domowej w latach 90-tych: zostało zabitych 7784 osób, 13788 zaginęło, 21000 mieszkańców doznało poważnych upośledzeń i zostało rannych, a 4300 dzieci straciło jednego z rodziców. Zmienił się także skład etniczny ludności Chorwacji.

Kraj ten stoi obecnie w obliczu poważnych zmian strukturalnych, których w przeszłości doświadczyły także inne państwa członkowskie UE (szczególnie „postkomunistyczni” członkowie wspólnoty). Zmiany te obejmują, między innymi, restrukturyzację rynku pracy, dostosowanie gospodarki do szybkich zmian i globalizacji czy rozwój społeczeństwa opartego na wiedzy i technologiach informacyjnych i komunikacyjnych. Niezwykle pomocna jest w tej sferze Unia Europejska, która poza wsparciem z funduszy przeznaczonym dla państw kandydujących i członków Unii, jest najważniejszym partnerem handlowym Chorwacji (67 proc. handlu zagranicznego ogółem) oraz głównym inwestorem zagranicznym (99 proc. bezpośrednich inwestycji zagranicznych w Chorwacji o wartości 3,57 mld euro, tj. 9,5 proc. PKB tego kraju). Handel z UE rozwinął

się po tym, jak Chorwacja uzyskała większy dostęp do rynku unijnego dzięki autonomicznym środkom handlowych (2000 r.) i układowi o stabilizacji i stowarzyszeniu (2002 r.).

Co ciekawe, wśród społeczeństwa chorwackiego, jeszcze w kwietniu 2011 r., notowano niskie poparcie dla integracji – chorwacki dziennik „Jutarni List”, informował że tylko 23 proc. Chorwatów popiera integrację europejską. Cześć z nich dała temu wyraz protestując przed Międzynarodowym Trybunałem Karnym ds. Byłej Jugosławii, który 16.04.2011 skazał za zbrodnie popełnione podczas konfliktu w latach 90-tych byłych chorwackich generałów: Ante Gotovinę (24 lata pozbawienia wolności) oraz Mladena Markacza (18 lat). Dla wielu Chorwatów są oni bohaterami walk o niepodległość kraju w 1995 roku. Jednak zarówno w trakcie procesu i protestów jak i od samego początku procesu negocjacji, Unia stanowczo podkreślała, że przed potencjalnym przystąpieniem do wspólnoty, republiki byłej Jugosławii muszą aresztować wszystkich podejrzanych o popełnienie zbrodni wojennych.

Wcześniej jeszcze udało się pokonać



inną ważną przeszkodę stojącą na drodze do wejścia Chorwacji do UE, czyli konflikt o przebieg granicy morskiej na północnym Adriatyku ze Słowenią. W referendum, które odbyło się na początku czerwca 2010 r., 51,5 proc. Słoweńców zdecydowało, że pozwoli na rozstrzygnięcie sporów granicznych z Chorwacją panelowi arbitrażowemu pod egidą Unii Europejskiej.

30 czerwca 2011 r. państwa członkowskie UE podjęły decyzję o zamknięciu negocjacji z Chorwacją. Štefan Füle, unijny komisarz ds. rozszerzenia i europejskiej polityki sąsiedztwa powiedział wówczas: „Świętujemy to historyczne wydarzenie z naszymi przyjaciółmi z Chorwacji: w ciągu dwudziestu lat funkcjonowania jako niezależna repu-

blika, Chorwacja bardzo się zmieniła. Poczytała ogromne postępy, aby sprostać kryteriom członkostwa w UE. Dziś jej wysiłek zostaje nagrodzony. Komisja Europejska konsekwentnie wspierała Chorwację, która podążała drogą reform. Byliśmy sprawiedliwi, chociaż surowi: nie stosowaliśmy żadnej taryfy ulgowej, nie szliśmy na skróty, nie łagodiliśmy kryteriów. Komisja będzie nadal stosować to surowe i transparentne podejście, monitorując, jak Chorwacja wypełnia swoje zobowiązania, tak aby była w stanie w pełni podjąć odpowiedzialności, jaką niesie za sobą członkostwo, poczynwszy od pierwszego dnia po przystąpieniu. Jej przykład zwiększa wiarygodność procesu rozszerzenia”.

Więcej informacji do drodze Chorwacji do członkostwa w UE znajduje się na stronie Komisji Europejskiej oraz w Biuletynie Europe Direct – Poznań z października 2010.

http://ec.europa.eu/enlargement/candidate-countries/index_pl.htm

http://www.europe-direct.poznan.pl/joannafiles/Biuletyn%202010/biuletyn10_2010Kraje_kandydujace_do_UE.pdf





“Lubię to!”, czyli o reklamie w serwisach społecznościowych słów kilka

Maciej Wika

Korzystanie z mediów społecznościowych takich jak Facebook, Nasza-Klasa, YouTube czy blogi od dawna stało się bardzo powszechne. Ta forma komunikacji zyskała i stale zyskuje na znaczeniu także w biznesie.

Z badania przeprowadzonego na początku 2010 roku przez firmę Euro RSCG Polska „Konsument w mediach społecznościowych” wniosek płynął prosty - wydłuża się czas jaki polscy użytkownicy internetu poświęcają na aktywność w mediach społecznościowych. W porównaniu do poprzedzającego go roku, taki wzrost zadeklarowało aż 49 proc. ankietowanych. A co może jeszcze ważniejsze, co piąty respondent zadeklarował, że informacje z mediów społecznościowych są ważniejsze od tych przekazywanych przez media tradycyjne.

Ponadto, statystyki pokazały, że w stosunku do roku 2009, liczba Polaków korzystających z tego serwisu zwiększyła się aż czterokrotnie. Podążyły za nimi firmy i domy mediowe, które coraz większą część swoich budżetów przeznaczają na reklamę oraz marketing na portalu.

Dwa lata temu konto na Facebooku posiadało milion Polaków. Na początku 2010 roku było ich już 2,4 mln, a w październiku tego roku ponad 3,8 mln. Dało nam to 24. miejsce wśród największych społeczności na świecie. Z danych opublikowanych przez serwis SocialBakers w połowie tego roku wyni-

ka, że Facebook posiada w Polsce 6,5 mln aktywnych użytkowników.

Równie szybko i imponująco rośnie liczba tzw. fan page’ów konkretnych firm, usług czy produktów. Czym one są, jak je stworzyć, jak nimi zarządzać? Na te i kilka innych kwestii z tym związanych postaram się opowiedzieć w następnym artykule.

Niestandardowa reklama

Nie dziwi więc, że firmy coraz większą część swych budżetów reklamowych przeznaczają na tzw. działania niestandardowe, gdzie istotną pozycję zajmują media społecznościowe. Potwierdzają to badania ZenithOptimedia na temat niestandardowych działań reklamowych. Wynika z nich, że budżety przeznaczane na niestandardowe działania reklamowe w 2009 roku stanowiły średnio 19 proc. całości wydatków na reklamę i od tamtego czasu cały czas rosną. Znamienne jest, że przedstawiciele branży reklamowej za najbardziej atrakcyjne działania niestandardowe uznają m.in. działania właśnie w mediach społecznościowych.

Szczypta teorii

Social Network Advertising jest terminem

używany do opisanie form reklamy prowadzonej w Internecie, która skupia się na rynku serwisów oferujących wachlarz usług społecznościowych (*ang.* social networking). Jedną z głównych korzyści płynących z rekla-

my w takim serwisie (m.in. Facebook, Nasza Klasa, GoldenLine itd.) jest fakt, że reklamodawcy mogą wykorzystać dane demograficzne użytkowników i odpowiednio ukierunkować swoje reklamy.

Rodzaje reklamy w Internecie:

Reklama Bezpośrednia typu I - oparta na **sieci przyjaciół**. Przez wiele firm uważana za najbardziej efektywną formę promocji, ale będąca również źródłem wielu kontrowersji. Przykładem jest projekt Facebook Beacon. W oparciu o działania podjęte przez znajomego, możesz zobaczyć komunikat następującej treści: "*Robert właśnie kupił płytę Rolling Stones'ów w sklepie MuzycznyŚwiat*". Sposób działania tego systemu opiera się na uniwersalnej regule wspólnej wszystkim istotom społecznym - ludzie robią coś i często podejmują decyzję o zakupie pewnego dobra w oparciu o opinie przyjaciół lub dużej grupy ludzi. Tym samym wykorzystuje nasze osobiste relacje ze znajomymi, a także budzi obawy o zachowanie prywatności.

Reklama Bezpośrednia typu II - umieszczana na własnej stronie (profilu) w portalu społecznościowym. Jest to bardziej tradycyjna forma reklamy internetowej. Podobnie, jak na wielu innego rodzaju stronach, tak i w tych serwisach firmy mogą się promować za pomocą **bannerów reklamowych**. Istnieją jednak dwie różnice. Jedną z nich jest, wspomniany wyżej fakt, że te sieci społecznych mogą skorzystać z danych demograficznych i tym samym kierować swój przekaz w stronę konkretnej grupy społecznej np. nastolatków. Podobnie, bazując na mechanizmie geolokalizacji, reklamodawca może mieć pewność, że jego reklama trafi do odbiorcy zamieszkującego konkretny obszar (np. oferta promocyjna przedsiębiorcy z Poznania zostanie skierowana do osób łączących się z Internetem w Wielkopolsce). Ponadto, tego typu reklamy mogą być również wprowadzane przez firmy programistyczne (np. AdParlor) na indywidualny wniosek podmiotu chcącego wypromować swe usługi na portalu społecznościowym.

Reklama Pośrednia ("grupy" lub "strony") - to najbardziej innowacyjna i zdobywająca coraz większą popularność technika marketingowa, zapoczątkowana wraz z nastaniem w Internecie hegemonii portalu Facebook. Jej mechanizm jest pozornie prosty. Spółka zakłada specjalną "stronę" lub "grupę" (*ang.* **fan page**), tak by użytkownicy mogli ją wybrać ("polubić" używając słownika powyższego portalu) i się do niej przyłączyć. Będzie to wykorzystane do budowania w miarę stałej i wiernej grupy "abonentów" lub "fanów" i może zostać użyte np. w procesie wprowadzania nowego produktu na rynek lub po prostu tylko w celu popularyzacji i silnego zakotwiczenia marki w świadomości konsumentów. Przy dobrze zaplanowanej polityce zarządzania taką stroną, firma może szybko zwiększyć liczbę swych potencjalnych odbiorców i stać się bardzo skutecznym narzędziem marketingowym.

Reklama Bezpośrednia typu II



Fot. 1. Banery reklamowe promujące film oraz kredyt w serwisie Wirtualna Polska.



Fot. 2. Banery reklamowe na portalu społecznościowym Facebook.

“Lubię to!”, czyli o reklamie w serwisach społecznościowych słów kilka

Info

KONTAKT	al. Niepodległości 2 61-874 Poznań http://irpoznan.com.pl e-mail: redaktor@irpoznan.com.pl
WYDAWCA	Wielkopolska Izba Rzemieśnicza w Poznaniu
REDAKTOR NACZELNY	Marzena Rutkowska-Kalisz
OPRACOWANIE GRAFICZNE	Katarzyna Rusin-Smolińska
SUBSKRYPCJA	Subskrypcję Wielopolskiego Rzemieśnika można zamówić pod adresem e-mail: redaktor@irpoznan.com.pl z dopiskiem w tytule „Subskrypcja”. Każdy kolejny numer zostanie przesłany do Państwa drogą elektroniczną w dniu ukazania się WR na Portalu. Oczekujemy też na Państwa uwagi i sugestie pod tym samym adresem e-mail.