

Paulina Sleziona

Podróże kształcą

Podróż to chęć odkrywania, przeżycia interesującego doświadczenia. Osoby, które podróżują, są ciekawe świata. Poznają nowych ludzi, inne religie i kultury. Mogą przez chwilę poczuć się jak mieszkańcy danej społeczności. Często uczą się także języka i zdobywają umiejętności kulinarne. Podróżnicy posiadają poszerzone horyzonty, wnikliwiej patrzą na świat. Niektórzy wyjeżdżają, aby oderwać się jedynie od szarej rzeczywistości lub chcą po prostu odpocząć. Jednak jedno jest pewne - podróże kształcą.

Cenną lekcją okazują się podróże do krajów, w których panuje głód i bieda. Doświadczając ubóstwa, ludzie stają się wrażliwsi na drugiego człowieka. Starają się ich zrozumieć i im pomóc. Po powrocie do codzienności inaczej spoglądają na świat i doceniają to, co posiadają. Często takimi spostrzeżeniami dzielą się np. misjonarze i wolontariusze, którzy swoje doświadczenia opisują w książkach lub artykułach.

Młodzi ludzie dojrzewają w różnym wieku, każdy kształtuje swój charakter na podstawie innych doznań. W powieści H. Sienkiewicza „W pustyni i w puszczy” główni bohaterowie przeżyli niezwykłą przygodę. Zostali zdani sami na siebie. Przetrwali wśród różnych czyhających niebezpieczeństw. Nauczyli się pokonywać strach, stawiać czoła każdej kolejnej niepewnej przygodzie.

Z fascynacji do różnorodnych wypraw znani są także polscy podróżnicy - Martyna Wojciechowska oraz Wojciech Cejrowski. Ich programy pokazują jak różne są religie, kultury oraz zachowania ludzi na całym świecie. Przedstawiają widzom dane miejsce, oddając jego autentyczność. Uczą, że w każdym miejscu za ziemi trzeba sobie radzić z przeciwnościami. Zdarza się, że przychodzi to łatwo. Jednak czasami najprostsze sytuacje wymagają wysiłku.

Podróże różnią się od siebie, ze względu na cel czy miejsce, do którego się zmierza. Każdy jednak podczas takiej wyprawy czegoś się uczy. Czasami ta najprostsza zdobyta umiejętność, w dalszym życiu okazuje się bardzo cenna.

Marcela Widera

Wystawa sklepowa skutecznym środkiem reklamy

Jednym z głównych celów reklamy jest przedstawienie produktów w taki sposób, aby zachęcić klienta do zakupu. Popularnym środkiem reklamy jest wystawa sklepowa - jedna z najskuteczniejszych metod reklamy produktów. Stanowi ona pierwsze wrażenie w kontaktach między klientem a punktem sprzedaży.

Duża siła oddziaływania wystawy sklepowej wpływa na masowość tej formy reklamy. Liczba oglądanych wystaw jest znacznie większa od liczby kontaktów z jakimkolwiek innym środkiem reklamy. Badania dowodzą, że 23% zakupów motywowanych jest wystawą sklepową. 80 % badanych deklaruje, że wchodzi do sklepu pod wpływem wystawy. Natomiast co trzeci przechodzień często zwraca uwagę na ciekawą wystawę sklepową.

Nie można pominąć faktu, że jest to jeden z najtańszych środków reklamy – stosunek kosztów do jej skuteczności charakteryzuje się wyjątkową opłacalnością. Zaletą wystawy jest także to, że eksponuje się w niej konkretne towary - te same które oferowane są do sprzedaży. Często przy poszczególnych produktach umieszczane są ceny, dzięki czemu klient wie czego oczekiwać po wejściu do sklepu. Owe ceny, wbrew wielu opiniom, często przyciągają klienta. Może on więc bez zwłoki zdecydować się na zakup danego produktu.

Należy także wspomnieć o tym, że ludzie są przede wszystkim wzrokowcami i często wybierają produkty, które ładnie wyglądają albo są odpowiednio wyeksponowane. Reklamę dla sklepu stanowi przede wszystkim wystawa, na której towary ułożone są estetycznie, dobrze dobrane pod kątem barw i kształtu. Istotna jest również obudowa okna wystawowego – mowa tutaj o wielkości, rodzaju oszklenia, szyldach czy też drzwiach. Śmiało można stwierdzić, że dobrze zaprojektowana witryna jest wizytówką sklepu.

Wystawa sklepowa to bardzo atrakcyjny i łatwy sposób komunikowania się z klientem. Odpowiednio zaaranżowana niesie za sobą wiele korzyści. Jest także niezbędnym elementem wizerunku marki.

Amelia Ryppa

Fenomen wyprzedaży!

Już jakiś czas temu udało mi się zaobserwować fenomen wyprzedaży- nieważne jak bardzo coś jest przecenione- ważne, że jest. W sumie, w ludziach tak jakby budzi się pierwotny instykt zdobywcy. Bardzo zabawnym zjawiskiem są od czasu do czasu obserwowane wojny w Lidlu o jakiś produkt- mogę podać za przykład torebki Witchen, które lada moment znów zawitają na półki tego dyskontu. Rozmawiałam ze znajomymi biorącymi udział w takich sytuacjach i bardzo zabawne jest to, w jaki sposób opisują atmosferę oraz towarzyszące emocje. Na codzień spokojne, stonowane osoby, z którymi dane jest mi np. pracować zmieniają się w łowców nakręconych adrenaliną. Moja trzydziesto-kilku letnia koleżanka rozpycha łokciami dzieci i staruszki (które, jakby nie było też nagle tracą kilka ładnych lat i zyskują wigor), jednocześnie obmyślają natraficie jak najszybszego dotarcia do odpowiedniego kosza z produktami. Bardzo podobnie jest z gadżetami rozdawanymi za darmo, które są nam zupełnie niepotrzebne, a ich jakość pozostawia wiele do życzenia. Właśnie dziś byłam świadkiem długiego ogonka osób czekających w Karolinie po darmowe kosmetyczki (trochę wstyd się przyznać, ale same z mamą w tej kolejce stałyśmy!). Na pocieszenie (tak mi się wydaje) wspomnę, że to wszystko mamy po prostu w genach! Kiedyś przeczytałam, że w ten sposób zastępujemy sobie pierwotną potrzebę gromadzenia zapasów i zyskiwania dla siebie oraz swojej rodziny najlepszych kąsków!

Justyna Adamus

Emotikony – emocje w dzisiejszym świecie

Świat emotikonów dotyka nas każdego dnia. Na początku chciałabym przedstawić czym są emotikony. Emotka to prosty piktogram, zbudowany z dostępnych znaków, który każdy z nas używa w codziennej komunikacji teleinformatycznej. Emotikon pochodzi od słów z języka angielskiego "emotion"-emocja i "icon"—obraz. Najpopularniejszym symbolem jest uśmiech, składający się z dwukropka, niekonicznie z myślnika oraz z nawiasu.

Należy podkreślić, że komunikując się na odległość, trudno wyczytać emocje drugiej osoby, dlatego używając emotek, możemy wyrazić naszą reakcję. Elektroniczne buźki nie tylko uzupełniają, ale wprowadzają nowy sposób określenia emocji.

W każdej kulturze, niezależnie w jakim kręgu mamy do czynienia z sześcioma podstawowymi emocjami, są to: gniew, radość, wstręt, zaskoczenie, strach oraz smutek.

Żyjemy w XXI wieku gdzie, trudniej rozmawia się na żywo. Ukrywamy swoje emocje, wolimy odpisać na wiadomość niż zaproponować przysłowia kawę a emotki nam w tym pomagają. Komunikacja w social media potrzebuje natychmiastowej reakcji, komentarze muszą być z buźkami, gdy dodajemy zdjęcia na portale społecznościowe emotka wyraża więcej niż tysiąc słów.

Musimy pamiętać, że internet wykształcił emotki, po to, aby błyskawicznie zrozumieć nasze intencje. Większość osób uważa, że elektroniczne buźki to język uniwersalny, ale emotikony to podręczny kod, który przyspiesza interpretację i komunikację. Uważam, że emotki, należy używać racjonalnie.

Jędrzej Gawryś

Koty potrafią leczyć ludzi

Nie od dziś wiadomo, że zwierzęta potrafią uśmierzać ból. Stosuje się różnego rodzaju terapie od dawna wykorzystywane w leczeniu chorób różnego podłoża. Koty wywierają korzystny wpływ na życie człowieka zarówno w sferze fizycznej, jak i społecznej. Chciałbym rozwinąć postawioną na wstępie tezę, że felinoterapia- czyli terapia z kotem, ma pozytywny wpływ na ludzkie życie.

Felinoterapia przynosi bardzo korzystne efekty w pracy z dziećmi dotkniętymi nadpobudliwością psychoruchową. Polega ona na zabawie z kotem lub zwyczajnym głaskaniu, których celem jest uspokojenie i osiągnięcie równowagi emocjonalnej przez chore dziecko. Koty również doskonale łagodzą ból. Wszystko za sprawą jonów- sierść kotów jest najonizowana ujemnie, a chore miejsca dodatnio. Zwierzęta wyczuwają bolesne miejsca w ciele człowieka i układają się na nim, likwidując szkodliwe jony. Koty działają również bardzo dobrze na osoby nerwowe. Poprzez głębokie i monotonne mruczenie stres zostaje obniżony, człowiek uspokaja się i wycisza, jego ciśnienie maleje, a ryzyko wystąpienia chorób układu krwionośnego zostaje zredukowane. Dodatkowo mruczący terapeuta zmniejsza poczucie samotności i poprawia nastrój. Badania naukowców wykazały, że właściciele zwierząt żyją średnio 4-5 lat dłużej niż osoby nieposiadające żadnego kociego przyjaciela.

Biorąc pod uwagę zdania i opinie naukowców, w pełni popieram wyżej przytoczoną tezę, iż koty potrafią leczyć ludzi. Wywierają one pozytywny wpływ na życie człowieka zarówno w sferze psychicznej jak i fizycznej.

Dominika Misa

Dwa oblicza social media w kontekście „Ja nie siedzę na fejsie, ja ogarniam social media”

Social media posiadają dwa oblicza, które są paradoksalnie identycznie. Mimo łączących je podobieństw, oblicza te oddziela cienka linia, dzięki której korzystamy z kanałów social media zgodnie z ich założeniem. Temat social media można rozpatrywać w dwóch ujęciach. Pierwsze z nich to aspekt medium, które stanowi źródło rozrywki. Na tej płaszczyźnie, social media to również środek, za pomocą którego komunikujemy się ze sobą. Drugie ujęcie rozpatruje social media w kategoriach nowych mediów, gdzie służą jako narzędzie do pracy.

Podając się rozważań na temat social media, należy wyjaśnić, czym są owe social media. Szeroki zakres rozumienia tego pojęcia nie daje możliwości stworzenia jednej, uniwersalnej definicji. Najprościej rzecz ujmując, social media to nic innego, jak media społecznościowe, czyli kanały komunikacyjne, tworzące i utrzymujące relacje międzyludzkie, a także generujące ruch w celu zwiększenia popytu. W tej krótkiej definicji zawarty został zakres manewrów dwóch obliczy social media.

Pierwsze oblicze social media to tzw. siedzenie na fejsie, czyli czerpanie przyjemności za pomocą smartfona, tableta czy laptopa, które dają media społecznościowe. „Siedzenie na fejsie” to określenie obejmuje takie kanały jak Facebook, Instagram, Snapchat, Twitter, Pinterest, YouTube i inne, mniej znane social media w Polsce. Idea tych kanałów jest prosta, ma tworzyć sieć relacji międzyludzkich na całym świecie, bez ograniczeń. Social media dają nam więcej możliwości komunikacyjnych jak przesyłanie samych treści. Konwersacje i dialogi opierają się na zdjęciach, memach, gifach czy filmach, dzięki którym potrafimy zobrazować to, co chcemy przekazać. Facebook, Instagram i cała reszta mediów społecznościowych, służą nie tylko jako środek komunikacji. Tego rodzaju nowe media stanowią dla nas również źródło rozrywki. Możliwości, które oferują social media w tym zakresie, wydają się nieskończone. Warto zwrócić uwagę na fakt, że social media, to medium, które zaciera rzeczywistość. „Siedząc na fejsie” masz moc, która pozwala Ci być kim tylko zapragniesz. Rozwaga i umiar pozwolą na rozgraniczenie świata rzeczywistego od kreowanego w internecie. Mówiąc o social mediach w ujęciu „siedzenia na fejsie”, można mówić o pewnym stereotypie tzw. no life. Przeglądanie kanałów w każdej wolnej chwili

odrywa od rzeczywistości, ponadto staje się bezcelowe, ponieważ niemożliwe jest, aby co kilka sekund dodawano nowe treści. Oblicze „siedzę na fejsie” pokazuje jaką siłę uzależniającą mają social media.

Drugie oblicze mediów społecznościowych to „ogarniane social media”. W tym przypadku media społecznościowe służą jako narzędzie do pracy. Odchodzi się od standardowych działań reklamowy. Agencje reklamowe i firmy marketingowe przenoszą swoją działalność na arenę internetu. Kanały społecznościowe wykorzystuje się jako reklamę generującą ruch, czyli potencjalnych klientów. Social media dają możliwość tworzenia profili, które zapoznają potencjalnego klienta z działalnością firmy i jej ofertą. Tworzą więzi przez dodanie przekazu ubranego w konten grający na emocjach i uczuciach odbiorców. Sztywne reklamowanie cech produktu odchodzi do lamusa. Social media uosabiają produkt, nadając mu cechy i tworząc historię. Mają na celu zaprzyjaźnić firmę z klientem. Na przykład za pomocą Instagrama można opowiedzieć historię, która uwiedzie odbiorcę i sprawi, że będzie lojalny wobec marki. Celem mediów społecznościowych, jako narzędzie do pracy, nie jest zwiększenie sprzedaży, a zwiększenie świadomości firmy. Korzystanie z kanałów społecznościowych, w aspekcie generowania ruchu, niesie za sobą same plusy, gdyż nikt nie lubi przynosić pracy do domu. W tym ujęciu przeznaczenie mediów społecznościowych rozwiewa wszelkie obawy uzależniania się.

Social media nie pozostawiają nic do życzenia. To uniwersalne nowe medium, które odnajduje swoje zastosowanie na wielu płaszczyznach. Zestawienie social media w dwóch ujęciach ukazuje ich przeznaczenie. Użytkownicy, korzystając z kanałów społecznościowych zgodnie z ich założeniem, nie muszą borykać się z problemem uzależnienia. Świadome użytkowanie pozwoli im na codzienny przegląd social media, tzw. siedzenie na fejsie. Natomiast generowanie ruch w celu zwiększanie świadomości marki pozostawmy firmom, które zajmują się „ogarnianiem social media”.

Martyna Jurczyk

Święta coraz bliżej

Połowa października tak zwana złota polska jesień, za pasem Święto Zmarłych, a tuż po nim powinno zacząć się kolorowe, migające z każdej strony na ulicy szaleństwo bożonarodzeniowe. Piszę, że powinno się zacząć ponieważ ku mojemu zdziwieniu w znanym supermarkecie już pojawiły się świąteczne słodycze i gadżety. Czy to nie za wcześnie? Czy zanim nadejdą święta nie zdąży się to znudzić?

Z roku na rok coraz częściej słyszę formułkę „jakoś nie czuję tych świąt”. Zastanawiające jest to jak można ich nie czuć, skoro są w każdym sklepie, biurze czy na ulicy. Ale czy tam jest miejsce dla tak wyjątkowych świąt? Ludzie zamiast iść do kościoła czy spędzić czas z rodziną wybierają supermarkety i szaleństwo prezentów. Brakuje czasu na spokojne przemyślenia, odkrywanie na nowo historii sprzed dwóch tysięcy lat. Dla wielu z nas to idealny czas na zarobienie pieniędzy, dla sprzedawców „święty” czas, klient ma gest, łatwo go zwabić i naciągnąć. Dookoła mnóstwo ozdób, choinek, lampek, słodczy, świec. Wszystko w zasięgu ręki, wszystko po to by uświetnić te kilka magicznych dni. Tak łatwo ulegamy, ale dla wielu to czas naprawdę wyjątkowy, jedyne wolne chwile dla rodziny, szczęście z wspólnego zawieszania ozdób na pachnącej choince. Czasem to jedyne spotkanie w roku, dlatego stół musi być pełny jedzenia, którego nie gotuje się na co dzień. Podarki znalezione pod świątecznym drzewkiem też powinny być dopasowane idealnie do adresata. Dlatego właśnie tak łatwo dajemy się w to wciągnąć, chcemy aby te chwile były wyjątkowe i robimy wszystko, żeby je takimi uczynić.

Lada moment w Internecie również pojawi się świąteczne szaleństwo. Reklamy znanych sieciówek będą „krzyczeć” o najlepszych pomysłach na prezenty. Supermarkety będą proponować najtańsze i najświeższe ryby. Blogerzy zasypią propozycjami na ręcznie robione ozdoby choinkowe, przepisami na ciasta i pierniki, świątecznymi stylizacjami i można tak wymieniać bez końca. Blogosfera to jak powszechnie wiadomo przestrzeń ludzi którzy znają się na wszystkim, dlatego z pewnością można liczyć na ich liczne rady i pomysły.

Wracając do pytania czy to za wcześnie? Dla większości to za wcześnie, ale rynek rządzi się swoimi prawami. Całą kolorową karuzelę nakręca pieniądz i to właśnie dlatego święta mamy właściwie od połowy października. Musimy kupować i jeszcze raz kupować.

Wierzimy w to, że jeśli nie będzie tej całej kolorowej, migającej otoczki święta nie będą idealne.

Ewelina Muzyka

Czy bycie „fit” dobrze wpływa na nasz organizm?

Ostatnimi czasy bycie „fit”, czyli aktywny tryb życia, stało się bardzo popularne wśród różnych grup wiekowych na całym świecie, a zwłaszcza wśród młodych. Każdy dąży do tego by osiągnąć cel wymarzonej sylwetki oraz czuć się dobrze w swoim ciele. Jednak warto postawić sobie pytanie: „Czy wprowadzenie takiej zmiany jest na pewno dobre dla naszego organizmu?”

Dobrze znane jest wszystkim powiedzenie „Sport to zdrowie”- otóż to! Aktywnie spędzony czas nie tylko pozwala nam wymodelować naszą sylwetkę, ale także świetnie wpływa na nasze samopoczucie i przede wszystkim pozwala wyrobić kondycję. Jednak wiąże się to z pewnymi zobowiązaniami - minimum 30min ćwiczeń, by odczuć dobroczynny wpływ na nasz organizm. Kolejną istotną zaletą związaną ze sportem jest zmniejszenie ryzyka zawału i zapobieganie wielu innym chorobom oraz znaczne poprawienie się metabolizmu, który przyczynia się do spalania tłuszczu, co ostatecznie ma szansę wpłynąć na spadek masy ciała.

Drugim argumentem jest wpływ zdrowej diety na nasz organizm. Jedzenie dużej ilości warzyw i owoców zdecydowanie lepiej działa na nas i na to jak się czujemy, niż tzw. „fast food”, który nie tylko posiada negatywny wpływ na masę naszego ciała, ale jest niezdrowy i stanowi główny czynnik rozwoju wielu chorób. Zdrowe posiłki także doskonale wpływają na nasz umysł i ciało, lepiej radzimy sobie ze stresem i przede wszystkim jesteśmy dużo zdrowsi. Zbilansowana dieta pozwala również na szybsze pozbycie się zbędnych kilogramów.

Podsumowując, uprawianie sportu oraz spożywanie odpowiednich posiłków bez wątplenia posiada pozytywny wpływ na nasz organizm i samopoczucie. Wszystko to razem niesie ze sobą wiele korzyści i ułatwia dążenia do zdobycia doskonałej i wymarzonej sylwetki.

Michał Duch

Sport i pieniądze jako nierozłączna para w XXI wieku

„Sport to zdrowie” – chyba każdy z nas zna to powiedzenie. Większość ludzi pewnie się z nim zgadza, ale w obecnych czasach sport to nie tylko aktywność fizyczna, lecz także „kopalnia” do obracania pieniędzmi. W XXI wieku sport nastawił się na komercję, aby osiągnąć sukces nie wystarczają same umiejętności sportowca, a nierzadko dużą rolę w wynikach odgrywają między innymi sponsorzy, co postaram się udowodnić w tym tekście.

Jak już wspomniałem sponsorzy są obecni w sporcie na niewyobrażalną skalę. Trudno sobie wyobrazić działalność wszelkich klubów sportowych bez pieniędzy otrzymywanych na przykład ze sprzedaży swojego wizerunku czy reklamowania wszelakich produktów. Kwoty jakie padają podczas podpisywania kontraktów sponsorskich są niewyobrażalne. Za doskonały przykład można tu przytoczyć jedną z najbardziej popularnych dyscyplin – piłkę nożną. Każdy z nas podczas meczu może zauważyć logo różnych firm na koszulkach zawodników. Tyczy się to każdego wolnego miejsca na trykocie meczowym, gdyż od tego zależy zysk. Informacja, która ukazała się w październiku br. idealnie odzwierciedla przedstawioną przeze mnie sytuację. Angielski klub Chelsea FC zrywa umowę sponsorską z producentem odzieży sportowej - Adidas (odszkodowanie za zerwanie umowy 40 milionów funtów) tylko po to, aby zawrzeć kontrakt z Nike. Nowa umowa zagwarantuje roczny zysk dwukrotnie większy niż w przypadku Adidasa, który oferował 30 milionów.

Sponsoring nie odnosi się tylko do klubów, ale także indywidualnie do każdego zawodnika. Dzięki takiej współpracy sportowiec może uzyskać duże pieniądze, które często przeznaczone są na realizację określonych celów jak choćby wyjazd na Igrzyska Olimpijskie, czy zakup potrzebnego sprzętu. Jak dużą przeszkodą jest brak funduszy mógł niedawno przekonać się Adam Małysz, który utracił kontrakt z Orlenem. Byłemu skoczkowi narciarskiemu uniemożliwiło to dalsze starty w rajdach samochodowych, gdyż osobiste koszty udziału w tym sporcie są zbyt duże.

To tylko nieliczne przykłady, które mi się nasunęły, a dobitnie udowadniają rolę pieniądza w sporcie. Mimo umiejętności i chęci uprawiania określonej dyscypliny, do osiągnięcia sukcesu czasem potrzeba czegoś więcej...

Martyna Madalińska

Za tezę mojego wypracowania wybrałam zdanie: „Liście drzew są zielone.” W tym momencie zaczyna się polemika i pojawiają się pytania na ten temat. Czy na pewno? Czy wszystkie? Czy zawsze?

Otóż wiosną, latem, kiedy drzewa wracają do życia i zaczynają kwitnąć, ich liście są pięknie zielone. Możemy cieszyć się tym widokiem przez zaledwie kilka miesięcy. Niektórzy, bardziej szczegółowi, dostrzegą nie tylko zieleń liści, lecz także jej różne odcienie. W tym okresie – liście są zielone.

Później przychodzi jesień, a wszyscy wiedzą co dzieje się z przyrodą o tej porze roku. Liście stają się czerwone, żółte, brązowe, niektóre nawet mają plamki. Obserwujemy cykl ich obumierania, patrzymy jak powoli zapadają w zimowy sen. Jak we wszystkim, zawsze znajdują się wyjątki: czyli te, które mimo pory roku czy pogody – wciąż pozostają zielone.

W tym momencie kolejność pór roku podpowiada, że powinna już nastąpić zima. Liście, jakiego koloru by wtedy nie były, niemal całkowicie znikają z drzew, ulic i z zasięgu naszego wzroku. Po raz kolejny pojawiają się wyjątki: te, które pozwalają by osiadł na nich śnieg, jednocześnie wciąż pozostając zielonymi. Niestety, reszta z nich przegrywa z temperaturą, deszczem czy właśnie śniegiem.

Tak więc liście drzew owszem, są zielone, ale nie wszystkie i nie zawsze. Niektóre tylko wiosną lub latem, inne pozostają zielone przez cały rok, a jeszcze inne znikają nam z oczu na jakiś czas. W związku z powyższym, teza „Liście drzew są zielone” staje się poniekąd półprawdą.

Klaudia Lewińska

Ciągłe doskonalenie procesów produkcyjnych

Świat przedsiębiorców to nieustanna walka z konkurencją i zmieniającymi się trendami na rynku. Pracodawcy są zmuszeni wprowadzać nowe, zupełnie nieznane klientom produkty, burząc wewnętrzny porządek dotąd panujący w danym przedsiębiorstwie lub szukać rozwiązania w postaci ulepszania produktów już istniejących na rynku.

Powszechnie uważa się, że doskonalenie jest dążeniem do perfekcji. To szukanie sposobu na usprawnienie produkcji, zarządzania przedsiębiorstwem, jego poszczególnymi komórkami, marketingiem, to dostosowywanie wyrobu do zmieniających się potrzeb i gustów klientów. Doskonalenie jest bardzo szeroko rozumianym pojęciem. Obejmuje wszystkie aspekty przedsiębiorstwa - począwszy od produktu bądź usługi poprzez logistykę, technologię produkcji, systemy zarządzania, aż do samego zarządu. Wywodzi się z wielu powstałych koncepcji zarządzania m.in.: Kaizen, Lean Manufacturing, TQM czy Six Sigma.

Wymagania klientów są bardzo zmienne i krótkotrwałe. Zmieniają się bardzo szybko, przez co nieustannie produkty wymagają zmian wyglądu i funkcjonalności, a przy tym muszą być atrakcyjne cenowo. Powstało wobec tego pojęcie ciągłego doskonalenia, którego protoplastami są William Edwards Deming i W. Shewhart. Jego głównym zadaniem jest minimalizować koszty oraz jednocześnie maksymalizować wydajność i elastyczność produkcji.. Przedsiębiorcy korzystają z teorii opracowanych przez tychże badaczy, chcąc utrzymać swoją pozycję na rynku lub ją polepszyć¹.

¹ A. Hamrol, *Strategie i praktyki sprawnego działania*, PWN, Warszawa 2015, s. 386-388.

Paweł Ficner

Teza: Kapitał zagraniczny przeważa na polskim rynku medialnym

Polski rynek medialny zdominowany jest przez zagraniczny kapitał i dla niejednego Polaka może być to co najmniej szokujące. Biorąc pod lupę większość tytułów prasowych, stacji telewizyjnych i radiowych zauważymy, że znajdują się one w rękach ogromnych firm ze Stanów Zjednoczonych, Niemiec, czy Francji.

W naszym kraju istnieje 19 koncernów wydających dzienniki ogólnopolskie, aż dziewięć z nich jest zagranicznych. Na rynku prasowym prym wiedzie niemiecka firma Bauer Media, która wydaje 39 czasopism, co daje im 33-procentowy udział w rynku. Ringier Axel Springer (ok. 16% udziału w rynku), do którego należy m.in. dziennik Fakt, tygodnik Newsweek, ale także internetowy portal onet.pl to z kolei koncern szwajcarsko-niemiecki. Innym ważnym graczem na płaszczyźnie prasowej jest Polska Press Grupa wchodząca w skład niemieckiego koncernu Verlagsgruppe Passau. Posiada ponad 90% gazet regionalnych, m.in.: Polska Dziennik Łódzki, Polska Dziennik Zachodni, Nowa Trybuna Opolska.

Na rynku nadawców radiowych najchętniej słuchana stacja, czyli RMF znajduje się w rękach Bauer Media, do której należy też portal interia.pl, trzeci po WP.pl i onet.pl pod względem liczby internautów. Natomiast druga pod względem słuchalności stacja radiowa, czyli RadioZet należy do holdingu medialnego Eurozet, będącego częścią francuskiej korporacji Groupe Lagardère.

Rynkiem telewizyjnym władają Telewizja Polska, Cyfrowy Polsat i Grupa TVN. Posiadają 70% rynku. Dwaj pierwsi nadawcy są polscy, natomiast TVN od 2015 należy do Amerykanów, a konkretniej do Scripps Networks Interactive. Z kolei pierwszy polski płatny kanał, Canal + Polska, jest częścią francuskiej sieci telewizyjnej Canal+.

Dominacja zagranicznych korporacji na polskim rynku medialnym to nie jedyny problem państwa. Większym może okazać się powstawanie monopolu.