

## Moduł 5 – Kompetencje przedsiębiorcze - nowe marzenia i możliwości

### Wstęp:

Trzecia część modułu 5 bada znaczenie kreatywności w przedsiębiorstwach społecznych oraz wykorzystanie innowacji technologicznych przy opracowywaniu wycieczek miejskich. Dodatkowym elementem są wskazówki dotyczące opracowania analizy SWOT dla nowej inicjatywy biznesowej.

### Cele modułu:

- Wiedza o sposobach wypracowania trwałej i integracyjnej metody przedsiębiorczości społecznej.
- Świadomość różnych metod planowania strategicznego i marketingu oraz sposobów ich zastosowania.
- Wykorzystanie innowacji technologicznych do udoskonalenia modelu biznesowego.

[www.diothercity.eu](http://www.diothercity.eu) | [#DiOtherCity](https://twitter.com/DiOtherCity)

Projekt #DiOtherCity jest współfinansowany z programu ERASMUS+ Unii Europejskiej (czerwiec 2021 - maj 2023).

Publikacja odzwierciedla wyłącznie poglądy jej autorów. Komisja nie bierze odpowiedzialności za sposób wykorzystania zawartych w niej treści. (Kod projektu: 2020-1-ES01-KA227-ADU-095512).

## CZĘŚĆ 3 - Kreatywność, innowacje technologiczne a sektor kultury i kreatywny

Cele:

- Poznaj wskazówki dotyczące myślenia kreatywnego.
- Poznaj innowacje technologiczne przydatne w tworzeniu wycieczek miejskich.
- Dowiedz się, jak sporządzić analizę SWOT.

### Rozdział 1: Kreatywność w sektorze PKT

Kreatywność wpisana jest w samo pojęcie sektora PKT. Termin stosowany jest od 1948 roku, kiedy to Adorno użył go w odniesieniu do przemysłowych technik reprodukcji w tworzeniu masowych dzieł kultury ([CREAT EU, 2021](#)). Jednak dopiero na początku lat 90. definicja sektora PKT ewoluowała w kierunku włączenia pojęcia gospodarki kreatywnej i rozumienia kreatywności jako motoru innowacji, zmian technologicznych i rozwoju biznesu (ibid.).

W miarę jak postęp technologiczny tworzy nowe narzędzia produkcji i komunikacji kultury, następuje znaczne przesunięcie punktu ciężkości w ramach sektora PKT z aspektu „kulturowego” na „kreatywny”. ([Interreg, 2019](#)). Dzięki tej kreatywności i postępom technologii sektor PKT może działać na rzecz rozwoju społeczności w kierunku większej dostępności, sprawiedliwości i inkluzywności. ([Ual, 2020](#)). Aby osiągnąć tę pozytywną zmianę, podmioty z sektora PKT powinny wykorzystać swoją

[www.diothercity.eu](http://www.diothercity.eu) | [#DiOtherCity](https://twitter.com/DiOtherCity)

Projekt #DiotherCity jest współfinansowany z programu ERASMUS+ Unii Europejskiej (czerwiec 2021 - maj 2023).

Publikacja odzwierciedla wyłącznie poglądy jej autorów. Komisja nie bierze odpowiedzialności za sposób wykorzystania zawartych w niej treści. (Kod projektu: 2020-1-ES01-KA227-ADU-095512).

kreatywność w celu stymulowania innowacji, tworzenia współpracy międzysektorowej i rozwijania nowych możliwości w zakresie przedsiębiorczości ([NDPC, 2020](#)).

### **Kreatywność a innowacyjność:**

Kreatywność i innowacyjność to nie to samo; innowacyjność można zdefiniować jako kreatywność stosowaną ([Petrakis and Kafka, 2016](#)). Podczas gdy kreatywność jest postrzegana jako wyraz ekspresji artystycznej, innowacyjność jest rozumiana jako gromadzenie pomysłów i znajdowanie sposobów na ich urzeczywistnienie (ibid.).

### **Kreatywność przedsiębiorcza:**

Definicja kreatywności przedsiębiorczej łączy dwa pojęcia: kreatywność i przedsiębiorczość ([Corte, 2017](#)). Definicja ta, zaproponowana przede wszystkim przez Amabile (1997), a następnie przez Sternberga (1999), obejmuje proces identyfikacji innowacyjnych pomysłów służących prowadzeniu działalności gospodarczej, a także kreatywność pracowników i liderów firmy (ibid.).

### **Myślenie kreatywne - wskazówki:**

Kreatywność jest kluczowym aspektem udanej działalności gospodarczej, ponieważ pomaga szybko zidentyfikować nowe pomysły i rozwiązania potencjalnych zagrożeń ([Kotelnikov, 2020](#)).

1. **Zmień swoje nastawienie i unikaj narzuconych przez siebie ograniczeń:** kiedy zaczniesz postrzegać się jako osobę myślącą kreatywnie, będziesz w stanie spojrzeć na każde wyzwanie w twórczy sposób.

[www.diothercity.eu](http://www.diothercity.eu) | [#DiOtherCity](https://twitter.com/DiOtherCity)

Projekt #DiOtherCity jest współfinansowany z programu ERASMUS+ Unii Europejskiej (czerwiec 2021 - maj 2023).

Publikacja odzwierciedla wyłącznie poglądy jej autorów. Komisja nie bierze odpowiedzialności za sposób wykorzystania zawartych w niej treści. (Kod projektu: 2020-1-ES01-KA227-ADU-095512).

2. **Myśl nieszablonowo:** zadawaj pytania, które pomogą Ci znaleźć rozwiązanie problemu; nie spiesz się z przyjęciem rozwiązania.
3. **Wyostrz swój umysł:** szukaj trudnych problemów do rozwiązania i staraj się szukać coraz bardziej innowacyjnych pomysłów. O ile to możliwe, kontaktuj się i wymieniaj swoje pomysły z innymi kreatywnymi osobami.
4. **Spójrz na to z innej strony:** jeśli myślisz uwzględniając tylko jeden punkt widzenia i wydaje ci się, że nie możesz rozwiązać problemu, zatrzymaj się, przeanalizuj go ponownie i spróbuj przyjąć inną, nową perspektywę.
5. **Daj szansę niezwykłym rozwiązaniom:** większość świetnych pomysłów to kombinacja wielu połączonych idei. Nie bój się próbować łączyć rzeczy, by stworzyć nowy pomysł.
6. **Eksperymentuj i buduj wiedzę przekrojową:** każdy rodzaj innowacji zawiera pewne ryzyko; eksperymentuj, ucz się, dostosuj i idź do przodu. Pozostań otwarty na nowe pomysły i staraj się rozwijać wiedzę przekrojową.

([Kotelnikov, 2020](#))

## Rozdział 2: Innowacje technologiczne w rozwoju wycieczek miejskich

Wycieczki miejskie oferują wygodny i bezstresowy sposób odkrywania miasta bez konieczności przeprowadzania rozległych badań na własną rękę. Wycieczki miejskie z przewodnikiem sprawdzają się zwłaszcza podczas zwiedzania odległych miejsc, oferując unikalny wgląd w kulturę miejsca i mieszkańców ([worldexpeditions.com](#), [brak daty](#)). Tradycyjnie wycieczki miejskie były organizowane i prowadzone przez

[www.diothercity.eu](http://www.diothercity.eu) | [#DiOtherCity](#)

Projekt #DiOtherCity jest współfinansowany z programu ERASMUS+ Unii Europejskiej (czerwiec 2021 - maj 2023).

Publikacja odzwierciedla wyłącznie poglądy jej autorów. Komisja nie bierze odpowiedzialności za sposób wykorzystania zawartych w niej treści. (Kod projektu: 2020-1-ES01-KA227-ADU-095512).

lokalnych przewodników, którzy posiadali wiedzę na temat lokalnej kultury oraz nieznanymi i odległymi miejscami, których turyści nie byłoby w stanie odkryć na własną rękę (ibid.).

Wybuch globalnej pandemii pod koniec roku 2019 spowodował jednak duże zmiany w branży turystycznej, a co za tym idzie, zmienił również sposób funkcjonowania wycieczek miejskich. Wobec ograniczeń i obostrzeń we wszystkich sektorach życia, w tym w turystyce, gwałtownie wzrósł udział innowacji technologicznych ([Snow, 2021](#)).

### Technologia podróży:

Technologia podróży to szeroka definicja, która obejmuje wykorzystanie i zastosowanie innowacji technologicznych w dziedzinie turystyki, podróżowania i hotelarstwa ([Revfine, 2021](#)). Główne cele stosowania innowacji technologicznych to poprawa doświadczenia i komfortu klientów a także pomoc pracownikom w redukcji stresu i zwiększeniu kreatywności (ibid.).

### Poznaj najnowsze trendy:

- 1. Rzeczywistość wirtualna i rozszerzona:** wirtualna i rozszerzona rzeczywistość odnotowała gwałtowny wzrost od czasu, gdy pandemia doprowadziła do poważnych obostrzeń na całym świecie, a wiele muzeów i ośrodków turystycznych zaczęło oferować eksponaty i doświadczenia online. ([Snow, 2021](#)). Jednym z przykładów jest aplikacja [Xplore Petra app](#), umożliwiająca wirtualne zwiedzanie tego ikonicznego obiektu archeologicznego Jordanii. Ten trend będzie się utrzymywał w kolejnych latach,

[www.diothercity.eu](http://www.diothercity.eu) | [#DiOtherCity](https://twitter.com/DiOtherCity)

Projekt #DiOtherCity jest współfinansowany z programu ERASMUS+ Unii Europejskiej (czerwiec 2021 - maj 2023). Publikacja odzwierciedla wyłącznie poglądy jej autorów. Komisja nie bierze odpowiedzialności za sposób wykorzystania zawartych w niej treści. (Kod projektu: 2020-1-ES01-KA227-ADU-095512).

ponieważ wiele muzeów oferuje dziś turystom doświadczenia z dziedziny wirtualnej rzeczywistości. Wycieczki miejskie coraz częściej stają się również wirtualne, wiele stron internetowych oferuje ten typ zwiedzania użytkownikom z całego świata, omijając ograniczenia przestrzeni i dostępności. Przykładem takich narzędzi są [Virtual City Tours](#) i [Stary](#).

2. **Technologia mobilna:** w erze cyfrowej telefony komórkowe stały się naszymi przewodnikami, ponieważ używamy ich codziennie do poruszania się, uzyskiwania dostępu do map, lokalizowania restauracji lub wyszukiwania informacji ([Vidal, 2019](#)). Nasz telefon staje się kluczowym narzędziem podczas planowania wakacji. Według badania przeprowadzonego przez TripAdvisor, 45% użytkowników używa swoich smartfonów do wszystkiego podczas planowania podróży (ibid.).
3. **Kody QR:** kody QR można znaleźć w różnych miejscach. Z jednej strony można je stosować w restauracjach i kawiarniach, aby ograniczyć ilość papieru używanego do drukowania menu, a jednocześnie ograniczyć interakcję rozprzestrzeniającą wirusy w erze Covid-19 ([Snow, 2021](#)). Z drugiej strony, kody QR są wykorzystywane w muzeach i obiektach turystycznych, aby zwiększyć zaangażowanie uczestników. Kody mogą prowadzić do treści audio i wideo, gier, quizów itp.
4. **Wyszukiwanie i sterowanie głosowe:** urządzenia sterowane głosem, takie jak Alexa, stają się nowym trendem i wkraczają również do branży turystycznej ([Revsine, 2021](#)). Niezależnie od tego, czy chodzi o stosowanie urządzeń hotelowych sterowanych głosem, czy opracowanie stron internetowych z wyszukiwaniem głosowym, narzędzia te mają zdolność do zwiększenia inkluzywności branży turystycznej.

Więcej informacji na temat najnowszych trendów w technologii podróżowania można znaleźć w module 4.

[www.diothercity.eu](http://www.diothercity.eu) | [#DiOtherCity](https://twitter.com/DiOtherCity)

Projekt #DiOtherCity jest współfinansowany z programu ERASMUS+ Unii Europejskiej (czerwiec 2021 - maj 2023).

Publikacja odzwierciedla wyłącznie poglądy jej autorów. Komisja nie bierze odpowiedzialności za sposób wykorzystania zawartych w niej treści. (Kod projektu: 2020-1-ES01-KA227-ADU-095512).

## Rozdział 3: Wycieczki miejskie i analiza SWOT

Termin SWOT to akronim oznaczający mocne strony (strength), słabe strony (weakness), szanse (opportunity) i zagrożenia (threat) ([Tu et al., 2021](#)). Po raz pierwszy analiza SWOT została wprowadzona przez [Christensen et al. \(1965\)](#) w „*Business policy: text and cases*” jako narzędzie biznesowe w zarządzaniu organizacją, ale od tego czasu jest wykorzystywana w różnych dziedzinach do przeprowadzenia dogłębnej i kompleksowej analizy zalet firmy przed opracowaniem nowej strategii ([Omer, 2018](#)).

Istnieje wiele szablonów dostępnych online, które można wykorzystać w analizie SWOT.

Dobry przykład można znaleźć w krótkim poradniku dotyczącym analizy SWOT autorstwa ([Jackson, brak daty](#)):

[www.diothercity.eu](http://www.diothercity.eu) | [#DiotherCity](https://twitter.com/DiotherCity)

Projekt #DiotherCity jest współfinansowany z programu ERASMUS+ Unii Europejskiej (czerwiec 2021 - maj 2023).

Publikacja odzwierciedla wyłącznie poglądy jej autorów. Komisja nie bierze odpowiedzialności za sposób wykorzystania zawartych w niej treści. (Kod projektu: 2020-1-ES01-KA227-ADU-095512).



Korzystne

Niekorzystne

		Helpful	Harmful
W E N E T R Z N E	I N T E R N A L	Strengths	Weaknesses
	E X T E R N A L	Opportunities	Threats

(Tabela z [Jackson, brak daty](#)).

Analiza SWOT może być zastosowana do wycieczek miejskich w taki sam sposób, jak do każdego innej działalności gospodarczej.

Badanie przeprowadzone przez [Ali Shaw \(2020\)](#) przedstawia analizę SWOT dla całego sektora podróży i turystyki. Określa mocne i słabe strony branży turystycznej, a także jej szanse i zagrożenia.

[www.diothercity.eu](http://www.diothercity.eu) | [#DiOtherCity](https://twitter.com/DiOtherCity)

Projekt #DiOtherCity jest współfinansowany z programu ERASMUS+ Unii Europejskiej (czerwiec 2021 - maj 2023).

Publikacja odzwierciedla wyłącznie poglądy jej autorów. Komisja nie bierze odpowiedzialności za sposób wykorzystania zawartych w niej treści. (Kod projektu: 2020-1-ES01-KA227-ADU-095512).



### **Zakończenie:**

Moduł 5 stanowi uzupełnienie krótkiego przewodnika poświęconego przygotowaniu inkluzywnych i zrównoważonych wycieczek miejskich w ramach branży kreatywnej i kulturalnej. W całym przewodniku studenci zostali zapoznani ze znaczeniem przeprowadzania badań przed rozpoczęciem procesu tworzenia biznesplanu. Ponadto przedstawiliśmy sposoby wykorzystania storytellingu i gamifikacji w trakcie wycieczek miejskich, wspomniano również o szeregu narzędzi cyfrowych i dostępnych technologii. Wreszcie moduł 5 proponuje praktyczny przewodnik w zakresie tworzenia inkluzywnych i zrównoważonych przedsiębiorstw społecznych, podkreślając znaczenie planowania strategicznego i technik marketingowych, a także wykorzystania narzędzi cyfrowych w realizacji nowego planu biznesowego.

### **Narzędzia cyfrowe dla modułu 5 - CZĘŚĆ 3:**

Narzędzie 3: Analiza SWOT

Narzędzie 6: Turystyka włączająca

[www.diothercity.eu](http://www.diothercity.eu) | [#DiOtherCity](https://twitter.com/DiOtherCity)

Projekt #DiOtherCity jest współfinansowany z programu ERASMUS+ Unii Europejskiej (czerwiec 2021 - maj 2023).

Publikacja odzwierciedla wyłącznie poglądy jej autorów. Komisja nie bierze odpowiedzialności za sposób wykorzystania zawartych w niej treści. (Kod projektu: 2020-1-ES01-KA227-ADU-095512).

## Bibliografia:

Amabile, T.M. (1997). Entrepreneurial creativity through motivational synergy. *The Journal of Creative Behavior*, tom 31: 18-36.

Christensen, C. Roland et al. (1965). *Business policy: text and cases*. Homewood, Illinois: R.D: Irwin. Publikacja dostępna pod adresem:  
<https://archive.org/details/businesspolicyte00chri/page/n5/mode/2up>.

Corte, Valentina Della et al. (2017). Entrepreneurial Creativity: Source, Processes and Implications. *International Journal of Business and Management*, Vol. 12 (6): 33-48. Publikacja dostępna pod adresem:  
[https://www.researchgate.net/publication/317111535\\_Entrepreneurial\\_Creativity\\_Sources\\_Processes\\_and\\_Implications](https://www.researchgate.net/publication/317111535_Entrepreneurial_Creativity_Sources_Processes_and_Implications).

CREAT EU. (2021). The role of Cultural and Creative Industries. *CREAT EU*. Publikacja dostępna pod adresem:  
<https://createu.erasmus.site/cultural-creative-industries-role/>.

Interreg. (2019). Mapping Strategy and CCI Classification. *Interreg Central Europe*. Publikacja dostępna pod adresem: <https://www.interreg-central.eu/Content.Node/COCO4CCI/D.T1.2.1---MAPPING-STRATEGY-AND-CCI-CLASSIFICATION.pdf>.

## [www.diothercity.eu](http://www.diothercity.eu) | [#DiOtherCity](https://twitter.com/DiOtherCity)

Projekt #DiOtherCity jest współfinansowany z programu ERASMUS+ Unii Europejskiej (czerwiec 2021 - maj 2023).

Publikacja odzwierciedla wyłącznie poglądy jej autorów. Komisja nie bierze odpowiedzialności za sposób wykorzystania zawartych w niej treści. (Kod projektu: 2020-1-ES01-KA227-ADU-095512).

Jackson, Ted. (brak daty). What is A SWOT Analysis? A Thorough Explanation With Examples. *Clearpointstrategy.com*. Publikacja dostępna pod adresem: <https://www.clearpointstrategy.com/swot-analysis-examples/>.

Kotelnikov, Vadim. (2020). Entrepreneurial Creativity. *Medium.com- Estiem*. Publikacja dostępna pod adresem: <https://medium.com/estiem/entrepreneurial-creativity-5097d61fb34e>.

NDPC. (2020). Cross-sectoral cooperation and innovation within Creative and Cultural Industries. *Northern Dimension Partnership on Culture*. Publikacja dostępna pod adresem: <https://ndpculture.org/projects/cross-sectoral-cooperation-and-innovation-within-creative-and-cultural-industries/>.

Omer, Soran. (2018). SWOT Analysis – The Tool of Organisations Stability (KFC) as a Case Study. *Journal of Process Management – New Technologies, International* tom 6 (4). Publikacja dostępna pod adresem: <https://scindeks-clanci.ceon.rs/data/pdf/2334-735X/2018/2334-735X18040270.pdf>.

Petrakis, Panagiotis E & Kafka, Kyriaki I. (2016). Entrepreneurial Creativity and Growth. *Intechopen.com*. Publikacja dostępna pod adresem: <https://www.intechopen.com/chapters/52579>.

Revfine. (2021). 11 Key Technology Trends Emerging in the Travel & Tourism Industry. *Revfine.com*. Publikacja dostępna pod adresem: <https://www.revfine.com/technology-trends-travel-industry/>.

## [www.diothercity.eu](http://www.diothercity.eu) | #DiOtherCity

Projekt #DiOtherCity jest współfinansowany z programu ERASMUS+ Unii Europejskiej (czerwiec 2021 - maj 2023).

Publikacja odzwierciedla wyłącznie poglądy jej autorów. Komisja nie bierze odpowiedzialności za sposób wykorzystania zawartych w niej treści. (Kod projektu: 2020-1-ES01-KA227-ADU-095512).

Shaw, Ali Ahsan. (2020). SWOT Analysis of Travel & Tourism Industry. *SWOT & PESTLE Analysis*.

Publikacja dostępna pod adresem: <https://swotandpestleanalysis.com/swot-analysis-of-travel-tourism-industry/>.

Sternberg, R.J. (1999). *Handbook for Economic Studies Paper, CES-WP, 10-06 creativity*.

Cambridge, UK: Cambridge University Press

STQRY. (brak daty). STQRY Home. *STQRY*. Publikacja dostępna pod adresem:

<https://stqry.com/our-customers/local->

[government-towns-cities/?gclid=Cj0KCQiA\\_c-](https://stqry.com/our-customers/local-government-towns-cities/?gclid=Cj0KCQiA_c-)

[OBhDFARIsAIFg3ew7RWHPItSLM3YmHq8cgN1PsFs0SzZ1SSWBfMATjAKFI7P8vU\\_qi2oaAkHOEALw\\_wcB](https://stqry.com/our-customers/local-government-towns-cities/?gclid=Cj0KCQiA_c-OBhDFARIsAIFg3ew7RWHPItSLM3YmHq8cgN1PsFs0SzZ1SSWBfMATjAKFI7P8vU_qi2oaAkHOEALw_wcB).

Tu, Shu-Fen et al. (2021). Improving RE-SWOT Analysis with Sentiment Classification: A Case

Study of Travel Agencies. *Future Internet*, tom 13 (226): 1-17. Publikacja dostępna pod adresem:

<file:///C:/Users/user/Downloads/futureinternet-13-00226-v2.pdf>.

Vidal, Belen. (2019). The New Technology and Travel Revolution. *Wearemarketing.com*. Publikacja

dostępna pod adresem: <https://www.wearemarketing.com/blog/tourism-and-technology-how-tech->

[is-revolutionizing-travel.html](https://www.wearemarketing.com/blog/tourism-and-technology-how-tech-is-revolutionizing-travel.html).

## [www.diothercity.eu](http://www.diothercity.eu) | [#DiOtherCity](https://twitter.com/DiOtherCity)

Projekt #DiOtherCity jest współfinansowany z programu ERASMUS+ Unii Europejskiej (czerwiec 2021 - maj 2023).

Publikacja odzwierciedla wyłącznie poglądy jej autorów. Komisja nie bierze odpowiedzialności za sposób wykorzystania zawartych w niej treści. (Kod projektu: 2020-1-ES01-KA227-ADU-095512).



Ual. (2020). Creativity, technology and social good with CCI. *Ual.com*. Publikacja dostępna pod adresem: <https://www.arts.ac.uk/about-ual/press-office/stories/creativity-technology-and-social-good-with-cci>.

Virtual City Tours. (brak daty). Virtual City Tours Home. *Virtual City Tours*. Publikacja dostępna pod adresem: <https://www.virtualcitytours.org/en/>.

Worldexpeditions.com. (brak daty). 8 reasons to choose a guided tour. *worldexpeditions.com*. Publikacja dostępna pod adresem: <https://worldexpeditions.com/Blog/why-you-should-consider-a-guided-trip>.

## [www.diothercity.eu](http://www.diothercity.eu) | [#DiOtherCity](https://twitter.com/DiOtherCity)

Projekt #DiOtherCity jest współfinansowany z programu ERASMUS+ Unii Europejskiej (czerwiec 2021 - maj 2023).

Publikacja odzwierciedla wyłącznie poglądy jej autorów. Komisja nie bierze odpowiedzialności za sposób wykorzystania zawartych w niej treści. (Kod projektu: 2020-1-ES01-KA227-ADU-095512).

