

Przedsiębiorczość wiejska

CENTRUM DORADZTWA ROLNICZEGO ODDZIAŁ W KRAKOWIE



KSZTAŁTUJEMY POLSKIE ROLNICTWO

ROLNICTWO

Sprzedaz produktów w nietypowych aranżacjach i opakowaniach jest nową szansą na zysk

PRZEDSIĘBRIOCZOŚĆ

Zakwaszenie gnojowicy ma szereg zalet od zmniejszenia emisji amoniaku nawet o 40%, poprzez dostarczenie siarki do gleby i poprawę stanu zdrowotnego zwierząt

PRAWO I FINANSE

Rzecznik Małych i Średnich Przedsiębiorców ma wspierać i chronić prawa mikro-, małych i średnich przedsiębiorców, którzy mają kluczowe znaczenie dla polskiej gospodarki

**Wydawca:**

Centrum Doradztwa Rolniczego w Brwinowie
Oddział w Krakowie
ul. Meiselsa 1
31-063 Kraków

Zespół redakcyjny:

Michał Wnęk
Konrad Stępnik

Okładka i skład:**Zespół Promocji i Wydawnictw**

Natalia Tarkowska
Krzysztof Kucia

ISSN

2299-6966

Fotografie: Freepik.com: designed by Welcomia, Rawpixel.com,
Jcomp, Bearfotos,





SPIS TREŚCI

PRZEDSIĘBIORCZOŚĆ

- „Noteckie miody” — innowacyjny marketing w pasiece4

PRAWO I FINANSE

- Działalność gospodarcza w świetle nowych przepisów prawnych.....9
- Nowe przepisy dotyczące sprzedaży żywności przez rolników.....12

SPOŁECZEŃSTWO

- Przedsiębiorstwa społeczne na obszarach wiejskich.....14
- Innowacyjność w wiejskich przedsiębiorstwach.....17

ROZMOWA KWARTAŁU

- Klienci stawiają na jakość.....20

ROLNICTWO

- Innowacyjne metody obróbki nawozów naturalnych.....24

TRENDY BRANŻOWE

- Betonowe rabaty warzywne.....27
- Slowhop—złap oddech.....28
- Żywopłot modułowy.....29
- Jaka to roślina—internetowy atlas roślin.....29



Prezentacja pasieki podczas szkolenia CDR „Przedsiębiorczość w praktyce – Chleb i miód” (Grupa uczestników z Zachodniopomorskiego ODR w Barzkowicach, 2017 r.). Pan Zbigniew Lisiński opowiada o gospodarce pasiecznej.

„NOTECKIE MIODY”

– INNOWACYJNY MARKETING W PASIECE

Czy gospodarstwo pasieczne może być dobrym przykładem innowacyjnej działalności na wsi? Czy branża, która należy do jednych z najbardziej wystawionych na różnorakie ryzyka, może być podstawą sukcesu? Jeśli tak, to jakie decyzje podejmuje pszczelarz-przedsiębiorca, w drodze kreowania marki jednej z wiodących pasiek Wielkopolski?

Takie pytania układam sobie w głowie przed kolejnym spotkaniem ze Zbigniewem Lisińskim, prowadzącym w Biezdrowie koło Wronek, firmę „Noteckie Miody”. Pana Zbyszka i jego żonę Kamilę poznaliśmy w czasach akcesji Polski do UE. Od rezygnacji z pracy w korporacji i powrotu do rodzinnego gospodarstwa, przez pierwszą dotację z SPO (2004-2006) na zakup uli i wyposażenia, rozbudowę pracowni pasiecznej, po najnowsze decyzje rynkowe – mieliśmy możliwość obserwacji rozwoju podmiotu, który dziś zasługuje na miano wytyczającego trendy w swojej branży. Co jest zatem podstawą innowacji w pszczelarstwie? Umiejętne obserwowanie rynku, korzystanie z doświadczeń płynących z tych ob-

serwacji oraz kreowanie swoich pomysłów... a w praktyce?

- Z miodem polskim, tak jak z innymi produktami polskimi, jest nie najlepiej – opowiada właściciel pasieki - dlatego że w Polsce jest bardzo dużo sklepów wielopowierzchniowych, dyskontów które sprowadzają towary z innych krajów, znacznie tańsze i gorsze jakościowo niż polskie produkty pszczele, przy okazji zabijając polską produkcję i handel. Tradycyjny polski miód kupują, często bezpośrednio z pasieki, coraz bardziej świadomi klienci, zwracający uwagę na pochodzenie tego, co spożywają, a także na aspekty dietetyczne, składniki żywieniowe. To



jednak wciąż mała, choć rosnąca, grupa odbiorców. Zbyt mała by opierać strategię sprzedaży na tym segmencie rynku. Niestety, portfel Polaków jest wciąż chudy i dlatego dla wielu osób istotnym czynnikiem przy zakupie towarów jest cena, a dopiero później jakość.

Nowe tendencje żywieniowe, w tym nowe modele jak zmieniona piramida żywieniowa ograniczająca m.in. spożywanie mięsa, ale także cukru, wytyczają dla wielu produktów spożywczych nowe horyzonty. Miód pszczeli znajduje się tu w specyficznej sytuacji. Zdrowszy niż cukier, ale wciąż zawierający olbrzymią ilość cukrów, nie może być spożywany w dużych ilościach. Jak każdy „słodki produkt” powinien być raczej uzupełnieniem diety niż jej bazą. Tam gdzie się da, powinien zastępować tradycyjny cukier. Również z punktu widzenia wzrastającego % osób stosujących diety wegetariańskie/wegańskie, miód nie zyskuje wiele w konkurencji z inną żywnością. Jako produkt pochodzenia zwierzęcego, w diecie wegan nie jest stosowany. Gdzie znajdują się zatem nisze, w które wkracza miód? To na pewno cukiernictwo i szersze zastosowanie w kulinariach, wszędzie tam, gdzie coraz większy nacisk kładzie się na prezentowanie zdrowych składników. To także od-

radzający się w Polsce trend spożywania tradycyjnych polskich trunków, a więc zastosowanie miodu w produkcji miodów pitnych czy nalewek. Wreszcie kosmetyka, zastosowanie miodu, pyłku, propolisu w zabiegach kosmetycznych oraz medycynie... Jak zatem kształtować produkt z pasieki, by trafił on do wybranych klientów doceniających jego walory, skład, jakość?

- W pierwszej fazie rozwoju firmy, jako początkujący przedsiębiorca, starałem się skoncentrować na sprzedaży samej w sobie. Wiadomo, że jest to podstawa egzystencji każdego podmiotu gospodarczego. Jak to mówi znane powiedzenie „nie sztuką jest wyprodukować, ale sprzedać”. Sama jakość nie wystarcza. Skupiłem się zatem na „wydeptywaniu ścieżek” w celu osiągnięcia zadowalających wyników sprzedaży. Warto dodać, że od samego początku podjąłem decyzję o znacznym podwyższeniu skali produkcji. By myśleć o egzystencji na rynku, musisz dysponować większą partią jednorodnego produktu, tak mi mówiono. Stąd wzięła się decyzja o wniosku o dotację w ramach SPO i zakup ponad 200 uli. Było to wielkie wyzwanie, zarówno finansowe, jak i logistyczne, dla osoby jakby na to nie patrzeć dopiero praktykującej w zawodzie. Gdyby nie pomoc Ojca, od lat praktykującego pszczelarza, a także żony, nie byłoby ani pomysłu na pasiekę, ani tak wielkiego skoku jeśli chodzi o wzrost produkcji.



Dostanie się na marketowe półki okazało się dla Pana Zbigniewa łatwiejsze niż by się to mogło wydawać. Sprzyjała temu ogólna sytuacja na rynku, w tym brak wystarczającej ilości miodu. Wkrótce „Noteckie Miody” pojawiły się w kilku sieciach sklepowych, a w niektórych z nich można znaleźć je do dziś. Kolejne lata pokazały jednak, że kariera miodu z Puszczy Noteckiej, może wyglądać inaczej. Istotnymi czynnikami nadającymi dodatkowej wartości stało się w kolejnych latach włączenie do sieci Kulinarnego Dziedzictwa, a także dostrzeżenie walorów lokalnej współpracy, przekładającej się na efekty marketingowe o zasięgu regionalnym. Taką współpracą było m.in. umieszczenie „Noteckich Miodów” we wspólnym pakiecie produktowym Lokalnej Grupy Działania (LGD) „Puszcza Notecka”. Słóiczki miodu, w towarzystwie ziół, rękodzieła i innych produktów rejonu Krainy Stulecia Jezior (Powiat Międzychodzki, Puszcza Notecka), opakowane w specjalnie do tego celu zaprojektowane pudełko trafiły do wielu odbiorców w regionie, głównie jako prezent lub nagroda. Logo LGD zostało umieszczone na etykietach miodu w celu wzajemnej promocji. Sieć Kulinarnego Dziedzictwa umożliwiła też Panu Zbyszkowi skorzystanie z kolejnych możliwości promowania, w tym z udziału na stoiskach imprez targowych, w których dzięki Urzędowi Marszałkowskiemu

Województwa Wielkopolskiego uczestniczyli lokalni producenci z całego województwa. W ten sposób „Noteckie Miody” stały się znane nie tylko z półek sklepowych, ale także z wielu lokalnych i regionalnych wydarzeń (m.in. Pawilon Regionów na Poznańskiej „Polagrze”, kieleckie Targi „Agrotravel”, a także berlińskie „Grüne Woche”). Od tego czasu istotnym pytaniem dla właściciela pasieki stało się czy nadal warto sprzedawać miód w dużych ilościach i po cenie dostosowanej do konkurencji produktami z importu, czy też stopniowo profilować kanały sprzedaży, szukając nowego rodzaju odbiorców.

- Nową szansą jest sprzedaż produktów w nietypowych aranżacjach i opakowaniach np. do hoteli, na prezenty, dla firm itp. – mówi Pan Zbigniew Lisiński. - Miód jako pamiątka, dodatek do zaproszenia, gadżet powitalny, prezent dla kontrahenta... to wszystko stanowi niekończące się pokłady pomysłów. Nowe trendy weselne, w których goście otrzymują od młodej pary produkty lub ich zestawy, opatrzone datą ślubu to także miejsce na niewielkie opakowanie miodu czy pyłku pszczelego. Tym bardziej, że coraz więcej z tych wydarzeń planowane jest zgodnie z ideą „eko”, w nietypowych scenariach, w towarzystwie lokalnych, naturalnych produktów.



**Jakość miodu zaczyna się od lokalizacji uli.
W Biezdrowie, ule poustawiane są w przydomowym sadzie,
w sąsiedztwie zabytkowego parku.**



Ule „Noteckich Miodów” są wystawione w wielu lokalizacjach. Część z nich znajduje się nawet kilkadziesiąt kilometrów od siedziby gospodarstwa. Dzięki temu udaje się pozyskać wiele różnych gatunków miodu.

Duża część restauracji i hoteli poszukuje wyjątkowego elementu, który może być wykorzystany bądź to w stałym menu, bądź w sklepie, ewentualnie jako gadżet powitalny lub pamiątka z pobytu w danym miejscu. Obiekty takie coraz częściej stawiają na produkty regionalne, zdrowe, nietuzinkowe. Uciekają od sztampowych pamiątek rodem z Chin, powielanych w wielu miejscach i różniących się jedynie nazwą obiektu. Jest to wielką szansą dla małych producentów żywności, którzy dzięki konfekcjonowaniu mogą uzyskać dużo większy zysk z jednostki swoich produktów. Estetyka produktu, niepowtarzalne opakowanie, projekt indywidualny dla danego odbiorcy to pomysł m.in. dla polskich dżemów, nalewek czy właśnie miodu i innych produktów pasiecznych. Ale jak dostać się na tego typu rynki?

- Nie ma innej metody, jak marketing bezpośredni. Jest on z pewnością najbardziej kosztowny i czasochłonny. Zaproponowanie sprzedaży gadżetu do np. hotelu, wymaga kilku wizyt, rozmów, zaprezentowania pomysłu na wygląd produktu, czasem wręcz projektu. Czy to się opłaca? Jeśli w perspektywie widzimy wielokrotnie wyższe ceny od tych, po których oddawaliśmy nasz produkt do sprzedaży sieciowej, to odpowiedź jest oczywista. Pamiętajmy, że mówimy tu o drobnych opakowaniach, małych słoiczkach, opatrzonych dodatkową przywieszką bądź indywidualnym opakowaniem. Często cena dwóch łyżek miodu równa jest cenie całego słoika sprzedawanego w „sieciówce”.

Taka strategia sprzedaży wymaga olbrzymiej elastyczności i kreatywności. Potrzebny jest też czas, którego w dużej pasiece zawsze brakuje. Działania

marketingowe warto zatem wykonywać w sezonie zimowym, kiedy oprócz koniecznych prac przygotowawczych oraz planowania zakupów, można znaleźć margines czasowy na bezpośrednie wizyty w upatrzonych obiektach. Po drugie, taki tryb sprzedaży to konieczność współpracy z podmiotem, który zaprojektuje i wykona odpowiednie opakowania, zgodne z wytycznymi klienta, uwzględniające jego logo, nazwę, bądź misję czy hasło reklamowe. Wykonawca opakowania musi także cechować się poczuciem estetyki i wyobraźnią pozwalającą wykreować pomysły dopasowane do idei i specyfiki danego klienta. Każdorazowo zatem ostateczny produkt wymaga wspólnego omówienia i wybrania najlepszego proponowanego wizerunku, zanim zostanie ostatecznie zaproponowany odbiorcy. Jakość opakowania jest tu tak samo ważna jak jakość miodu, który w nim się znajdzie, ponieważ to od odbioru obu tych elementów zależeć będzie sukces marketingowy – nasz i naszego klienta.

W działalności pasiecznej i pracy z pszczołami istnieje niebezpieczeństwo wystąpienia wielu różnych krytycznych czynników. Ryzyko coraz większej chemizacji rolnictwa, sąsiedztwo starych przydomowych pasiek, które bywają siedliskiem roznoszonych chorób czy też największy i najbardziej nieprzewidywalny czynnik – pogoda – to wszystko sprawia, że jeden rok może być dla pszczelarza wielkim sukcesem, a inny produkcyjną „klapą” – żali się pszczelarz. - Ze skalą produkcji jest bardzo różnie. Nie ma w pasiece dwóch takich samych lat z rzędu. Rok może być zimny i deszczowy (2017) lub suchy i upalny (2018). Pożytki, z których korzystają pszczoły, raz są dobrze rozłożone w czasie, a raz – tak jak to miało miejsce w zeszłym roku – występują równolegle. Powoduje to zmiany w kalendarzu prac, zmasowaną skalę produkcji, a potem z kolei długi czas, w którym pszczoły należy dokarmiać z powodu braku naturalnego pokarmu. Nie ma takiej drugiej produkcji w całym rolnictwie – żartuje pan Zbigniew – w której stado pędzone byłoby na pole i z powrotem kilkadziesiąt razy dziennie lub mogłoby być zdziesiątkowane z powodu zwykłego deszczu, albo jednego oprysku. Skala i ilość możliwych do wystąpienia ryzyka jest olbrzymia, a co za tym idzie istnieją duże możliwe fluktuacje w ilości wyprodukowanego miodu. Gdy o tym myślę, jestem przekonany, że ryzyka te są dużo mniejsze, gdy dzięki konfekcjonowaniu i małym jednostkowym opakowaniom, moja egzystencja na rynku zależy od dużo mniejszej ilości produktu. Popyt na miód i jego wciąż mała ilość na rynku, daje zaś gwarancję, że w przypadku „dobrego” roku zawsze mogę sprzedać miód w tradycyjnych opakowaniach.

Przy zapełnieniu polskiego rynku miodem z importu, spotykanych często praktykach mieszania miodu różnego pochodzenia, sprzedaży pod etykietami typu „no name” w sieciowych sklepach, coraz trudniej jest myśleć o konkurowaniu ilością i ceną na rynku hurtu i masowego odbiorcy. Być może obie strony - sieci sklepowe i ich klienci - muszą „dojrzeć” do tego, że jakość i zdrowie są ważniejsze od ceny. Na pewno potrzebny jest do tego czas, a także pod-

wyższanie świadomości. Tymczasem, jak widać, polski dobry miód, dzięki kreatywności pszczelarzy, znajduje sobie własne ścieżki do konsumenta. „Noteckie Miody” postawiły na wysoką jakość, innowacyjne kanały i techniki sprzedaży. Miód z Puszczy Noteckiej trafia do hoteli, restauracji i firm. W wymyślnych, estetycznych opakowaniach staje się atrakcyjnym gadżetem, który poprzez swoją jakość podkreśla jakość innych usług i produktów. Marketing stosowany przez pszczelarza uzupełniają lokalne działania na rzecz świadomości mieszkańców wsi (prowadzone rozmowy z rolnikami na temat chemizacji, uświadamianie roli pszczół w uzyskiwaniu wyższych plonów). Właściciel otwarty jest na dzielenie się swoją wiedzą i doświadczeniami, stąd „Noteckie Miody” to także firma, którą odwiedzamy podczas szkoleń organizowanych przez poznański Oddział CDR, w ramach cyklu „Przedsiębiorczość w praktyce”. Działania pana Zbyszka Lisińskiego i jego rodziny pokazują, że tak tradycyjny produkt, jakim jest miód, może zarówno podkreślać walory dziedzictwa kulinarnego polskiej wsi, jak i wchodzić na salony marketingu wielu branż, nawet tych odległych od rolnictwa i obszarów wiejskich.

Grzegorz Cetner

Dział Rozwoju
Obszarów Wiejskich
CDR POZNAŃ



DZIAŁALNOŚĆ GOSPODARCZA W ŚWIETLE NOWYCH PRZEPISÓW PRAWNYCH (1)

W 2018 roku weszła w życie nowa ustawa „Prawo przedsiębiorców”, która stanowi jeden z elementów Konstytucji Biznesu. Nowe prawo ma ułatwiać prowadzenie działalności gospodarczej, oraz przyspieszać rozwój małych i średnich przedsiębiorstw.

Zgodnie z konstytucyjnym zapisem podstawą ustroju gospodarczego w Polsce jest społeczna gospodarka rynkowa oparta na wolności gospodarczej, własności prywatnej oraz solidarności, dialogu i współpracy partnerów społecznych. Przyjęty model zakłada, że można stworzyć system, który będzie efektywny i sprawiedliwy. Warunkiem osiągnięcia tej równowagi jest z jednej strony własność prywatna, konkurencja i mechanizm rynkowy, a z drugiej odpowiedzialność państwa za redystrybucję dochodu i zapewnienie realizacji praw socjalnych.

Konstytucyjny zapis realizuje się w aktach normatywnych. Niniejszy artykuł rozpoczyna cykl czterech opracowań na temat podstawowych regulacji prawnych, które powinny zainteresować wszystkie osoby prowadzące oraz planujące rozpoczęcie działalności gospodarczej.

NOWE REGULACJE PRAWNE W RAMACH KONSTYTUCJI BIZNESU

W 2018 roku wprowadzono nową ustawę „Prawo przedsiębiorców” [Dz.U. 2018 poz. 646], która reguluje kwestie związane z podejmowaniem, wykonywaniem i zakończeniem działalności gospodarczej w Polsce. Ustawa ta jest jedną z kilku ustaw, które tworzą Konstytucję Biznesu.

Konstytucja Biznesu w zasadniczy sposób podkreśla zmianę w podejściu do stosunków pomiędzy przedsiębiorcami a urzędami. Relacje te opierają się na następujących założeniach:

1. co nie jest prawem zabronione, jest dozwolone;
2. domniemanie uczciwości przedsiębiorcy; rozstrzygnięcie przepisów na korzyść przedsiębiorców;
3. rozstrzygnięcie przepisów na korzyść przedsiębiorców;

Konstytucja Biznesu

Ustawa z dnia 6 marca 2018 r. o Centralnej Ewidencji i Informacji o Działalności Gospodarczej i Punkcie Informacji dla Przedsiębiorcy (Dz. U. z 2018 r. poz. 647)

Ustawa z dnia 6 marca 2018 r. Prawo przedsiębiorców (Dz. U. z 2018 r. poz. 646)

Ustawa z dnia 6 marca 2018 r. o zasadach uczestnictwa przedsiębiorców zagranicznych i innych osób zagranicznych w obrocie gospodarczym na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej (Dz. U. z 2018 r. poz. 649)

Ustawa z dnia 6 marca 2018 r. o Rzeczniku Małych i Średnich Przedsiębiorców (Dz. U. z 2018 r. poz. 648)

Ustawa z dnia 6 marca 2018 r. Przepisy wprowadzające ustawę – Prawo przedsiębiorców oraz inne ustawy dotyczące działalności gospodarczej (Dz.U. z 2018 r. poz. 650)

4. stosowanie zasady proporcjonalności;
5. powołanie Rzecznika Małych i Średnich Przedsiębiorców.

Konstytucja Biznesu wprowadza tzw. pakiet startowy dla osób zakładających działalność gospodarczą. Obejmuje on możliwość prowadzenia działalności nierejestrowanej oraz uzyskania ulgi w składkach ZUS (przez okres pierwszych 6 miesięcy prowadzenia działalności można uzyskać zwolnienie z opłacania składek na ubezpieczenie społeczne; przez okres kolejnych 2 lat można korzystać z preferencyjnych składek). Kolejnym udogodnieniem jest rozszerzenie możliwości zawieszenia działalności oraz wprowadzenie możliwości ustanowienia prokurenta przez przedsiębiorcę – osobę fizyczną. Działalność reglamentowana została ograniczona do trzech form: koncesji, zezwolenia i rejestru działalności regulowanej.

Wszystkie bieżące informacje dla przedsiębiorców znajdują się na portalu www.biznes.gov.pl. Za pomocą platformy elektronicznej można wygenerować liczne poradniki odnoszące się do kwestii szczegółowych (np. jak załatwić sprawę w urzędzie zgodnie z Kodeksem postępowania administracyjnego albo Ordynacją podatkową). Ponadto portal zawiera sekcję usług online oraz możliwość założenia konta Biznes.gov.pl, dzięki któremu możliwe jest zdalne załatwianie spraw.

RZECZNIK MAŁYCH I ŚREDNICH PRZEDSIĘBIORCÓW

Powołanie instytucji Rzecznika Małych i Średnich Przedsiębiorców miało na celu ustanowienie podstawowej instytucji wspierającej i monitorującej wdrażanie zasad Konstytucji Biznesu w praktyce (z uzasadnienia Rządowego projektu ustawy o Rzeczniku Małych i Średnich Przedsiębiorców). Ma on wspierać i chronić prawa mikro-, małych i średnich przedsiębiorców, którzy

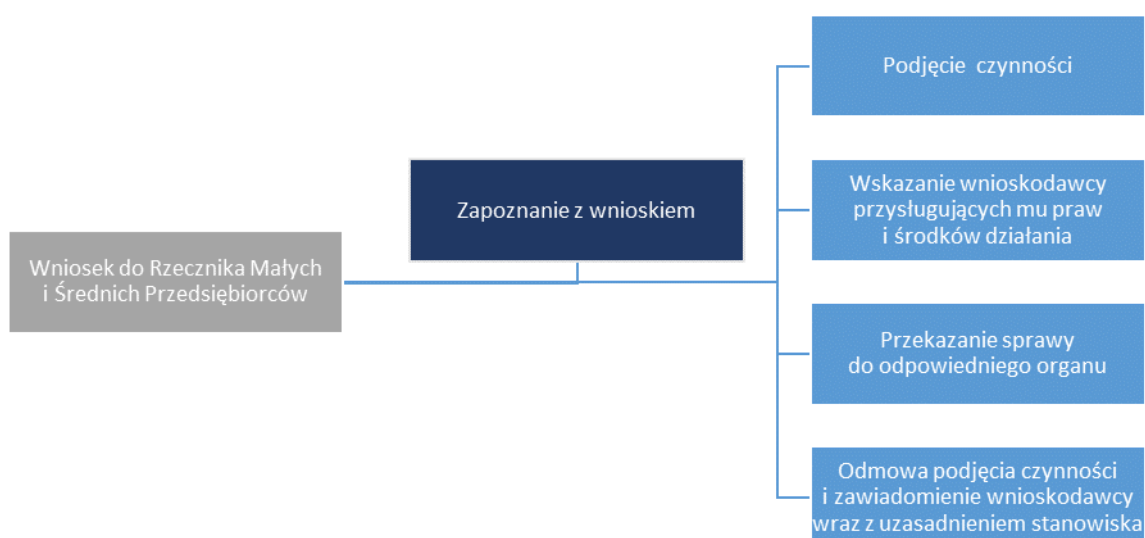
mają kluczowe znaczenie dla polskiej gospodarki.

Rzecznik Małych i Średnich Przedsiębiorców ma w szczególności działać na rzecz realizacji zasad: wolności działalności gospodarczej, pogłębiania zaufania przedsiębiorców do władzy publicznej, bezstronności i równego traktowania, zrównoważonego rozwoju oraz zasady uczciwej konkurencji i poszanowania dobrych obyczajów oraz słuszych interesów przedsiębiorców (z uzasadnienia Rządowego projektu ustawy o Rzeczniku Małych i Średnich Przedsiębiorców).

Do kompetencji Rzecznika należy działanie tylko w sprawach pomiędzy przedsiębiorcą, a urzędem, samorządem bądź instytucją państwową. Na podstawie ustawy o Rzeczniku Małych i Średnich Przedsiębiorców [Dz. U. z 2018 r. poz. 648] ma on prawo do:

- żądania od organów władzy publicznej złożenia wyjaśnień, udzielenia informacji lub udostępnienia akt i dokumentów w sprawach konkretnych przedsiębiorców;
- wsparcia przedsiębiorców na etapie postępowań administracyjnych, a w razie potrzeby także wniesienia skargi do sądu administracyjnego;
- występowania do odpowiednich urzędów z wnioskami o wydanie objaśnień prawnych szczególnie skomplikowanych przepisów dotyczących działalności gospodarczej;
- w przypadku dostrzeżenia rozbieżności w stosowaniu prawa przez sądy, możliwość zwrócenia się o rozstrzygnięcie problemu do Naczelnego Sądu Administracyjnego czy Sądu Najwyższego.

Należy pamiętać, że Rzecznik Małych i Średnich Przedsiębiorców nie ma uprawnień do działania w sporach pomiędzy przedsiębiorcami.



Procedura postępowania z wnioskiem do Rzecznika Małych i Średnich Przedsiębiorców.

Rzecznik podejmuje czynności z urzędu lub na wniosek przedsiębiorcy lub organizacji przedsiębiorców. Przed skierowaniem wniosku do Rzecznika należy sprawdzić, czy spełnione są łącznie trzy warunki:

1. sprawa dotyczy mikro, małych i średnich przedsiębiorców,
2. stroną sprawy jest urząd, samorząd lub instytucja państwowa,
3. zostało naruszone prawo lub sprawa wymaga mediacji.

Warunkiem rozwoju działalności gospodarczej jest między innymi znajomość obowiązujących regulacji prawnych. Z tego względu wskazana jest znajomość ustaw tworzących Konstytucję Biznesu. Wyjaśnienia wielu różnych aspektów można znaleźć w dedykowanym dla przedsiębiorców serwisie informacyjnym, a w sytuacjach spornych pomocny może okazać się kontakt z Rzecznikiem Małych i Średnich Przedsiębiorców. W kolejnych artykułach przedstawione zostaną wybrane zagadnienia związane z prowadzeniem działalności gospodarczej zgodnie z obowiązującym prawem wraz ze wskazaniem zmian wprowadzonych w przepisach dla przedsiębiorców od 2019 roku.



Józefina Król

Dział Rozwoju
Obszarów Wiejskich
CDR KRAKÓW

Polub nas na
acebooku



NOWE PRZEPISY DOTYCZĄCE SPRZEDAŻY ŻYWNOSCI PRZEZ ROLNIKÓW

Od 1 stycznia rolnicy mogą sprzedawać do sklepów, restauracji czy stołówek żywność wytworzoną w ramach rolniczego handlu rolniczego.

Wraz z rozpoczęciem 2019 roku weszły w życie nowe regulacje prawne związane z wytwarzaniem i sprzedażą produktów żywnościowych przez rolników. Są to:

- Ustawa z dnia 9 listopada 2018 r. o zmianie niektórych ustaw w celu ułatwienia sprzedaży żywności przez rolników do sklepów i restauracji;
- Ustawa z dnia 4 października 2018 r. o zmianie ustawy o produktach pochodzenia zwierzęcego oraz ustawy o bezpieczeństwie żywności i żywienia;

Ustawa z dnia 9 listopada 2018 r. o zmianie niektórych ustaw w celu ułatwienia sprzedaży żywności przez rolników do sklepów i restauracji

Ustawa wprowadza zmiany w dwóch ustawach:

- ustawa z dnia 26 lipca 1991 r. o podatku dochodowym od osób fizycznych;
- ustawa z dnia 25 sierpnia 2006 r. o bezpieczeństwie żywności i żywienia.

[Ustawa o podatku dochodowym od osób fizycznych]

Podwyższona została kwota przychodów wolna od podatku dochodowego od osób fizycznych ze sprzedaży produktów przetworzonych wyprodukowanych przez rolników z 20 tys. do 40 tys. rocznie.

Korzystanie z powyższego zwolnienia podatkowego jest możliwe przez podmioty prowadzące produkcję i sprzedaż przetworzonych w sposób inny niż przemysłowy produktów roślinnych i zwierzęcych, o ile podmioty te wykorzystują w procesie produkcji własne surowce (co najmniej 50% surowców własnych w produkcie końcowym). Ponadto przetwarzanie produktów i ich sprzedaż nie może odbywać się przy zatrudnieniu pracowników. Po przekroczeniu limitu 40 tysięcy złotych podatek dochodowy wynosi 2%.

[Ustawa o bezpieczeństwie żywności i żywienia]

Przyjęta została nowa definicja rolniczego handlu de-



talicznego, jako:

- handel detaliczny w rozumieniu art. 3 ust. 7 rozporządzenia nr 178/2002, polegający na produkcji żywności pochodzącej w całości lub części z własnej uprawy, hodowli lub chowu podmiotu działającego na rynku spożywczym i zbywaniu takiej żywności:

- konsumentowi finalnemu, o którym mowa w art. 3 ust. 18 rozporządzenia nr 178/2002, lub
- do zakładów prowadzących handel detaliczny z przeznaczeniem dla konsumenta finalnego.

Zbywanie żywności do zakładów prowadzących handel detaliczny z przeznaczeniem dla konsumenta finalnego może odbywać się, jeżeli zakłady te są zlokalizowane na obszarze województwa, w którym ma miejsce prowadzenie produkcji tej żywności w ramach rolniczego handlu detalicznego, lub na obszarach powiatów lub miast stanowiących siedzibę wojewody lub sejmiku województwa, sąsiadujących z tym województwem.

Powyższe oznacza, że podmioty prowadzące rolniczy handel detaliczny zyskały szerszy zakres odbiorców własnych produktów na rzecz zakładów prowadzących handel detaliczny z przeznaczeniem dla konsumenta finalnego,

w tym sklepów, restauracji, stołówek i innych placówek o podobnym charakterze, zlokalizowanych na ograniczonym obszarze.

Limity ilościowe dla żywności zbywanej w ramach rolniczego handlu detalicznego określa rozporządzenie Ministra Rolnictwa i Rozwoju Wsi z dnia 16 grudnia 2016 r. w sprawie maksymalnej ilości żywności zbywanej w ramach rolniczego handlu detalicznego oraz zakresu i sposobu jej dokumentowania.

Ustawa z dnia 4 października 2018 r. o zmianie ustawy o produktach pochodzenia zwierzęcego oraz ustawy o bezpieczeństwie żywności i żywienia

[Ustawa o produktach pochodzenia zwierzęcego]

Dla podmiotów prowadzących sprzedaż bezpośrednią lub działalność marginalną, lokalną i ograniczoną zniesieniu ulega obowiązek sporządzania i przedkładania powiatowemu lekarzowi weterynarii do zatwierdzenia projektu technologicznego zakładu.

Niezmiennie dotyczy to również działalności w ramach rolniczego handlu detalicznego.

[Ustawa o bezpieczeństwie żywności i żywienia]

Zniesieniu ulega obowiązek zatwierdzenia przez właściwy organ Państwowej Inspekcji Sanitarnej działalności przez podmioty zamierzające prowadzić produkcję żywności na niewielką skalę w pomieszczeniach używanych głównie jako prywatne domy mieszkalne, ale gdzie regularnie przygotowuje się żywność w celu wprowadzania do obrotu. Podmioty te są objęte jedynie obowiązkiem rejestracji, co ma ułatwić rozpoczęcie prowadzenia działalności. Powyższe ułatwienie dotyczy w szczególności produkcji żywności pochodzenia roślinnego.

Na stronie Ministerstwa Rolnictwa i Rozwoju Wsi pod adresem <https://www.gov.pl/web/rolnictwo> (w zakładce: Co robimy - Informacje branżowe - Aktualności) umieszczono nowe, zaktualizowane wersje informacji dla rolników:

- "Rolniczy handel detaliczny - informacje podstawowe";
- "Sprzedaż bezpośrednia produktów pochodzenia zwierzęcego - wymagania z zakresu bezpieczeństwa żywności";
- "Wymagania weterynaryjne dla prowadzenia produkcji i sprzedaży produktów pochodzenia zwierzęcego w ramach działalności marginalnej, lokalnej i ograniczonej".

Klaudia Kieljan

Działu Rozwoju
Obszarów Wiejskich
CDR KRAKÓW



PRZEDSIĘBIORSTWA SPOŁECZNE NA OBSZARACH WIEJSKICH

Gospodarstwa rolne są dobrą bazą do tworzenia podmiotów ekonomii społecznej. Istnieje też wiele pól potencjalnej współpracy pomiędzy rolnikami a istniejącymi przedsiębiorstwami społecznymi.

Co to jest przedsiębiorstwo społeczne?

- Pierwsze skojarzenie może być takie, że to coś dużego, pewnie nie dla mnie. A to nieprawda. Firma społeczna to może być mikro firma zatrudniająca 3 pracowników. Można powiedzieć, że przedsiębiorstwo społeczne to firma, której celem jest stworzenie miejsc pracy dla osób, które z różnych powodów nie odnajdują się na otwartym rynku pracy, np. osób niepełnosprawnych lub bezrobotnych. Z drugiej strony może to być po prostu sposób na wspólne prowadzenie biznesu.

Możesz podać jakiś przykład?

Jasne. Posłużę się dwoma przykładami. Pierwszy to Fundacja Leżę i Pracuję z Katowic, która jest agencją marketingową. Powstała po to, by dać pracę osobom sparaliżowanym czterokończynowo. Okazuje się, że często są to osoby, które są w stanie np. obsługiwać komputer. Bardzo fajny przykład, bo pokazuje, że właśnie tę ideę: prowadzimy działalność gospodarczą, a jej celem jest rozwiązywanie konkretnego problemu społecznego, w tym przypadku niskiej zatrudnialności osób sparaliżowanych. Nie chodzi więc o maksymalizację zysku, choć oczywiście (zwłaszcza w długim okresie czasu) zysk jest kategorią jak najbardziej pożądaną, bo warunkuje dalszy rozwój.

Drugi przykład to spółka z o. o. non profit założona przez dwójkę przyjaciół, pasjonatów kosmosu.



Waldemar Żbik z wykształcenia jest ekonomistą, od 2006 r. zajmuje się przedsiębiorczością społeczną. Przez 4 lata był prezesem Spółdzielni Socjalnej „Szansa i Wsparcie”, która była opisana w Atlasie Dobrych Praktyk Ekonomii Społecznej. Od 2011 r. prowadzi własną firmę, specjalizuje się w aspektach prawnych i biznesowych przedsiębiorczości społecznej, pomagał w założeniu lub prowadzeniu kilkudziesięciu przedsiębiorstw społecznych na terenie różnych województw, dzieli się swoim doświadczeniem przez bloga www.SpoldzielniaSocjalnaWpraktyce.pl.

Organizują pokazy w szkołach, czy przedszkolach oraz prowadzą AstroLab, obserwatorium astronomiczne w Czernicy w woj. śląskim. To jest właśnie dobry przykład wykorzystania przedsiębiorczości społecznej w kontekście chęci wspólnego prowadzenia biznesu.

Kto może założyć przedsiębiorstwo społeczne?

Praktycznie każdy. Oczywiście trze-

ba mieć wykonalny i realny pomysł na biznes i to taki, w którym powstaną minimum 3 miejsca pracy.

Jakie warunki trzeba spełnić, by być przedsiębiorstwem społecznym (PS)?

Jest ich kilka. Podstawowe ograniczenie to zakaz podziału zysku między wspólników, członków, czy pracowników. Oczywiście można w przedsiębiorstwie społecznym zarabiać i pracować, ale jak firma ma zysk to, ma on być przeznaczony na rozwój, a nie na wypłaty.

Po drugie, zarobki w PS ograniczone są do kwoty trzykrotności przeciętnego wynagrodzenia, czyli na ten moment ok. 13 tys. zł miesięcznie. Zawsze na szkoleniach mówię, że życzę uczestnikom, żeby ten limit był problemem i barierą w rozwoju.

Po trzecie, PS musi zatrudniać co najmniej 3 pracowników, a przy tym musi przestrzegać proporcji zatrudnienia, czyli co najmniej 50% pracowników, a w wyjątkowych przypadkach 30 lub 20%, muszą stanowić osoby, które doświadczyły trudności na rynku pracy, np. bezrobotne lub niepełnosprawne.

Dodam jeszcze, że tych 3 pracowników musi pracować na minimum ¼ etatu, ewentualnie wchodzi też umowa zlecenie w przy podobnym wymiarze czasu pracy (średnio 40 godzin na miesiąc). To są te najistotniejsze wymogi.

A w jakiej formie można pro-

wadzić PS? Czy może to być indywidualna działalność gospodarcza?

Nie, indywidualna działalność gospodarcza nie wchodzi w grę. Nie powiedziałem jeszcze, że PS to podmiot wyodrębniony pod względem organizacyjnym i prawnym, czyli ma tzw. osobowość prawną, a indywidualna działalność gospodarcza nie spełnia tego warunku. Jest ona bowiem ściśle związana z osobą fizyczną, która występuje w charakterze przedsiębiorcy.

Najczęściej zakładane są PS w 4 formach prawnych: spółdzielnia socjalna, spółka z ograniczoną odpowiedzialnością non profit, stowarzyszenia czy fundacja z działalnością gospodarczą lub odpłatną.

Która forma prawna jest najlepsza?

To zależy m.in. od tego, jakie mamy cele, potrzeby i kto ma być założycielem.

Jeśli przykładowo chcemy od początku realizować cele pożytku publicznego (inne niż tworzenie miejsc pracy), to pierwszym rozwiązaniem, które przychodzi do głowy jest fundacja lub stowarzyszenie. To ostatnie, o ile dysponujemy co najmniej 7 osobami fizycznymi zaangażowanymi w przedsięwzięcie.

Jeśli z kolei chcemy koncentrować się na działalności gospodarczej, a do tego chcemy, by było to zrzeszenie kapitału, to rozwiązaniem będzie spółka non profit.

Natomiast spółdzielnia socjalna jest idealna dla osób, które chcą prowadzić wspólną działalność na równych prawach lub dla jednostek samorządu terytorialnego (np. gminy), które chcą rozwiązać jakiś ważny problem np. odbiór odpadów w gminie.

Kto może pracować w przedsiębiorstwie społecznym?

Praktycznie każdy, musimy tylko pamiętać o proporcji zatrudnienia.

Czy widzisz możliwość szerszego wykorzystania PS na obszarach wiejskich?



SPOŁDZIELNIA
SOCJALNA
W PRAKTYCE

Jak najbardziej. Czasami jest pewnie trochę trudniej, jak chcemy prowadzić biznes lokalny, bo rynek jest nieco mniejszy. Trudno sobie wyobrazić, by np. ekskluzywna restauracja w małej wsi była w stanie się utrzymać. Jednak każda działalność, która jest w stanie wygenerować na początek minimum 4 tys. zł miesięcznie wchodzi już w grę.

Jakie PS powstają najczęściej na terenach wiejskich?

Czasami są to firmy budowlane, czasami zajmują się organizacją imprez okolicznościowych w oparciu o lokalne zasoby np. salę OSP. Innym razem powstaje spółdzielnia socjalna z udziałem gminy, która prowadzi stołówkę w lokalnej szkole, przy okazji oferując mieszkańcom posiłki w konkurencyjnych cenach. Czasami też powstają firmy będące odpowiedzią na inne lokalne potrzeby, np. przedszkola, PS zajmujące się świadczeniem usług opiekuńczych.

Wchodzi też w grę wszystkie biznesy, które nie mają charakteru lokalnego np. prowadzenie sklepu internetowego.

Z jakich dotacji można skorzystać tworząc miejsca pracy w PS?

Podstawowym wsparciem dostępnym dla wszystkich PS jest wsparcie oferowane przez tzw. Ośrodki Wsparcia Ekonomii Społecznej (OWES) prowadzone w każdym subregionie (województwo dzieli się na subregiony, a w każdym z nich jest OWES). Jest to wsparcie merytoryczne (np. doradztwo dot. zakładania konkretnego podmiotu, przygotowania biznes planu, szkolenia) oraz finansowe. To ostatnie dzieli się na:

- wsparcie finansowe – na każde miejsce pracy dla osoby defaworyzowanej można otrzymać max. sześciokrotność przeciętnego wynagrodzenia, można z niego finansować wszystkie koszty początkowe np. zakup wyposażenia, czy remontu lokalu,

- wsparcie pomostowe – dopłata do comiesięcznych kosztów w kwocie max. minimalnego wynagrodzenia, można z tego finansować np. koszty czynszu, księgowości, czy składek ZUS pracowników.

Szczegóły wsparcia (konkretne dostępne kwoty) określają OWESy w budżetach swoich projektów. Jeśli więc ktoś z czytelników byłby zainteresowany najlepiej dopytać o szczegóły w OWES właściwym ze względu na miejsce zamieszkania.

Czy trudno jest zdobyć te środki?

To zależy. Na pewno musimy się liczyć z tym, że nasz pomysł będzie podlegał ocenie i będziemy konkurować z innymi chętnymi. W praktyce bywa różnie. Czasami OWESy mają problem, bo nie ma chętnych, a czasami konkurencja jest spora.

Gospodarstwa rolne są świetną bazą do rozwoju różnego rodzaju działalności gospodarczej. Centrum Doradztwa Rolniczego skupia się w ostatnim czasie zwłaszcza na rozwoju gospodarstw społecznych, które na bazie rolnictwa tworzą usługi dla społeczności lokalnej: edukacyjne, terapeutyczne, związane z opieką. Wydaje się, że to rodzaj działalności, który mógłby dobrze funkcjonować w ramach PES.

Faktycznie tworzenie gospodarstw

społecznych jest też trendem zauważalnym w przedsiębiorczości społecznej. Jest to jeden z priorytetów w ramach Krajowego Programu Rozwoju Ekonomii Społecznej.

Wielu mieszkańców wsi obawia się jednak, że rolnicy nie mogą być w nich zatrudnieni, a przedsiębiorstwa społeczne nie mogą pozyskiwać dotacji na tworzenie dla nich miejsc pracy.

Oczywiście nie ma zakazu zatrudnienia rolników, ale rozumiejąc że chodzi o to, że podejmując pracę na umowę o pracę, czy umowę zlecenia, traci się ubezpieczenie w KRUS, czyli status rolnika. Tutaj się oczywiście zgodzę, bo tak to właśnie wygląda.

Wszyscy członkowie rodzin rolniczych są z definicji wykluczeni z możliwości zatrudnienia w podmiotach ekonomii społecznej? Czy możliwa jest sytuacja, w której członek rodziny rol-

niczej (żona/mąż rolnika lub rolniczki, dzieci rolników) zostaje zatrudniony w przedsiębiorstwie społecznym? Takie rozwiązanie pozwalałoby na utrzymanie ubezpieczenia w KRUS-ie, tym członkom rodziny, którzy nadal zajmowaliby się działalnością rolniczą.

Tak, według mojej wiedzy takie rozwiązanie jest możliwe, ale muszę zastrzec, że nie czuję się ekspertem w zakresie ubezpieczenia społecznego rolników.

Gdzie można znaleźć więcej informacji nt. przedsiębiorczości społecznej?

Polecam oczywiście mojego bloga

www.SpoldzielniaSocjalnaWpraktyce.pl, chociaż piszę tam głównie o spółdzielniach socjalnych. Poza tym warto odnaleźć stronę internetową własnego OWESu. Tam również na pewno znajdziemy więcej szczegółów.

Rozmawiał

Konrad Stępnik

Kierownik Działu Rozwoju Obszarów Wiejskich CDR KRAKÓW



INNOWACYJNOŚĆ W WIEJSKICH PRZEDSIĘBIORSTWACH

Doradztwo rolnicze z pewnością dysponuje potencjałem by odgrywać znaczącą rolę w inspirowaniu innowacyjnych rozwiązań w firmach.

W Polsce dość rozpowszechniony jest pogląd, że rozwój naszego kraju powinien opierać się o innowacje. Projekty innowacyjne finansowane są w ramach licznych krajowych i europejskich inicjatyw przez instytucje takie, jak na przykład Narodowe Centrum Badań i Rozwoju. Innowacje to jednak nie tylko technologie tworzone przez wielkie korporacje, uznane ośrodki naukowe czy start-upy. Dziś praktycznie każda inicjatywa powinna być innowacyjna i dotyczy to również wielu typów operacji, które są finansowane w ramach Programu Rozwoju Obszarów Wiejskich.

Za znacznymi nakładami na innowacje nie idą jednak oczekiwane efekty. Jak stwierdziła Najwyższa Izba Kontroli: „Udzielana pomoc publiczna nie wpływa w zauważalny sposób na podwyższenie innowacyjności polskiej gospodarki. NIK zwraca uwagę, że środki finansowe zamiast na projekty o wysokim potencjale innowacyjnym zbyt często przeznaczane są na przedsięwzięcia o znikomym znaczeniu dla gospodarki. W efekcie Polska wciąż - mimo okazałych nakładów finansowych i specjalnych programów wsparcia - jest na dalekich pozycjach w europejskich rankingach innowacyjności”. Jest to skomplikowany i warunkowany przez wiele czynników problem. Proponuję jednak by spojrzeć na niego z perspektywy oddolnej – z perspektywy mieszkańca wsi, który zamierza pozyskać za pośrednictwem Lokalnej Grupy Działania (LGD) środki na założenie lub rozwój działalności gospodarczej. W ramce obok tekstu umieszczono podstawowe informacje na temat działalności LGD, które mogą być pomocne dla czytelników słabiej zaznajomionych z tą tematyką.

KRYTERIUM INNOWACYJNOŚCI W LOKALNYCH STRATEGIACH ROZWOJU

Wytyczne, jakimi dysponowały Lokalne Grupy Działania w czasie tworzenia Lokalnych Strategii Rozwoju (LSR) wskazywały, że jednym z kryteriów wyboru operacji powinna być ich innowacyjność. W ślad za tym zaleceniem podążał obowią-

zek opisanego, jak owa innowacyjność jest rozumiana w kontekście przyjętych celów strategicznych. Zadanie to wydaje się pozornie proste, ale w praktyce dostarczyło ono wielu trudności autorom poszczególnych LSR. Każdy z nas intuicyjnie rozumie czym jest innowacyjność, jak odnieść to jednak do lokalnego, wiejskiego kontekstu? Czy należy oczekiwać od mieszkańców wsi zakładających lub rozwijających niewielkie, że stworzą i wdrożą nieznaną wcześniej technologie?

Przygotowany przez Ministerstwo Rolnictwa i Rozwoju Wsi „Poradnik dla Lokalnych Grup Działania w zakresie opracowania Lokalnych Strategii Rozwoju na lata 2014-2020” wskazywał, że innowacyjność należy rozumieć w szerokim znaczeniu tego słowa. Może ona oznaczać wprowadzanie nowego produktu, wyrobu bądź usługi, nowego procesu, nowej metody organizacyjnej, nowej metody marketingowej, organizacji miejsca pracy lub nowego rynku dla istniejącego już produktu. Poradnik powołuje się ponadto na Podręcznik Oslo - międzynarodowy podręcznik metodologiczny z dziedziny badań statystycznych innowacji opracowany przez OECD i Eurostat: „Przyjęto, że minimalnym wymogiem zaistnienia innowacji jest, aby produkt, proces, metoda marketingowa lub metoda organizacyjna były nowe (lub znacząco udoskonalone) dla firmy. Zalicza się tu produkty, procesy i metody, które dana firma opracowała jako pierwsza, oraz te, które zostały przyswojone od innych firm lub podmiotów”. Te definicje w wielu przypadkach nie okazały się jednak pomocne, ponieważ trudno je było przełożyć na język czytelnych kryteriów.

JAK OCENIĆ INNOWACYJNOŚĆ?

Definicja innowacyjności dostarczała i dostarcza problemów nie tylko twórcom Lokalnych Strategii Rozwoju i Wnioskodawcom, ale także członkom organów decyzyjnych, których zadaniem jest ocena spełniania przez daną operację kryterium innowacyjności.

Doświadczenia związane z wdrażaniem LSR-ów doprowadziły członków i pracowników wielu LGD do wniosku, że kryteria oceny wniosków powinny być zero-jedynkowe. Ich zaletą jest np. zabezpieczenie przed protestami, które są trudne do rozpatrzenia gdy ocena jest oparta na subiektywnych przekonaniach członków organu decyzyjnego. Z drugiej jednak strony, całkowita likwidacja tego subiektywnego komponentu powoduje, że trudne jest wybranie najlepszej operacji. Wnioskodawcy przygotowują swoje propozycje dostosowując je do zero-jedynkowych kryteriów, co powoduje że poszczególne operacje dostają taką samą lub podobną liczbę punktów. W niektórych Lokalnych Grupach Działania kryterium innowacyjności jest jedynym, które pozwala zróżnicować złożone propozycje i wskazać te, które otrzymają szansę na dofinansowanie.

Jak jednak bezsprzecznie dowieść innowacyjności danego projektu. Niektóre LGD oczekują przedłożenia zaświadczenia wystawionego przez jednostkę naukową. W innych wnioskodawca musi wykazać, że na terenie LGD nikt nie stosuje podobnego rozwiązania – to jednak nakłada na członków organu decyzyjnego obowiązek weryfikacji tych zapewnień, co bywa kłopotliwe, a czasem nawet niewykonalne. Spotkałem się nawet z pomysłem, żeby o innowacyjności projektu decydowało zaświadczenie wystawione przez wójta gminy, na terenie której będzie on realizowany. Bardzo często zdarza się, że członkowie organów decyzyjnych poświęcają wiele godzin na ustalanie oceny w zakresie innowacyjności projektu. Czy jednak prowadzi to do wyboru rzeczywiście innowacyjnych operacji? Na pewno nie w każdym przypadku, ponieważ problemem są niedopracowane definicje innowacyjności oraz brak wiedzy wśród wnioskodawców, jak można osiągnąć ową upragnioną innowacyjność.

PRZEPISY NA INNOWACJE

Co można zatem doradzić osobom przygotowującym projekty dotyczące przedsiębiorczości? Niemożliwe jest z pewnością wskazanie uniwersalnego przepisu na innowacje, ale pomocne będzie określenie obszarów, w których tworzenie innowacji przez firmy działające na obszarach wiejskich powinno być najłatwiejsze. Wskazówki te będą użyteczne nie tylko dla osób ubiegających się o środki w ramach wdrażania LSR, ale dla wszystkich myślących o założeniu bądź rozwinięciu już istniejącej firmy.

Innowacyjność ma służyć przede wszystkim zwiększeniu konkurencyjności. To niekoniecznie oznacza wprowadzenie produktu, który obecnie

LOKALNE GRUPY DZIAŁANIA W SKRÓCIE:

LGD to partnerstwa trójsektorowe (sektory publiczny, społeczny i prywatny). Działają na terenie kilku sąsiadujących ze sobą gmin, najczęściej w formie stowarzyszeń.



LGD realizują Lokalne Strategie Rozwoju (LSR). Są to dokumenty strategiczne opracowane przy udziale mieszkańców objętymi nimi obszarów.



Okres wdrażania Strategii wyznaczany jest przez budżety UE (okresy programowania). Obecnie realizowana jest LSR w ramach perspektywy finansowej 2014-2020.



Realizacja Lokalnych Strategii polega na dofinansowaniu operacji zgodnych z ich zapisami i zgłoszonych przez mieszkańców lub podmioty działające na obszarze LGD.



Operacje do dofinansowania są wybierane przez organ decyzyjny LGD, najczęściej jest nim Rada LGD.



Ważnym elementem LSR są kryteria wyboru – kierują się nimi przedstawiciele organu decyzyjnego w czasie wyboru operacji do dofinansowania. Jednym z obowiązkowych kryteriów jest kryterium dotyczące innowacyjności.



nie występuje na rynku. Co więcej, wielu przedsiębiorców w Polsce rozumie konkurencyjność jako oferowanie możliwie najniższej ceny za dany produkt czy usługę. Cena ma oczywiście istotny wpływ na umiejscowienie oferty na rynku i w wielu przypadkach rozsądną strategią marketingową jest dążenie do jej maksymalnego obniżenia. Różnica między innowacyjnymi a zwyczajnymi firmami tkwi jednak w sposobach osiągnięcia tego celu. Przykładowo, firmy w rozwiniętych krajach Zachodu, w których koszty pracy są bardzo wysokie nie mogą konkurować na tym polu z przedsiębiorstwami z Dalekiego

Wschodu. Wyjściem jest usprawnianie procesu produkcji, tak by był on bardziej efektywny. To zmusza przedsiębiorców do bycia innowacyjnymi, ponieważ bez wprowadzania nowych rozwiązań nie byłoby w stanie utrzymać się na rynku. Wiele małych firm w Polsce konkuruje jednak jedynie kosztami pracy – niskie płace są dla nich jedynym sposobem na utrzymanie się na rynku w sytuacji, gdy praktycznie dowolny produkt czy surowiec można sprowadzić z zagranicy. Ulepszanie procesu produkcji i wytwarzania usług jest jednym z najważniejszych obszarów innowacyjności. Nie musi ono ograniczać się do zakupu nowych maszyn wymyślonych przez innych. Innowacją mogą być nawet drobne zmiany w procesie produkcyjnym czy też organizacji pracy. Planując założenie lub rozwój działalności gospodarczej warto przeanalizować sposób działania konkurencji. Być może w stosowanych przez nich procesach będzie możliwe dostrzeżenie obszarów wymagających poprawy. Umieszczenie tego typu analizy we wniosku z pewnością zwiększy szanse na otrzymanie punktów za kryterium innowacyjności.

Dość oczywistym sposobem wdrażania w życie idei innowacyjności jest poszukiwanie nowych zastosowań dla znanych już produktów i usług. Często przywoływanym przykładem tego typu rozwiązanie jest wykorzystanie koronki koniackowskiej do produkcji stringów. W tym przypadku pomysłodawcy dysponowali gotowym rozwiązaniem, dla którego należało znaleźć zastosowanie. Tworzenie innowacji nie zawsze musi przebiegać w ten sposób. Jeśli nie dysponujemy konkretnym zasobem czy pomysłem wokół którego chcemy budować innowacyjne rozwiązanie możemy rozpocząć projektowanie swojej działalności od analizy potrzeb potencjalnych klientów. Istnieje wiele darmowych narzędzi, które można do tego wykorzystać, np. Business Model Canvas. Badanie potrzeb klientów może nam podsunąć pomysły na połączenie ich z już istniejącymi produktami czy usługami.

Każdy region, rozumiany zarówno jako określony obszar geograficzny, ale także obszar historyczno-kulturowy, to unikatowa konfiguracja różnych zasobów. Już sam ten fakt pokazuje, że ich pełne wykorzystanie sprzyja tworzeniu unikatowych produktów. Zbudowanie pomysłu na projekt czy usługę na zasobach charakterystycznych dla danego regionu automatycznie powoduje, że będzie on odróżniać się od oferty konkurencji. Jeśli dany zasób nie może zostać wprost wykorzystany w procesie produkcji, to często możliwe jest jego wykorzystanie w działaniach marketingowych. Wiele produktów zyskuje tylko dzięki samemu faktowi pochodzenia

z określonego miejsca, mimo iż nie różnią się znacząco od ofert innych wytwórców. Najlepszym przykładem są produkty żywnościowe. Przygotowując biznesplan należy obowiązkowo rozważyć wykorzystanie szeroko rozumianych lokalnych zasobów.

Wnioskodawcy ubiegający się o finansowanie operacji w ramach realizacji Lokalnych Strategii Rozwoju w perspektywie finansowej 2014-2020 zamierzają zazwyczaj osiągnąć innowacyjność poprzez wprowadzenie na rynek nowych produktów bądź zakup nowych maszyn, które mają umożliwić ich wytwarzanie bądź usprawnić jakiś proces. Stosunkowo niewielu z nich skupia się na możliwości zastosowania nowych metod marketingowych. To błąd, ponieważ specyfika prowadzenia działalności gospodarczej na obszarach wiejskich powoduje, że ulokowane tam firmy działają na niewielkich rynkach. Fryzjer działający w centrum dużego miasta operuje na zupełnie innym rynku niż fryzjer prowadzący swój punkt usługowy na wsi. Poszukiwanie nowych sposobów pozyskiwania klientów oraz nawiązywania z nimi relacji jest kolejnym polem, na którym należy częściej poszukiwać innowacji. W Internecie dostępnych jest wiele inspirujących przypadków, a sama sieć staje się dla wielu firm podstawowym, chociaż wirtualnym, miejscem, w którym oferują one swoje produkty i usługi. Korzystanie z nowych technologii może pozwolić wiejskim przedsiębiorcom przekraczanie barier związanych z peryferyjnym położeniem ich firm. Działając w Internecie możemy oferować swoje produkty i usługi w skali globalnej. Jeśli nasze ambicje nie sięgają tak szeroko, to możemy wykorzystać sieć to nawiązywania jak najbliższych relacji z klientami wywodzącymi się z lokalnej społeczności. Dobry pomysł na działania marketingowe jest bardzo często równie ważny jak sam projekt produktu czy usługi.

Doradztwo rolnicze z pewnością dysponuje potencjałem by odgrywać znaczącą rolę w inspirowaniu innowacyjnych rozwiązań w firmach powstających lub działających na obszarach wiejskich. Powyższe wskazówki z pewnością nie wyczerpują jednak tematu innowacji. Będziemy do niego wracać w kolejnych numerach „Przedsiębiorczości wiejskiej”.

Konrad Stępnik

Kierownik Działu Rozwoju
Obszarów Wiejskich
CDR KRAKÓW

KLIENCI STAWIAJĄ NA JAKOŚĆ

Na większości opakowań produktów w sklepach możemy spotkać różnego rodzaju oznaczenia, jednak ile razy zastanawialiśmy się co one oznaczają? W rozmowie z Michałem Chudzińskim postaramy się przybliżyć te najważniejsze kwestie.

Co to jest certyfikacja produktu?

W uproszczeniu można powiedzieć, że jest to potwierdzenie spełnienia przez dany produkt pewnych cech lub zasad, które były przestrzegane przy jego produkcji.

Kto narzuca te normy?

Wspomniane wymagania mogą być narzucone przez prawo danego kraju, Unię Europejską, bądź przez klientów, którzy są odbiorcami tego produktu czyli przez konsumentów.

W jaki sposób konsumenci mogą na to wpływać?

Możemy wspomóc się przykładem rolnictwa ekologicznego. W tym momencie z roku na rok jest coraz większe zainteresowanie, pokuszę się o stwierdzenie że nawet moda, na stosowanie, spożywanie i używanie produktów ekologicznych. Aby można użyć określenia „ekologiczny” w stosunku do danego wyrobu, powinny być spełnione konkretne wymagania. W przypadku wspomnianych produktów muszą one przejść proces certyfikacji, zakończony przyznaniem certyfikatu co uprawnia do używania europejskiego logo żywności ekologicznej znanego powszechnie jako „euroliść”. Konsumenci chcąc stosować produkty eko kierują się swoją wiedzą na ten temat i preferencjami użytkowymi. Szukają ich na półkach i przez to wymagają od producentów danych wyrobów, aby ten konkretny certyfikat i znak posiadali.



Michał Chudziński—kierownik Produktu, Audytor Wiodący. Sekcja Oceny Jakości Produkcji i Wyrobów. TÜV Rheinland Polska Sp. z o.o.

Czyli wymagania danej certyfikacji są z góry narzucone...

Zasady przyznawania konkretnego oznaczenia i certyfikacji mogą być narzucone przez prawo, ale także przez prywatne podmioty przyznające określony znak. To czy on jest popularnym lub czy konsumenci chcą kupować produkty nim oznaczone, w dużej mierze zależy od popytu na rynku. Aktualnie jest coraz większe zainteresowanie wszelkiego rodzaju znakami, certyfikatai i certyfikacją produktu. Zwiększony popyt na certyfikację zwiększa również podaż różnego rodzaju znaków, a które z nich są popularne i uznawane, przede wszystkim zależy od konsumentów.

Z tego wynika, że certyfikację możemy podzielić na dwa bloki, pierwszy, to narzucone z góry wymogi przez prawo, oraz drugi - wymogi narzucone przez jednostkę certyfikującą, która określa swoje wymogi i zasady przyznając swoje ologowanie.

Jedna kwestia to wymogi prawne, a druga to wymogi jakie może narzucić jednostka certyfikująca żeby dany znak przyznać. W przypadku TÜV Rheinland przyznanie znaku zgodności wiąże się ze spełnieniem wymagań sprawdzanych badaniami laboratoryjnymi danego produktu z jednej strony, a z drugiej konieczna jest coroczna ocena produkcji. Miejsce produkcji musi być sprawdzone w zakresie odpowiedniego wytwarzania, kontrolowania i zwalniania produktów. Te dwa aspekty: kwestia wykonania badań, oraz inspekcja miejsca produkcji, są składowymi na przyznanie takiego znaku zgodności. Warto zaznaczyć, że znak może być przyznany na różne słowa kluczowe. Oznacza to cechy, jakie znakiem certyfikacji potwierdzamy w produkcie. Wszystko zależy od tego, jakie informacje producent potrzebuje mieć zamieszczone na oznaczeniu np. czy dany produkt nadaje się do kontaktu z żywnością, lub czy jest to produkt niezawierający metali ciężkich. W tym wypadku istnieje szeroka gama badań, potwierdzających, że ten konkretny produkt jest zgodny z wymaganiami. Parametry, które producent chce mieć potwierdzone

na znaku może sobie sam określić i o nie zawniekować, a nasi eksperci dobierają do tego odpowiednie badania, którymi można potwierdzić wskazane założenia. Konsumenty zaczynają coraz częściej sprawdzać czy dany produkt jest bezpieczny, a my to możemy potwierdzić w swoich badaniach oraz inspekcjach, w następstwie czego wydajemy odpowiedni certyfikat.

To oznacza, że można zgłosić się do waszej jednostki z dowolnym wnioskiem o przebadanie produktu, czy może posiadać ustandaryzowany, z góry określony zakres kategorii?

W zależności od rodzaju produktu, istnieją określone metodyki badawcze przystosowane do różnych parametrów, istnieją także normy badawcze wydane przez różne organizacje. W przypadku nietypowych produktów jesteśmy otwarci na potrzeby naszych klientów. Z góry nie zakładamy, że jeżeli jakiegoś parametru jeszcze wczoraj nie można było potwierdzić w badaniach, jutro już będzie to możliwe ze względu na rozwijające się możliwości badawcze.

Jak wygląda rynek certyfikacji produktów w Polsce?

W tym miejscu należy rozróżnić rodzaje certyfikacji, Pierwszym rodzajem jest certyfikacja systemów zarządzania jakością np. ISO 9001. Firma posiadająca certyfikat zgodny z tą normą, powyższego znaku na swoim produkcie nie może umieścić, może natomiast się nim pochwalić m.in. w materiałach reklamowych lub na swojej stronie internetowej. Drugim rodzajem jest certyfikacja wyrobów, która odnotowuje w naszym odczuciu stale rosnące zainteresowanie. Spotykamy się coraz częściej z certyfikowaniem produktów, których producenci do tej pory nie byli zainteresowani znakiem.

Można stwierdzić, że to konsumenci poprzez swoje preferencje zakupowe wymogli na producentach takie podejście do

konkretnych oznaczeń.

Zgadza się. W naszym kraju powoli zmienia się mentalność konsumentów, z takich którzy patrzą tylko na cenę, na takich, dla których najważniejsza staje się jakość. Jakis czas temu zrealizowaliśmy badanie konsumentów zrealizowane przez Kantar Millward Brown, w którym pojawiły się pytania dotyczące tego na co zwracają uwagę przy wyborze produktów. Na pierwszym miejscu, przez 71 procent polskich konsumentów wskazywana była jakość. Dlatego też Polacy zdają sobie sprawę, że kwestia jakości produktów oraz bezpieczeństwa, bezpośrednio wpływa na ich stan zdrowia.

Zdarza się, że producenci robią badania rynku dotyczące tego, które certyfikaty są najlepiej postrzegane.

Kto kontroluje jednostki certyfikujące, kto w Polsce ma nad nimi nadzór?

Jednostką akredytującą w naszym kraju jest Polskie Centrum Akredytacji. To organ który jest przedstawicielem rządu. Warto podkreślić, że w jednym kraju może być tylko jeden taki przedstawiciel. Polskie Centrum Akredytacji sprawuje nadzór nad jednostkami certyfikującymi, czyli tymi, które wystawiają certyfikaty i znaki zgodności. Akredytacja, jest rzeczą dobrowolną i nie wszystkie jednostki lub laboratoria badawcze w Polsce i Europie ją posiadają. Otrzymanie akredytacji potwierdza, że konkretna jednostka lub laboratorium posiada odpowiedni sprzęt do realizacji powierzonych działań, zatrudnia również kompetentny personel, który ma doświadczenie i przechodzi specjalistyczne szkolenia jak również wszelkie pozostałe zasoby wliczając w to dbałość o poufność, dokumentację i bezstronność w prowadzeniu procesów. Akredytacje przydzielane są dla konkretnej usługi lub metody



Rolnictwo Ekologiczne

badawczej.

Jeżeli dana firma przydzieli certyfikaty, czy możemy jakoś poznać czy posiada akredytację PCA?

Tak, wtedy na certyfikacie jest znak akredytacji PCA wraz z numerem jednostki która może go używać. Dodatkowo dla potwierdzenia autentyczności danego certyfikatu czy znaku, w przypadku przyznawanych przez TÜV Rheinland znaków zgodności, jest możliwy do umieszczenia przy nich QR kod, który po zeskanowaniu przez konsumenta, przekierowuje go na naszą stronę internetową, gdzie może potwierdzić autentyczność tego znaku lub certyfikatu.

Jakie są główne znaki które możemy spotkać na produktach?

Na każdym z używanych produktów możemy spotkać znaki certyfikacji, jeśli nawet nie ma ich na produkcie lub na opakowaniu, to zapewne dana firma jest certyfikowana w zakresie któregoś z systemów zarządzania jakością. Sądzę, że takim rozpoznawalnym znakiem na produktach jest deklaracja zgodności CE mówiąca o tym, że wytwarzany produkt przez producenta spełnia warunki bezpieczeństwa. Generalnie w większości przypadków jest on przyznawany na podstawie badań wykonywanych przez danego producenta i nikt z zewnątrz niezależny tego nie sprawdza, ale są takie grupy produktów jak np. wyroby medyczne, które muszą być sprawdzone przez jednostkę notyfikowaną, potwierdzającą zgodność z wymogami znaku CE. Dla wyrobów gospodarstwa domowego, wyposażenia laboratoryjnego, oświetlenia, popularnym zna-

kiem jest znak GS. Jest to potwierdzenie spełnienia wymagań niemieckiej Ustawy dotyczącej Bezpieczeństwa Wyrobów i Urządzeń (GPSG). Na produktach rolnictwa ekologicznego możemy spotkać wspomniany wcześniej znak „euroliść”. Oprócz wyżej wymienionych nadawane są również znaki zgodności potwierdzające daną cechę, które coraz częściej możemy spotykać na różnych produktach elektronicznych, zabawkach czy kosmetykach.

Jakie korzyści mają firmy które certyfikują i znakują swoje produkty?

Większość znaków, które odnajdziemy na produkcie są znakami dobrowolnymi, świadczy to o producencie, że zrobił coś dodatkowego, aby wyróżnić się przed konkurencją z porównywalnymi produktami. Jest to przewaga w promocji tego produktu, ponieważ konsumenci od razu widzą co zostało sprawdzone, bądź co dany znak oznacza, a to bezpośrednio przekłada się na ich decyzje zakupowe. Mamy więc w tym miejscu korzyści marketingowe. Dla niektórych produktów przewidziane są obligatoryjne wymagania, natomiast certyfikacja nie jest konieczna. Taka sytuacja występuje np. w przypadku dobrych praktyk produkcyjnych w branży kosmetycznej, gdzie spełnienie wymagań danej normy jest obowiązkowe, ale certyfikacja już nie. W razie kontroli organu nadzorującego, czyli w tym przypadku Inspekcji Sanitarnej, mając taki certyfikat od razu posiada się dowód poświadczony przez niezależną jednostkę, że wymogi są spełniane w przedsiębiorstwie co na pewno ułatwia jej przeprowadzanie. Podobnie sytuacja wygląda w rolnictwie ekologicznym, ponieważ jak wspominałem jest to dziedzina bardzo szybko się rozwijająca a przez proces certyfikacji można dotrzeć do nowej grupy odbiorców.

Czy certyfikat na produkcie ułatwia znalezienie partnerów biznesowych?



Oznaczenie CE

Zdecydowanie tak, jednak zależy to czy znaki jakie mamy umieszczone na produkcie są znakami międzynarodowymi, bądź przyznanymi przez międzynarodowe jednostki certyfikujące. Jeśli będziemy używać znaku, który jest rozpoznawalny tylko w naszym kraju, ponieważ jest przyznany przez małą jednostkę, może się okazać, że nie jest on naszym atutem. Jeżeli natomiast uzyskamy znak certyfikacji od globalnej firmy rozpoznawalnej na całym świecie, to wejście na dany rynek może zostać zdecydowanie ułatwione.

Akredytacja, jest rzeczą dobrowolną i nie wszystkie jednostki lub laboratoria badawcze w Polsce i Europie ją posiadają.

Ile kosztuje uzyskanie certyfikatu na dany produkt? Czy w ogóle można podać jakiegokolwiek ramy w tym zakresie?

Nie da się tego ujednotlić. Rozmawiamy o wielu rodzajach znaków czy certyfikatów. W zależności od kategorii danego produktu, często od jego składu i sposobu przeznaczenia a także bardzo często od kosztowności badań laboratoryjnych możemy podać przybliżoną cenę. Badania dla danego produktu wykonuje się raz w roku, bądź w przypadku niektórych certyfikatów, jest to badanie robione wyrętkowo spośród jego posiadaczy, więc będzie to koszt danego badania plus koszt licencji za użytkowanie danego znaku która jest zazwyczaj licencją roczną.

Jak długo trwa proces certyfikacji?

Kwestia samej certyfikacji nie jest aż taka długa. Dla wytwórców najdłuższym procesem jest zazwyczaj proces wdrożenia danych wymagań. Niektóre firmy są przystosowane do otrzymania konkretnego certyfikatu zanim złożą sam wniosek. W przypadku wyrobów, które muszą być przebadane, zależne jest to od długości trwania tych badań. Są badania które można wykonać w ciągu 2-3 dni, ale są też takie trwające od trzech do sześciu tygodni. Po wykonaniu tych badań, jeśli wyniki są pozytywne odbywa się inspekcja w miejscu produkcji aby ocenić w jaki sposób wybrany produkt jest wytwarzany. Kolejnym krokiem jest proces certyfikacji, który jeżeli wszystko prowadzone jest prawidłowo kończy się przyznaniem znaku lub certyfikatu.

Czy zdarzają się specjalne wymagania od krajów trzecich, do których chcielibyśmy wysłać swoje produkty?

Każdy kraj może sobie określić pewne zasady jakie muszą spełnić produkty, które są wpuszczane na jego terytorium i poddawane obrotowi handlowemu. W Polsce zrzeszonej w Unii Europejskiej na co dzień się z tym nie spotykamy, ponieważ do większości krajów, z którymi mamy kontakty bądź których produkty używamy działają na wspólnych zasadach. Jeżeli byśmy mówili np. o kosmetykach eksportowanych do krajów arabskich, szczególnie Królestwa Arabii Saudyjskiej to obowiązują dodatkowe przepisy, które wymagają aby każda wysyłana partia towarów posiadała certyfikat zgodności. Ponadto wysyłając kosmetyki do tego kraju konieczne będzie potwierdzenie, iż nie zawierają one tłuszczu pochodzenia zwierzęcego. Takie wymaganie nie jest konieczne, jeżeli byśmy chcieli sprzedawać kosmetyki na rynek UE bo wynika on głównie ze względów religijnych. Podobnie każdy kraj spoza UE, czy to Stany Zjednoczone czy ostatnio Turcja,

która obecnie opracowuje nowe przepisy dotyczące importowanych towarów, może mieć swoje wymagania bądź oczekiwać konkretnych certyfikatów. Czasem jest to wymóg posiadania certyfikatu ISO 9001, innym razem bardziej wyspecjalizowanego. W większości przypadków istnieje wymóg, aby te certyfikaty były wydane przez jednostki akredytowane.

Wszystkie te wymogi brzmią bardzo poważnie, więc zatem czy mała firma, bardzo mała, może w ogóle myśleć o wysyłce swoich produktów do krajów trzecich, np. do wspomnianej Arabii?

Tak naprawdę taka firma nawet wprowadzając produkty na rynek UE musi sporo wymogów spełnić. Nie są one czasami dla mniejszych firm łatwe i szybkie do zrealizowania, natomiast na terenie Arabii są bardzo często zbieżne. Czasem badania konieczne do wykonania podczas certyfikacji są dość drogie. Jednakże większość odbiorców w krajach arabskich niezwykle ceni polskie produkty a ze względu na swoją specyfikę skłonne jest w przypadku transakcji handlowych do całkowitej przedpłaty za zamawiane towary. Producenci mogą najpierw uzyskać część środków na produkcję i dopiero za te pieniądze dany towar wytworzyć. Następnie przed samą wysyłką dostają pozostałą część i dopiero kiedy na koncie jest cała zapłata za produkt wysłać towar. Jest to dość spora różnica uwzględniając powszechną praktykę w UE, gdzie najpierw należy wykonać usługę, następnie dostarczyć towar, a na koniec dopiero otrzymać zapłatę, często z odroczeniem.

Jaka była najmniejsza firma podlegająca certyfikacji?

Najmniejsza jaką pamiętam ze swojego doświadczenia, miała zatrudnionych około 10 osób. Starła się ona o certyfikację procesu produkcji. Tak naprawdę aby spełnić konkretne wymagania, jest konieczne aby firma zatrudniała przynajmniej kilka osób, ponieważ często występują założenia w których kwestia

przygotowania danej czynności musi być zatwierdzona przez inną osobę niezależną. Ta sama osoba nie może produkować i zwalniać danego produktu. Dlatego firmy chcące się certyfikować muszą posiadać odpowiednią ilość personelu o konkretnych umiejętnościach.

Przedsiębiorca z branży spożywczej lub rolniczej co może certyfikować? Co by było mu najbardziej potrzebne i pożądane?

Na pewno systemy zarządzania jakością jak ISO 9001, kwestie zarządzania bezpieczeństwem informacji, BRC food oraz IFS Food, Global GAP, bardzo popularny HACCP, system zarządzania bezpieczeństwem żywności ISO 22000.

Są firmy certyfikujące przyznające swoje oznaczenia, jednak nie zawsze wiemy co znaczą dane znaki.

Za przyznawanymi znakami mogą się kryć różne rzeczy. Bardzo istotne jest to, jakie słowa kluczowe występują przy danym znaku, ponieważ według nich jest określone co zostało sprawdzone w danym produkcie. Każdy produkt można przebadać pod szerokim kątem. Mogą to być kwestie bezpieczeństwa, mogą pojawiać się kwestie etyczne np. odnośnie wykorzystywania dzieci i niewolników wykorzystywanych do produkcji. Na naszym rynku sporo produktów pochodzi z krajów azjatyckich i posiada różnego rodzaju oznaczenia i certyfikaty, jednak świadomie należy sprawdzić co który oznacza, i jakie słowa kluczowe zostały w nim użyte.

Jak wygląda konkurencja na rynku jednostek certyfikujących?

Tak naprawdę poza znakami kontrolowanymi prawnie, gdzie trzeba uzyskać uprawnienia do certyfikacji wydane przez stronę rządową, jak np. rolnictwo ekologiczne i euroliść przy którym konieczne jest uznanie jednostki przez Ministerstwo Rolnictwa i Rozwoju Wsi, to pozostałe znaki może przyznać każdy. Tutaj pojawia się kwestia na ile jednostka certyfikująca jest uznana, szanowana i

kompetentna. Na całym świecie jest sporo jednostek i w zależności w której branży ta konkretna się specjalizuje to znaki są rozpoznawalne przez klientów. Zdarza się, że producenci robią badania rynku dotyczące tego, które certyfikaty są najlepiej postrzegane. W takiej sytuacji mogą zgłosić się do jednostki aby wskazany przez klientów znak uzyskać. Istnieją jednostki nieakredytowane przez PCA których nie kontroluje nikt. Dlatego warto o tym pamiętać, że wybierając certyfikat czy badania bez akredytacji, tak naprawdę nikt nie nadzoruje tych podmiotów gospodarczych w zakresie tego w jaki sposób swoje działania wykonują i czy robią to wykwalifikowane osoby na odpowiednim sprzęcie.

Zdarzało się także w Polsce, że konkretna firma wymyślała swoje oznaczenie i przyznawała je każdemu kto opłacił tylko proces jej przyznawania.

Obecnie można zauważyć mnóstwo znaków, za którymi nie stoją żadne kontrole ani sprawdzanie. Tak naprawdę wiele też jest nagród branżowych czy konsumenckich, gdzie samo zgłoszenie bardzo często płatne do danego konkursu i przesłanie określonej ilości próbek do oceny przez jury, często wiąże się z przyznaniem takiej nagrody. Więc prawda jest taka, że firma taki znak może sobie dowolnie stosować jeśli właściciel tego znaku na to wyrazi zgodę. Dlatego nie każdy znaczek, nie każda nagroda, oznacza spełnienie rygorystycznych wymagań. Warto więc kontrolować co zostało sprawdzone i przede wszystkim przez kogo. Zwracajmy uwagę na znaki zamieszczone na produktach, ale sprawdzajmy co się za nimi kryje i czy rzeczywiście potwierdzają to, co dla nas jest ważne w danym produkcie.

Rozmawiał

Michał Wnęk

Działu Rozwoju
Obszarów Wiejskich
CDR KRAKÓW

INNOWACYJNE METODY OBRÓBK NAWOZÓW NATURALNYCH

Dla zrównoważonego rozwoju systemu rolnego oraz wdrażania właściwych praktyk rolniczych niezwykle istotnym elementem jest hodowla zwierząt, a tym samym produkcja obornika. Składniki odżywcze zawarte w oborniku, jak azot czy fosfor, nie są obecnie skutecznie wykorzystywane i częściowo ich nadmiar dostaje się do środowiska.

Każdy z nas w rzeczywistości produkuje nawóz - pośrednio, oczywiście. Poprzez powszechną konsumpcję, tworzy się rynek dla różnych produktów zwierzęcych z mięsa czy mleka. Naszym wspólnym obowiązkiem jest postępowanie z obornikiem z należytą starannością i znalezienie optymalnych rozwiązań w zakresie jego przetwarzania.

Długoterminowym celem strategicznym w kwestii zarządzania nawozami naturalnymi jest zmiana ogólnego (publicznego) postrzegania obornika/gnojowicy jedynie jako produktu odpadowego lecz zwrócenie uwagi na jego cenne wartości jako zasób naturalny, przy jednoczesnym identyfikowaniu jego możliwości biznesowych.

OGRANICZANIE STRAT AZOTU W PRODUKCJI ZWIERZĘCEJ – SCHŁADZANIE I ZAKWASZANIE GNOJOWICY

Gnojowica jest mieszaniną odchodów zwierzęcych, resztek pasz oraz wód technicznych z budynków inwentarskich wraz z przeciekami z instalacji wodociągowych. Jest to nawóz wysoce skoncentrowany o wysokiej ilości składników mineralnych. Jej niewłaściwe magazynowanie i rozlewanie może być groźne zarówno dla środowiska jak i zdrowia człowieka.

Skład gnojowicy zmienia się w zależności od gatunku i wieku zwierząt, sposobu żywienia oraz stopnia rozcieńczenia gnojowicy wodą. Przeciętnie z 1 m³ gnojowicy wnosi się do gleby do 4 kg azotu (N), 3 kg fosforu (P₂O₅), 4 kg potasu (K₂O) oraz 3 kg wapnia (CaO) i 1 kg magnezu (MgO). Gnojowica bydłowa ma pH ponad 7, a gnojowica świńska pH nawet ponad 8. Wysokie pH gnojowicy to główny powód bardzo szybkiego ulatniania się amoniaku w czasie jej

aplikacji na polu. W skrajnych przypadkach, przy rozlewie gnojowicy wozami asenizacyjnymi z płytą rozbryzgową straty amoniaku mogą dochodzić do 50%. Aby ograniczyć straty azotu zalecane jest rozlewanie gnojowicy za pomocą węży wleczonych lub inżektorów doglebowych.



Zachowanie kwestii bezpieczeństwa podczas pracy z kwasem siarkowym.

SCHŁADZANIE GNOJOWICY

Podczas przechowywania gnojowicy w zbiornikach także dochodzi do znacznych strat azotu dlatego zaleca się zadaszenie takich zbiorników, obniżanie temperatury co spowoduje spowolnienie procesów w niej zachodzących bądź jej zakwaszenie kwasem siarkowym.

Temperatura jest jednym z najważniejszych czynników wpływających na ulatnianie się amoniaku z obornika. Obniżenie temperatury obornika daje możliwości zmniejszenia emisji amoniaku do środowiska. Rosnące zainteresowanie technologią chłodzenia obornika opiera się

głównie na stosunkowo niskich kosztach (w zależności od źródła wykorzystania ciepła), w połączeniu z solidną technologią o stosunkowo długiej żywotności (> 15 lat) i niskie wymagania w zakresie konserwacji. Technologia ta jest zarejestrowana jako Najlepsza Dostępna Technologia BAT (Best Available Techniques).

Technologia schładzania obornika zmniejsza emisję amoniaku, co prowadzi do wyższej zawartości azotu (N) w oborniku. Celem chłodzenia obornika jest redukcja emisji amoniaku (NH₃). Obniżenie poziomu NH₃ z obornika zależy od jego temperatury; chłodzenie oddechów zmniejsza parowanie amoniaku. Chłodzenie gnojowicy zmniejsza również emisję metanu (CH₄) i dwutlenku węgla (CO₂), ponieważ zmniejsza to wzrost bakterii metanogennych. Technologia oparta jest na pompie ciepła, która wymaga energii elektrycznej; jednakże wytwarza także ciepło, które może zastąpić inne źródła ciepła, na przykład na podgrzewanie pomieszczeń inwentarskich. Ciepło wytwarzane przez pompę ciepła jest zwykle 3 razy większe od energii elektrycznej.

obecny szkic BREF (Reference Document for Best Available Techniques) wskazuje zakwaszenie gnojowicy jako najlepszą dostępną technikę obowiązkową we wszystkich krajach UE.

Wyróżniamy 3 metody zakwaszania gnojowicy 1) „in house” czyli w budynku 2) „in storage” czyli w zbiorniku 3) „in field” czyli na polu.

Zakwaszenie gnojowicy w budynku nie jest zależne od gatunku zwierząt jakie utrzymujemy. Gnojowicę można zakwaszać zarówno w chlewniach jak i w oborach. Do zakwaszania gnojowicy używamy stężonego kwasu siarkowego 96%. W skład całego systemu wchodzi: zbiornik główny na gnojowicę, zbiornik procesowy wyposażony w mieszadło, zbiornik na kwas siarkowy oraz komputer z jednostką sterującą. Kanały gnojowicowe w pomieszczeniu inwentarskim połączone są zestawem rur ze zbiornikiem głównym i zbiornikiem procesowym. Zasada działania systemu polega na przepompowaniu gnojowicy zalegającej w kanałach gnojowicowych znajdujących się w budynku do zbiornika procesowego. Tu następuje dozowanie kwasu siarkowego przy ciągłym mieszaniu z gnojowicą



zakwaszanie w budynku



zakwaszanie w zbiorniku



zakwaszanie na polu

Trzy metody zakwaszania gnojowicy (<http://balticslurry.eu/>)

Korzyści środowiskowe związane z chłodzeniem obornika to obniżona emisja NH₃, z drugiej jednak strony dzieje się to kosztem większego wkładu w globalne ocieplenie z powodu dodatkowego zużycia energii elektrycznej, przynajmniej wtedy, gdy jest ona oparta na węglu.

ZAKWASZANIE GNOJOWICY

W Danii od 20 lat stosowana jest metoda zakwaszania gnojowicy w celu obniżenia emisji amoniaku. Obecnie w Danii 20% gnojowicy z gospodarstw rolnych jest zakwaszana. Poza granicami tego kraju istnieje tylko kilka pilotażowych instalacji. Zainteresowanie tą techniką ze strony innych krajów rośnie, a

aż ta osiągnie pH 5,5. Za pomocą czujnika przepływu gnojowica przepompowywana jest z powrotem do kanałów znajdujących się w budynku inwentarskim i krąży do momentu osiągnięcia odpowiedniej wartości pH. Gdy maksymalna ilość gnojowicy zostanie przepompowana do zbiornika procesowego i zakwaszona kwasem wówczas różnica pomiędzy ilością minimalną, a maksymalną będzie przepompowywana do zbiornika głównego. Tak przygotowana gnojowica zmagazynowana w zbiorniku głównym może zostać aplikowana za pomocą wozu asenizacyjnego na pole. Zakwaszenie gnojowicy w zbiorniku, w którym jest przechowywana jest możliwe dzięki systemowi, który zamontowany jest na

ciągniku rolniczym. W skład systemu wchodzi: mieszadło napędzane za pomocą WOM-u ciągnika na końcu którego umieszczone są dysza do dozowania kwasu, pompa do gnojowicy oraz cały system orurowania wraz z zaworem zwrotnym i pompą do dozowania kwasu. Kwas zmagazynowany jest w pojemniku wykonanym z tworzywa sztucznego, który znajduje się bezpośrednio przy zbiorniku z gnojowicą. W momencie uruchomienia pompy wytwarza się próżnia w dyszy zasysającej. Pompa zasysa surową gnojowicę z góry zbiornika natomiast przez dyszę przepływa kwas zassany przez rurę zanurzoną w pojemniku z kwasem. Kwas jest dozowany i miksowany z gnojowicą bezpośrednio w zbiorniku w którym gnojowica była magazynowana. Mieszanie gnojowicy z kwasem powoduje obniżenie pH gnojowicy proporcjonalnie do ilości dodawanego kwasu. Wartość pH gnojowicy po zakwaszeniu powinna wynosić od 5,5 do 6. Z tego względu zakwaszanie gnojowicy w zbiorniku powinno mieć miejsce na dzień lub dwa przed rozlewaniem gnojowicy na pole.

może w ok. 3 minuty wymienić pojemnik z kwasem, natomiast dozownik kwasu podłączany jest automatycznie za pomocą sprzęgła do całego systemu.



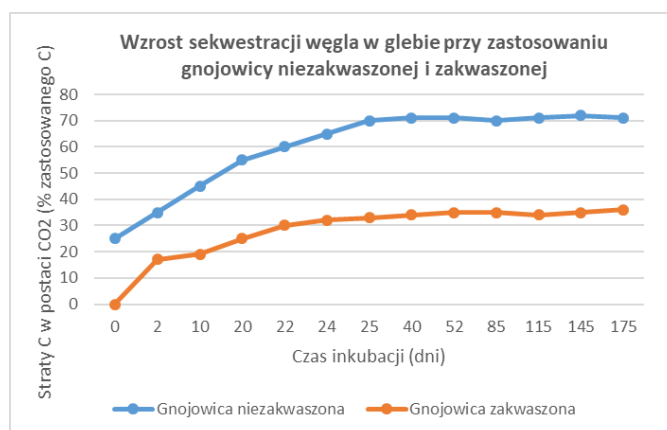
Rozlewanie zakwaszonej gnojowicy na polu.



Zachowanie kwestii bezpieczeństwa podczas pracy z kwasem siarkowym.

Trzeci system „na polu” to system mobilny i wydaje się najbezpieczniejszy z punktu widzenia dozowanego kwasu. W skład systemu wchodzi: wóz asenizacyjny wyposażony w pompę oraz zestaw węży wleczonych, pH metr, a także ciągnik, który jest integralną częścią całego systemu. Zbiornik ze stężonym kwasem siarkowym 98% oraz dodatkowy zbiornik na wodę zabudowane są klatką bezpieczeństwa i zamocowane na przednim zaczepie traktora. Klatka ta zabezpiecza pojemnik z kwasem i jest odporna na wszelkiego rodzaju kolizje podczas transportu kwasu na pole. Operator ciągnika z poziomu kabiny za pośrednictwem przedniego podnośnika

Wieloletnie doświadczenia w Danii mówią, że zakwaszanie gnojowicy ma szereg zalet: od zmniejszenia emisji amoniaku nawet o 40%, poprzez dostarczenie siarki do gleby i poprawę stanu zdrowotnego zwierząt (jeśli stosujemy system zakwaszania w budynku) do wzrostu plonu łącznie. Podczas aplikacji gnojowicy na pole niezależnie jakim systemem ją zakwaszaliśmy odory zredukowane są do minimum. Ponadto wieloletnie badania SEGES w Danii wskazują na wzrost sekwestracji węgla w glebie przy stosowaniu zakwaszonej gnojowicy na polu.

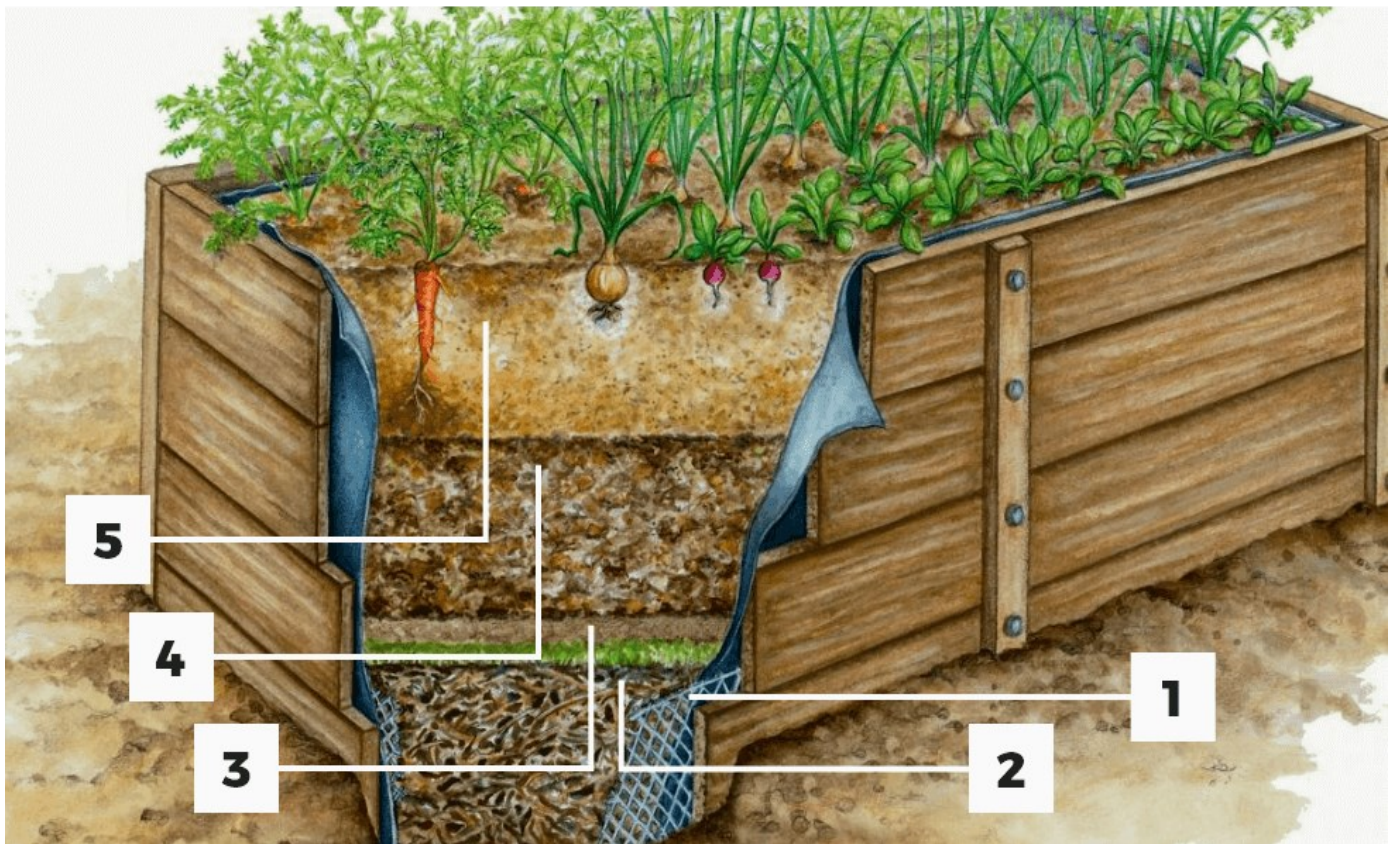


Wykres przedstawiający wzrost sekwestracji węgla w glebie porównując gnojowicę niezakwaszoną i gnojowicę zakwaszoną.

Mateusz Sękowski

Dział Rozwoju Obszarów Wiejskich
CDR RADOM

BETONOWE RABATY WARZYWNE



Warstwowa budowa warzywnika: 1. siatka, 2. gałęzie, 3. liście drzew, darń, 4. kompost, 5. ziemia gruntowa lub z worka.

Warzywniki w betonowych skrzyniach to idealne rozwiązanie do każdego ogrodu. Dla osób, które czas w ogrodzie wola spędzać na odpoczynku i chcą mieć własne uprawy, stworzone zostały betonowe rabaty warzywne. Zastosowanie w ogrodzie podwyższonych rabat nie tylko znacznie ułatwia uprawę roślin, ale i przyczynia się do poprawy estetyki i lepszego uporządkowania przestrzeni. Warzywniki dzięki modułowej budowie mogą mieć różne rozmiary i kształty, co ułatwia dobranie rozwiązania dostosowanego do indywidualnych potrzeb. Skrzynie wykonane są w wysokiej klasy betonu odpornego na warunki atmosferyczne.

Skrzynie betonowe mają także szerokie zastosowanie w przestrzeni miejskiej jako element ozdobny w parkach, osiedlach, rynkach czy trawnikach. Również w domach seniora ich użycie przynosi sporo korzyści, zapewniają one bowiem ogromną wygodę oraz ułatwienie przy pielęgnacji roślin. Takie rozwiązanie polecane jest osobom starszym i tym z problemami z kręgosłupem. Czas spędzony przy warzywnikach może być elementem ergoterapii - wykonywanie prac ogrodniczych pozwala na rozwinięcie zdolności manualnych i pobudza kreatywność. Dodatkowo niesie ze sobą wymiar edukacyjny - zaangażowane w pielęgnację roślin osoby poszerzają swoją wiedzę na temat otaczającego je środowiska naturalnego.

Dzięki modułowej budowie każdy warzywnik można w dowolne strony rozbudowywać, tworzyć własne kształty, wysokości oraz stopniowania (piętrowana rabata).

Opracował: Michał Wnęk na podstawie www.warzywniki.pl

SLOWHOP – ZŁAP ODDECH

Wśród wyszukiwarek ofert noclegów często ciężko jest znaleźć preferowaną agroturystykę, której klimat i autentyczność pozwoli na wypoczynek z dala od zgiełku i pośpiechu.

Szukając noclegu w klimatycznym domku, górskiej chatce, dworku, folwarku, gościńcu, odrestaurowanym młynie, stodole, pałacu, zagrodzie, łemkowskiej chyżej czy podlaskiej chacie warto zwrócić uwagę na portal oferujący wyselekcjonowane oferty o wysokim standardzie świadczonych usług turystycznych.

Slowhop.pl jest platformą dzięki, której gospodarze i ich goście mogą spotkać się jeszcze przed pierwszą wizytą. Szczegółowy opis, jaki i gwarancja standardów zachęcają do podjęcia decyzji o wypoczynku z dala od wielkomiejskiego hałasu. Wydobycie piękna i charakteru miejsca wymaga swojej umiejętności doceniania detalu i ciężkiej pracy, dzięki czemu prezentowane oferty wyróżniają się na rynku. Aby dodać swoją ofertę należy przejść przez proces weryfikacji w pięciu krokach, który grupie ekspertów pozwala na ocenę, a następnie na stworzenie opisu, który po autoryzacji treści i fotografii tworzy ofertę publikowaną na portalu.

DODAJ OFERTĘ

Krok 1. Wypełnij formularz

Formularz jest krótki. Zawrzeć się w nim mają podstawowe dane umożliwiające kontakt ze składającym ofertę oraz link do strony internetowej lub portalu społecznościowego na którym prowadzimy stronę naszej agroturystyki.

Krok 2. Poczekaj na weryfikację

W tym miejscu jest czas na ocenę i weryfikację nadesłanych materiałów przez grupę ekspertów. Proces może trwać do dwóch tygodni z uwagi na konieczność przejrzenia opinii oraz zdjęć.

Krok 3. Przeczytaj informacje zwrotną


Zawierającą opinię, propozycje dosłania zdjęć lub innych materiałów, ewentualnie informację o konieczności umieszczenia swojej oferty w innym bardziej adekwatnym serwisie.

Krok 4. Budowa profilu

W oparciu o uzgodnione warunki współpracy i wypełnienie osobistego profilu gospodarza zespół ekspertów tworzy indywidualny profil gospodarstwa.

Krok 5. Publikacja oferty

Po zatwierdzeniu przez gospodarza treści profilu oferta jest publikowana.


O NAS

Miejsca ▾


Daty ▾

Lokalizacja ▾

Rodzaj noclegu ▾

Cena • 1 ▾


Więcej filtrów ▾



MAZOWSZE

Biały Domek Zawady 4


👉 od 590 zł / dom



TATRY I PODHALE

CZARNA OWCA - domek Aniela

👉 od 400 zł / dom



TATRY I PODHALE

Legenda Tatr

👉 od 50 zł /

ŻYWOPŁOT MODUŁOWY

Żywopłot sadzimy jako ogrodzenie i osłonę wnętrza ogrodu. Mogą go tworzyć krzewy wiecznie zielone lub zrzucające liście. Ogród będący miejscem wypoczynku potrzebuje odpowiedniej oprawy, kameralnej oraz swobodnej atmosfery. Dzięki wykorzystaniu roślin, zamiast muru czy wysokiego osłaniającego płotu, zyskamy zieloną, żywą ścianę - izolującą od hałasu, zatrzymującą kurz i poprawiającą mikroklimat, będącą doskonałym tłem dla kompozycji z krzewów i bylin.

Korzystając z doświadczenia ogrodników w prowadzeniu żywopłotów, przycinaniu ich w odpowiednim terminie możemy otrzymać gotowy produkt, w postaci zagęszczonego od podstawy po sama czubek żywopłotu, czy to z roślin liściastych czy iglastych. Żywopłot modułowy sprawdzi się w wielu sytuacjach, gdy konieczne jest szybkie uzyskanie przestony czy wykończenie ogrodu towarzyszącego zabudowie wielorodzinnej. Wzrastające znaczenie estetycznej zielonej przestrzeni wpływa na zagospodarowanie nowopowstających osiedli, i tutaj sprawdzi się zastosowanie gotowych żywopłotów pozwalające na osiągnięcie efektu w krótkim czasie. Zatem planując produkcję szkółkarską warto zwrócić uwagę na rozwiązania dedykowane konkretnym odbiorcom, w tym przypadku deweloperom dbającym o końcowy efekt inwestycji, który w dużej mierze zależy od terenów zielonych w najbliższym jej otoczeniu.



JAKA TO ROŚLINA – INTERNETOWY ATLAS ROŚLIN

Jest narzędziem pomocnym w pracy w terenie. Atlas zawiera klucz do oznaczania roślin, który zaprojektowany jest intuicyjnie, co pozwala szybko i pewnie oznaczyć znaleziony gatunek. Klucz ma formę zdjęciową, uzupełnioną o informacje o charakterystycznych cechach budowy danego gatunku i o miejscu jego występowania.

Atlas-roślin.pl to największy ilustrowany przewodnik po florze Polski. Obejmuje gatunki roślin uprawnych oraz naturalnie występujących. Poszczególne gatunki mają własne strony ilustrowane szczegółowymi fotografiami, co pomocne jest przy określaniu cech morfologicznych oznaczanych roślin. Dla wielu z nich dołączone są również mapki występowania. Dodatkową pomoc daje ilustrowany przewodnik po zbiorowiskach roślinnych oraz ilustrowany wykaz roślin. Dodatkowo atlas obejmuje nie wchodzące w skład flory Polski rośliny ozdobne i uprawne, drzewa i krzewy używane do zadrzewień w miastach. Zasoby atlasu są bardzo rozbudowane, warto zapoznać się z ich treścią. Atlas tworzony jest od 2002 roku, wciąż uzupełniany o kolejne gatunki i wysokiej jakości zdjęcia. Dostęp do pełnego zasobu atlasu jest płatny.

Aby oznaczyć znaleziony gatunek należy wśród pozycji obrazkowego indeksu roślin wybrać folder zawężający ilość wyników. W zależności od informacji jakimi dysponujemy na temat znalezionej rośliny możemy skorzystać z poniższych propozycji. Wybrać **grupę roślin** w której się znajdują, np. drzewa liściaste, rośliny wodne czy rośliny ozdobne lub wybrać **stanowisko** na którym rosną np. rośliny borów, rośliny łąk i buczyn, atlas chwastów, rośliny torfowisk lub znając **termin kwitnienia** i **barwę kwiatów** wybrać folder kwitnące na przedwiosniu, kwitnące wiosną, kwitnące latem, kwitnące jesienią. W przypadku pospolitych i przy tym charakterystycznych roślin tym sposobem znalezisko da się oznaczyć ze szczególnością do gatunku. Jeżeli weryfikacja gatunku sprawia trudność, np. w przypadku takich grup jak trawy, turzyce, baldaszkowate czy jasnotowate ostatni etap oznaczenia gatunku warto przejść z pomocą regularnego klucza do oznaczania, którego instrukcje dostępne są w ułożeniu systematycznym.

Opracowała Malwina Kamińska - Dział Rozwoju Obszarów Wiejskich CDR KARAKÓW

SALE DYDAKTYCZNE



NOCLEGI

POKOJE GOŚCINNE

- 1-osobowy z łazienką - 100 zł
- 2-osobowy z łazienką - 160 zł
- 3-osobowy z łazienką - 240 zł

OFERUJEMY 42 MIEJSCA NOCLEGOWE

Każdy pokój posiada oddzielną łazienkę, lodówkę, telewizor, czajnik elektryczny, bezpłatny dostęp do łącza internetowego Wi-Fi.

OFERTA

Zapewniamy kompleksową obsługę przy organizacji konferencji, szkoleń, seminariów oraz spotkań służbowych.

Oferujemy wielofunkcyjne sale dydaktyczne, wyposażone w sprzęt audiowizualny i multimedialny.

Możliwości techniczne sal:

- łącze internetowe,
- możliwość stworzenia sieci LAN,
- obsługa multimedialna i techniczna.

Sprzęt do dyspozycji:

- projektory multimedialne,
- notebooki, komputery,
- monitor interaktywny,
- flipcharty elektroniczne i tradycyjne,
- mikrofony bezprzewodowe,
- TV, Wideo, DVD.



ADRES

ul. Meiselsa 1
31-063 Kraków

KONTAKT

tel: +48 12 424 05 55
repcja.krakow@cdr.gov.pl

www.cdr.gov.pl/krakow
www.nocowanie.pl
www.noclegwkrakowie.com.pl