

Numer 4/2013 (8)
31 grudnia 2013
ISSN 2299-6966



PRZEDSIĘBIORCZOŚĆ wiejska

e-biuletyn

Zdarzyło się w CDR

Prawo i podatki

Socjologia i psychologia
w przedsiębiorczości

Przedsiębiorczość -
wiadomości różne

Fundusze UE a
przedsiębiorczość



Centrum Doradztwa Rolniczego w Brwinowie
Oddział w Krakowie
Ul. Melselsa 1, 31-063 Kraków

Szanowni Państwo,

Zapraszamy do zapoznania się z kolejnym numerem biuletynu „Przedsiębiorczość wiejska”.

W bieżącym numerze poruszane są następujące tematy:

Ocena wykorzystania Funduszy UE w rozwoju przedsiębiorczości na obszarach wiejskich w ramach PROW 2007-2013	2
Dr inż. Małgorzata Bogusz, Uniwersytet Rolniczy w Krakowie	
Zmiany w zakresie prowadzenia podatkowej księgi przychodów i rozchodów	10
MAG, CDR O/Kraków	
Jak dokumentować przychód w handlu obwoźnym i obnośnym?	12
MAG, CDR O/Kraków	
Zmiana przepisu dotyczącego zwolnienia od podatku VAT od początku 2014 roku	13
MAG, CDR O/Kraków	
Niejednoznaczność klasyfikacji GUS — negatywne konsekwencje dla przedsiębiorców	14
MAG, CDR O/Kraków	
Dobry przedsiębiorca — ufa, ale sprawdza	15
MAG, CDR O/Kraków	
Swoboda zawierania umów nie jest nieograniczona	21
MAG, CDR O/Kraków	
Polska przedsiębiorczość - wyniki badań GEM Polska	12
Adam Dąbrowski, Uniwersytet Jagielloński	
Dobre praktyki	26
Adam Dąbrowski, Uniwersytet Jagielloński	
Na zakupy za miasto	28
Adam Dąbrowski, Uniwersytet Jagielloński	
Pilotażowe szkolenie w zakresie marketingu bezpośredniego	30
Łukasz Jawny, CDR O/Kraków	

Zachęcamy wszystkich Państwa do włączenia się w pracę nad biuletynem, poprzez przygotowywanie artykułów, zgłaszanie przykładów ciekawych inicjatyw, opinii, spostrzeżeń. Artykuły te mogą prezentować wszelkie zagadnienia dotyczące przedsiębiorczości na obszarach wiejskich. Mogą mieć one charakter ogólny, jak i odnosić się do Państwa regionu czy też do wykonywanej przez Państwa pracy i jej rezultatów. Tymczasem życzymy miłej lektury!

Redakcja

Redakcja Mateusz Grojec Łukasz Jawny	Dane kontaktowe (na te adresy prosimy przysyłać artykuły lub opinie): Mateusz Grojec, 12 424 05 25, m.grojec@cdr.gov.p Łukasz Jawny, 12 424 05 20, l.jawny@cdr.gov.pl
Oprac. graficzne Mateusz Grojec	DZIAŁ ROZWOJU OBSZARÓW WIEJSKICH CDR O/KRAKÓW

OCENA WYKORZYSTANIA FUNDUSZY UE W ROZWOJU PRZEDSIĘBIORCZOŚCI NA OBSZARACH WIEJSKICH W RAMACH PROW 2007-2013

W środowiskach wiejskich przedsiębiorczość rozumiana jest jako aktywność, która zmierza do zarobkowania. Postrzegana jest ona równocześnie jako jeden z ważniejszych elementów lokalnego rynku pracy obejmujący osoby, które nie tylko są związane z rolnictwem, ale także, które zamieszkują obszary wiejskie. Natomiast w środowiskach lokalnych na szczeblu gminy przedsiębiorczość można rozumieć jako aktywność służącą poszukiwaniu dodatkowych źródeł dochodu w powiązaniu z pracą na roli, bądź też jako uruchamianie innych działań niezwiązanych z rolnictwem. Zawsze jednak w przedsiębiorczości chodzi o dodatkowy dochód, który ma na celu podniesienie standardu życia ludzi mieszkających na obszarach wiejskich .

Według D. Knechta [2009, s. 109] wielofunkcyjność rolnictwa to podstawowy warunek, który przyczynia się do ożywienia rozwoju obszarów wiejskich w Polsce. To oczywiście może być postrzegane jako rozwój szeroko rozumianej przedsiębiorczości na wsi. Wielofunkcyjny rozwój obszarów wiejskich oznacza tworzenie nowych miejsc pracy w takich dziedzinach, jak szeroko rozumiana obsługa rolnictwa, czy też przetwórstwo rolno-spożywcze, ale także drobna produkcja, usługi dla ludności, handel, a więc w tych działach gospodarki niezwiązanych bezpośrednio z rolnictwem.

Przedsiębiorczość na obszarach wiejskich

W prowadzeniu tzw. małej przedsiębiorczości niezbędna jest znajomość następujących parametrów ekonomicznych [Dębniowska, Tkaczuk 1997, s. 19-20]:

- ✦ kapitału (rzeczowego, finansowego, wewnętrznego, zewnętrznego, własnego, obcego);
- ✦ nakładów i kosztów (materialnych, niematerialnych, stałych, zmiennych, przeciętnych, krańcowych, bezpośrednich, pośrednich);
- ✦ środków produkcji (trwałych, obrotowych);
- ✦ obciążeń finansowych (podatkowych,

OCENA WYKORZYSTANIA FUNDUSZY UE...

ubezpieczeniowych, opłat i innych);

- ✦ przepływów pieniężnych;
- ✦ cen (rzeczywistych, sezonowych, przeciętnych);
- ✦ przychodów, dochodów, rentowności.

Dla rolników głównym czynnikiem, który mobilizuje do podejmowania działalności pozarolniczej, jest zdobycie dodatkowych dochodów, kompensujących niedostateczne wpływy pieniężne z produkcji rolniczej [Dębiewska, Tka-czuk 1997, s. 20].

Zagadnienia wielofunkcyjnego rozwoju obszarów wiejskich są dla Polski na tyle ważne, że zostały zawarte w takich dokumentach rządowych, jak: *Strategia dla Polski, Strategia Rozwoju Obszarów Wiejskich i Rolnictwa 2007-2013* [Sawicki, Mazurek-Kusiak 2010, s. 15-16].

Wielofunkcyjny rozwój obszarów wiejskich od wielu lat jest realizowany w krajach Unii Europejskiej, a ciągły proces uwalniania siły roboczej z gospodarstw rolnych ma ścisły związek z zachodzącym procesem modernizacji i restrukturyzacji rolnictwa, który wspierany jest w Polsce instytucjonalnie m.in. poprzez Agencję Restrukturyzacji i Modernizacji Rolnictwa. Unia Europejska przekazała środki pomocowe na rozwój przedsiębiorczości na obszarach wiejskich już w Programie Przedakcesyjnym

na Rzecznictwa i Rozwoju Obszarów Wiejskich SAPARD, który w założeniu miał służyć procesom przekształceń strukturalnych na wsi w krajach kandydujących, m.in. dla Polski, która w ramach tego programu realizowała działanie różnicowania działalności gospodarczej na obszarach wiejskich.

Natomiast po akcesji Polski do Unii Europejskiej rolnicy i mieszkańcy terenów wiejskich korzystali ze środków pomocowych UE na rozwój przedsiębiorczości w latach 2004–2006.

Rozwój działalności pozarolniczej wspierany był przez Sektorowy Program Operacyjny (SPO) Restrukturyzacja i Modernizacja Sektora Żywnościowego oraz Rozwój Obszarów Wiejskich w ramach działania: *Różnicowanie działalności rolniczej i zbliżonej do rolnictwa* w celu zapewnienia różnorodności działań lub alternatywnych źródeł dochodów. Działanie to miało na celu poprawę sytuacji dochodowej rodzin rolniczych oraz ograniczenie bezrobocia ukrytego w rolnictwie, poprzez wsparcie tworzenia i rozwoju alternatywnych źródeł dochodu w gospodarstwach rolnych. Wspierane były projekty związane z realizacją inwestycji służących podjęciu przez rolników i ich rodziny dodatkowej działalności zbliżonej do rolnictwa, wykorzystujące istniejące zasoby gospodarstwa i regionu oraz uwzględniające potrzeby rynku.



OCENA WYKORZYSTANIA FUNDUSZY UE...

Program Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2007-2013 (PROW 2007-2013) jest podstawowym instrumentem wsparcia przekształceń strukturalnych, ekonomicznych i społecznych w rolnictwie, i przetwórstwie produktów rolnych w kolejnym okresie programowania, finansowanym z udziałem środków UE. Program ten obejmuje dwa działania przeznaczone na wsparcie podejmowania lub rozwijania pozarolniczej działalności gospodarczej na obszarach wiejskich [ARiMR 2012]. Działaniami wdrażanymi przez ARiMR i skierowanymi na rozwój przedsiębiorczości na obszarach wiejskich są: *Różnicowanie w kierunku działalności nierolniczej* oraz *Tworzenie i rozwój mikroprzedsiębiorstw*. Mają przyczynić się one do wzrostu konkurencyjności gospodarczej obszarów wiejskich, rozwoju przedsiębiorczości i rynku pracy, a co za tym idzie – wzrostu zatrudnienia na tych obszarach.

Jak wynika z opisu działania *Różnicowanie w kierunku działalności nierolniczej*, celem jego jest pomoc w podejmowaniu i rozwijaniu działalności nierolniczej lub związanej z rolnictwem w zakresie produkcji lub usług. Ma to wpłynąć na tworzenie pozarolniczych źródeł dochodów, a także promocję zatrudnienia poza rolnictwem na obszarach wiejskich. Działanie adresowane jest do osób, których podstawową aktywnością zawodową jest działalność rolnicza (rolników, małżonków rolników oraz do-

mowników – w rozumieniu przepisów o ubezpieczeniu społecznym).

Natomiast celem działania *Tworzenie i rozwój mikroprzedsiębiorstw* jest wzrost konkurencyjności gospodarczej obszarów wiejskich, rozwój przedsiębiorczości i rynku pracy, wzrost zatrudnienia na obszarach wiejskich. Beneficjentami mogą być osoby fizyczne, osoby prawne i jednostki organizacyjne nieposiadające osobowości prawnej funkcjonujące jako mikroprzedsiębiorstwa, czyli wykonujące we własnym imieniu działalność gospodarczą.

Pomoc w ramach tych działań może być udzielana z tytułu podejmowania lub rozwijania działalności w zakresie [ARiMR 2011a]:

- ✦ usług dla gospodarstw rolnych lub leśnictwa,
- ✦ usług dla ludności,
- ✦ sprzedaży hurtowej i detalicznej,
- ✦ rzemiosła lub rękodzielnictwa,
- ✦ robót i usług budowlanych oraz instalacyjnych,
- ✦ usług turystycznych oraz związanych ze sportem, rekreacją i wypoczynkiem, usług transportowych,
- ✦ usług komunalnych,
- ✦ przetwórstwa produktów rolnych lub jadalnych produktów leśnych,
- ✦ magazynowania lub przechowywania towarów,
- ✦ wytwarzania produktów energetycznych

OCENA WYKORZYSTANIA FUNDUSZY UE...

z biomasy,

✦ rachunkowości, doradztwa lub usług informatycznych.

Uwzględniając dotychczasowe elementy wielofunkcyjnego rozwoju wsi, akcentowane w wielu publikacjach, można wyróżnić za W. Kamińskim [1994] następujące rodzaje podejmowanych działalności:

I. Rolnicza działalność produkcyjna na skalę towarową:

1. Typowa działalność rolnicza (rolnictwo konwencjonalne), np. chów bydła mlecznego i mięsnego, chów trzody chlewnej, hodowla owiec, produkcja zbóż, okopowych itp.,
2. Rolnicze przedsięwzięcia alternatywne; produkcja papryki, szparagów, kukurydzy słodkiej, ziół leczniczych i przyprawowych, rzepaku, słonecznika, aronii, leszczyny, chów kóz, koni, królików, uprawa grzybów, pszczelarstwo, hodowla zwierząt leśnych, produkcja warzyw i owoców itp.

II. Działalność pozarolnicza, związana bezpośrednio z rolnictwem:

1. Zaopatrzenie w materiały i środki produkcji, maszyny i urządzenia,
2. Usługi produkcyjne (np. mechanizacyjne, remontowo-budowlane, w zakresie ochrony roślin),
3. Skup, magazynowanie, sortowanie i pa-

kowanie, transport oraz handel hurtowy i detaliczny produktami rolniczymi,

4. Przetwórstwo artykułów rolniczych (młyny, mieszalnie pasz, piekarnie, ubojnie, masarnie, mleczarnie, przetwórnice owoców itp.).

III. Działalność pozarolnicza, nie związana bezpośrednio z rolnictwem:

1. Agroturystyka – organizacja wypoczynku, urlopów, gastronomia, hotelarstwo,
2. Gospodarka leśna (drewno opałowe i budowlane, węgiel drzewny, owoce runa leśnego),
3. Pielęgnacja krajobrazu i ochrony środowiska,
4. Jeździectwo i hipoterapia,
5. Wszelkie inne działalności (produkcyjne, usługowe i handlowe) dla mieszkańców wsi nie związane z rolnictwem np. rzemiosło i rękodzielnictwo, sklepy detaliczne, warsztaty naprawcze, punkty usługowe, składy materiałów budowlanych, zakłady specjalistyczne,
6. Muzea regionalne, skanseny, zabytki, tereny rekreacyjne.

Szczególnie na obszarach o rozdrobnieniu agrarnym, podstawowe znaczenie dla wzbogacania struktury działalności mieszkańców obszarów wiejskich ma tworzenie warunków do zarobkowania, czyli zwiększania stopnia wykorzystywania zasobu pracy rodzin, a przez to zwiększenia ich dochodów, czego nie jest

OCENA WYKORZYSTANIA FUNDUSZY UE...

w stanie zapewnić sama produkcja rolnicza. Dlatego tak ważne jest na tych obszarach podejmowanie działalności pozarolniczej.

W opracowaniu podjęto próbę oceny wykorzystania funduszy w UE w rozwoju przedsiębiorczości na obszarach wiejskich Polski na przykładzie dwóch działań: *Różnicowanie w kierunku działalności nierolniczej* oraz *Tworzenie i rozwój mikroprzedsiębiorstw* objętych Programem Rozwoju Obszarów Wiejskich (PROW) 2007-2013.

Podstawowym materiałem badawczym były dane statystyczne uzyskane z Agencji Restrukturyzacji i Modernizacji Rolnictwa.

Wyniki badań

Agencja Restrukturyzacji i Modernizacji Rolnictwa pełni funkcję agencji płatniczej dla wszystkich - oraz podmiotu wdrażającego dla większości działań PROW 2007-2013. Koniec 2013 roku skłania do oceny wykorzystania środków pomocowych z ARiMR na rozwój przedsiębiorczości w latach 2007-2013.

Liczbę złożonych wniosków oraz zawartych umów w Oddziałach Regionalnych Agencji Restrukturyzacji i Modernizacji na terenie naszego kraju, w ramach działania *Różnicowanie w kierunku działalności nierolniczej* przedstawia tabela 1. Nabory na to działanie odbywały się w latach 2008-2011 na terenie wszystkich

województw. Jak wynika z danych zawartych w tabeli najwięcej wniosków w poszczególnych latach zostało złożonych w województwach mazowieckim oraz wielkopolskim. Zwłaszcza w ostatnim roku (2011), w którym był nabór zostało złożonych aż 3052 wniosków (woj. wielkopolskie) oraz 1429 (woj. mazowieckie). Najmniej wniosków zostało złożonych zwłaszcza w pierwszych latach 2008-2009 w woj. lubuskim oraz opolskim. Może to wynikać z zdecydowanie mniejszej liczby gospodarstw na obszarach tych województw w porównaniu na pozostałych.

Z prezentowanych danych w tabeli 1 wynika, że liczba złożonych wniosków w roku 2011 wynosiła razem 12296 i była prawie trzykrotnie większa niż w roku 2008. Sytuacja w 2008 roku wynikać mogła z braku możliwości dostępu do szczegółowych informacji wśród mieszkańców terenów wiejskich o zasadach korzystania z funduszy, a także zastrzonymi procedurami w porównaniu z działaniami z Sektorowego Programu Operacyjnego na lata 2004- 2006. Ponadto zauważono, że liczba złożonych wniosków w poszczególnych latach jest zawsze większa niż liczba podpisanych umów. Wynika to na pewno z odrzucenia wniosków na etapie oceny formalnej czy merytorycznej, a także na etapie realizacji przedsięwzięcia, jeżeli nie jest ono przeprowadzone

OCENA WYKORZYSTANIA FUNDUSZY UE...

Tabela 1. Liczba złożonych wniosków i zawartych umów w ramach działania: Różnicowanie w kierunku działalności nierolniczej z PROW2007-2013 w latach 2008 – 2011

Województwo	Liczba złożonych wniosków				Liczba zawartych umów			
	2008	2009	2010	2011	2008	2009	2010	2011
Dolnośląskie	127	127	349	377	42	66	220	113
Kujawsko-pomorskie	176	256	498	947	86	119	299	238
Lubelskie	500	406	823	931	220	268	591	447
Lubuskie	72	82	182	266	34	29	121	89
Łódzkie	340	226	589	593	124	139	380	273
Małopolskie	310	269	440	393	140	157	265	154
Mazowieckie	525	549	1429	1470	242	322	951	789
Opolskie	90	137	237	507	53	91	176	140
Podkarpackie	282	293	365	411	121	159	261	172
Podlaskie	221	336	584	937	114	169	358	478
Pomorskie	215	161	275	575	89	66	149	215
Śląskie	109	143	293	274	53	97	195	108
Świętokrzyskie	260	173	455	394	125	100	343	178
Warmińsko-mazurskie	163	148	434	778	84	95	276	336
Wielkopolskie	564	433	1652	3052	311	223	1237	1437
Zachodniopomorskie	96	98	211	389	51	52	136	140
Razem	4050	3837	8816	12296	1889	2152	5958	5307

Źródło: obliczenia własne na podstawie danych ARiMR, stan z dnia 30.11.2013

zgodnie z opisem we wniosku.

Analogicznie jak w przypadku działania *Różnicowanie w kierunku działalności nierolniczej* sytuacja wygląda w ramach działania *Tworzenie i rozwój mikroprzedsiębiorstw* co zostało przedstawione tabeli 2. Najwięcej wniosków w poszczególnych latach, gdy ogłaszane były nabory, zostało złożonych w województwach mazowieckim oraz wielkopolskim. W woj. wielkopolskim nabór zakończył się już w 2011 roku z powodu wyczerpania środków. Anali-

zując tabelę 2 można wnioskować, że liczba składanych wniosków zależy od liczby gospodarstw w poszczególnych województwach. Zauważono także, że liczba złożonych wniosków jest znacznie większa w latach 2010, 2011 oraz 2013 niż w pierwszym roku naboru - 2009. Wynikać to mogło ze wzrostu zainteresowania uzyskaniem środków pomocowych z UE. Należy podkreślić, że liczba zawartych umów jest największa w 2010 (4250) oraz 2011 (5419) w porównaniu do roku 2009 (2042). Taka sytuacja mogła być spowodowa-

OCENA WYKORZYSTANIA FUNDUSZY UE...

Tabela 2. Liczba złożonych wniosków i zawartych umów w ramach działania: Tworzenie i rozwój mikroprzedsiębiorstw z PROW2007-2013 w latach 2009 – 2013

Województwo	Liczba złożonych wniosków				Liczba zawartych umów			
	2009	2010	2011	2013	2009	2010	2011	2013
Dolnośląskie	217	430	652	851	44	105	219	11
Kujawsko-pomorskie	215	538	772	886	64	147	224	9
Lubelskie	311	664	1028	1097	170	280	471	22
Lubuskie	99	281	385	469	43	109	163	2
Łódzkie	243	536	703	927	76	186	224	13
Małopolskie	551	825	1168	1430	229	387	553	47
Mazowieckie	548	1229	1555	1991	181	407	543	41
Opolskie	89	311	510	464	41	118	228	7
Podkarpackie	474	757	1353	1235	225	425	554	78
Podlaskie	194	340	462	496	98	135	191	17
Pomorskie	269	566	950	1052	79	241	404	29
Śląskie	357	767	994	1149	205	312	466	26
Świętokrzyskie	213	400	646	646	113	174	256	68
Warmińsko-mazurskie	176	591	901	839	66	226	308	16
Wielkopolskie	856	1911	3020	-	362	834	405	-
Zachodnio pomorskie	171	394	630	669	46	164	210	22
Razem	4983	10540	15729	14201	2042	4250	5419	408

Źródło: obliczenia własne na podstawie danych ARiMR, stan z dnia 30.11.2013

na brakiem dostępu do informacji o środkach pomocowych.

Należy podkreślić, że liczba podpisanych umów jest zdecydowanie mniejsza niż liczba złożonych wniosków. Wynikło to m.in. ze skomplikowanych procedur, które spowodowały, że większość wniosków została odrzucona, ponieważ były źle wypełnione.

Zestawienie dwóch działań z PROW 2007-2013 na podejmowanie i rozwijanie przedsię-

biorczości przedstawiono w tabeli 3. Analizując zatem dane w tabeli stwierdzono, że znacznie przekraczająca liczba złożonych wniosków w porównaniu do podpisanych umów świadczy o dużym zainteresowaniu funduszami z UE wśród rolników i mieszkańców terenów wiejskich. Jednak znacznie mniejsza liczba podpisanych umów może być wynikiem odrzucenia wniosków na etapie oceny lub w trakcie realizacji czy też po zrealizowaniu przedsięwzięcia ale niezgodnie z założeniami przed-

OCENA WYKORZYSTANIA FUNDUSZY UE...

Tabela 3. Liczba złożonych wniosków i zawartych umów w Polsce w ramach wybranych działań PROW 2007-2013 w latach 2007 – 2013

Działanie z PROW 2007-2013	Liczba złożonych wniosków					Liczba zawartych umów				
	2008	2009	2010	2011	2013	2008	2009	2010	2011	2013
Różnicowanie w kierunku działalności nierolniczej	4050	3837	8816	12296	-	1889	2152	5958	5307	-
Tworzenie i rozwój mikroprzedsiębiorstw	-	4983	10540	15729	14201	-	2042	4250	5419	408
Razem	4050	8820	19356	28025	14201	1889	4194	10208	10726	408

Źródło: obliczenia własne na podstawie danych ARiMR

stawionymi we wniosku na etapie składania.

Różnice w poszczególnych latach w naborach wniosków na analizowane działania wynikają z wdrażania ich przez ARiMR oraz w wykorzystaniu funduszy. Dlatego też na *Różnicowanie w kierunku działalności nierolniczej* nabór zakończył się już w 2011 roku, co może świadczyć o dużym zainteresowaniu ze strony beneficjentów tą formą wsparcia.

Podsumowanie

Przystąpienie Polski do Unii Europejskiej i dalsza integracja stanowi duże wyzwanie dla mieszkańców terenów wiejskich, dla których właściwe wykorzystanie środków pomocowych z Unii Europejskiej jest najważniejszą sprawą w dążeniu do wielokierunkowości działań na obszarach wiejskich celem poprawy ich dochodowości. Specyfika terenów wiejskich naszego kraju uzasadnia potrzebę rozwoju różnych kierunków działalności rolniczej

i poza rolniczej, która odgrywa ważną rolę w rozwoju gospodarczym wsi oraz tworzeniu nowych miejsc pracy.

Z przeprowadzonej analizy liczby złożonych wniosków w Agencji Restrukturyzacji i Modernizacji Rolnictwa w poszczególnych województwach, można wnioskować, że nie ma wątpliwości co do efektów wykorzystania funduszy z PROW 2007-2013. Rosnąca liczba składanych wniosków w poszczególnych latach naborów na omawiane działania świadczy o dużym zainteresowaniu środkami pomocowymi przez mieszkańców obszarów wiejskich, a liczba podpisanych umów wskazuje na właściwe wykorzystanie tych funduszy przez beneficjentów. Ma to z całą pewnością pozytywny wpływ na rozwiązanie problemu bezrobocia oraz migrację ludności do miast.

Dr inż. Małgorzata Bogusz

Uniwersytet Rolniczy w Krakowie

ZMIANY W ZAKRESIE PROWADZENIA PODATKOWEJ KSIĘGI PRZYCHODÓW I ROZCHODÓW

W wyniku nowelizacji Rozporządzenia Ministra Finansów w sprawie prowadzenia podatkowej księgi przychodów i rozchodów pojawiło się nieco zmian w zakresie jej prowadzenia .

Zgodnie ze zmianą dotyczącą konieczności wyksięgowywania faktur, które nie zostały opłacone w określonym ustawowo terminie, poszerzył się katalog dowodów księgowych. Dotyczy sporządzanych przez podatnika dowodów księgowych związanych z koniecznością zmniejszenia czy zwiększenia kosztów podatkowych, jak i zwiększenia przychodów.

Przepis rozporządzenia dokładnie wyjaśnia jak dowód powinien wyglądać, aby został uznany za prawidłowy.

Dowód określający zmniejszenie kosztu (zwiększenie przychodu) powinien:

- być opatrzony datą wystawienia
- zawierać miesiąc, w którym dokonuje się zmniejszenia
- powinien wskazywać dokument (fakturę, rachunek), który stanowi podstawę do pomniejszenia kosztu, powiększenia przychodu

- wskazywać kwotę pomniejszenia / powiększenia

- zawierać podpis osoby sporządzającej.

Wyksięgowany wydatek staje się na nowo kosztem w dacie opłacenia. Ponowne księgowanie kosztu również powoduje konieczność wystawienia dokumentu księgowego.

Dokument księgowy wystawiony w danym przypadku, powinien dodatkowo zawierać (poza wymienionymi wcześniej pozycjami) wskazanie na dowód potwierdzający uregulowanie zobowiązania, o które zostają zwiększone koszty uzyskania przychodu.

Dzięki nowelizacji wyjaśnione zostały problematyczne kwestie związane z księgowaniem przychodów z kasy fiskalnej

Dotychczas sporo wątpliwości budził zapis § 20 Rozporządzenia dotyczący możliwości księgowania zapisów z kasy fiskalnej na pod-

ZMIANY W ZAKRESIE PROWADZENIA PODATKOWEJ KSIĄŻKI PRZYCHODÓW I ROZCHODÓW

stawie miesięcznego wydruku.

Jakkolwiek dokonywanie zapisów na podstawie dziennych raportów było sprawą oczywistą, to zapis mówiący o tym, iż „zapisów można dokonać na koniec każdego miesiąca (...) na podstawie danych wynikających z miesięcznych zestawień raportów dobowych” sprawiał, że księgowanie raportu miesięcznego z kasy budziło wątpliwości interpretacyjne co do poprawności prowadzenia KPIR. Zgodnie ze starym Rozporządzeniem konieczne było bowiem księgowanie zestawienia, którego wygląd dokładnie opisywał przepis.

W wyniku nowelizacji przepis Rozporządzenia, chociaż wydawałoby się, że został jedynie kosmetycznie zmieniony, przestał sprawiać problem z księgowaniem raportów miesięcznych. Stanowi on bowiem obecnie, że „(...) na podstawie danych wynikających z raportów miesięcznych skorygowanych o kwoty mające wpływ na wysokość przychodu”.

Korekta danych w KPIR wynikających z raportów, powinna być dokonywana na podstawie prowadzonych odrębnie ewidencji do kasy fiskalnej. Podatnik powinien prowadzić ewidencje dla zwrotu towarów i uznanych reklamacji oraz dla oczywistych pomyłek.

Zmiany w sposobie rozliczania remanentu

Modyfikacje w zakresie księgowania nieterminowych płatności wpłynęły również na zmiany

w sposobie rozliczenia remanentu. Wartość spisu zgodnie z brzmieniem § 29 ust. 4a zmniejsza się o kwotę, o którą podatnik:

- zmniejszył koszty
- zwiększył przychody
- kwota zmniejszenia nie może być wyższa niż wycena towarów

W przypadku opłacenia zaległej faktury w trakcie roku i ponownego zwiększenia kosztów uzyskania przychodów, nie dokonuje się zmniejszenia wartości spisu.

Zmiany te nie wpłyną jednak jeszcze na wyliczenie remanentu początkowego za rok 2013.

Pojazd niefirmowy a koszt

Znowelizowane rozporządzenie znosi obowiązek podawania numeru rejestracyjnego na fakturach dotyczących użytkownika pojazdu niefirmowego. Zmiana ta oznacza, iż poprawnie rozliczona faktura, nie musi już zawierać odniesienia do konkretnego do pojazdu. Wystarczy, iż zostanie ona wystawiona na dane firmowe przedsiębiorcy. Zapisu do KPIR dokonuje się jednak w dalszym ciągu na podstawie miesięcznego zestawienia poniesionych wydatków przygotowywanego po zakończeniu miesiąca.

MAG

JAK DOKUMENTOWAĆ PRZYCHÓD W HANDLU OBWOŻNYM I OBNOŚNYM?

Część przedsiębiorców, zwłaszcza na obszarach wiejskich zajmuje się prowadzeniem handlu obwoźnego czy obnośnego. Charakterystyczne dla tej formy handlu jest to, że nabywcami towaru są, przede wszystkim, osoby fizyczne nieprowadzące pozarolniczej działalności gospodarczej. Osoby te przeważnie na potwierdzenie zakupu nie żądają ani faktury VAT, ani nawet rachunku sprzedaży.

Jeśli przedsiębiorca nie posiada kasy rejestrującej, konieczne jest ewidencjonowanie sprzedaży bezrachunkowej.

Przepisy nie określają wzoru takiej ewidencji. Może być ona prowadzona w zwykłym zeszytce. Ważne jednak, aby spełniała wszystkie wymogi formalne, a więc powinna zawierać co najmniej:

- numer kolejny wpisu;
- datę uzyskania przychodu nieudokumentowanego fakturami / rachunkami;
- kwotę tego przychodu.

Ewidencja powinna być zbroszurowana, a jej karty kolejno ponumerowane. Jeżeli ewidencja sprzedaży nie jest prowadzona, przedsiębiorca powinien dokumentować sprzedaż dowodami wewnętrznymi

Ustawodawca dał przedsiębiorcom prowadzącym handel obwoźny czy obnośny możliwość wyboru sposobu dokumentowania sprzedaży. Mogą to czynić w drodze wystawiania na koniec dnia dowodów wewnętrznych sprzedaży lub prowadzenia ewidencji sprzedaży

Przedsiębiorca prowadzący ewidencję sprzedaży w miejscu wykonywania handlu, powinien mieć co najmniej tę ewidencję. Jeżeli nie prowadzi ewidencji sprzedaży w miejscu wykonywania działalności (na straganie czy targowisku), musi wówczas mieć przy sobie Księgę Przychodów i Rozchodów.

Przedsiębiorca nie musi na bieżąco wpisywać sprzedaży do ewidencji czy dowodów wewnętrznych. Wpisu do ewidencji sprzedaży dokonuje się raz dziennie po zakończeniu dnia, nie później niż przed rozpoczęciem działalności w dniu następnym.

Może zdarzyć się tak, że w danym dniu przedsiębiorca w ogóle nie osiągnie przychodu. Przepisy nie wymagają, by odnotowywać w ewidencji brak utargu (przychodu).

Podobnie sytuacja wygląda w przypadku dokumentowania sprzedaży dowodami wewnętrznymi. Dowód wewnętrzny sprzedaży należy wystawić na koniec dnia. W dokumencie w jednej kwocie wykazana jest wartość przychodów za dany dzień. Nie jest konieczne wystawianie dowodu wewnętrznego „zerowego”,

JAK DOKUMENTOWAĆ PRZYCHÓD W HANDLU OBWOŻNYM I OBNOŚNYM?

gdy w danym dniu przedsiębiorca nie uzyskał przychodu.

Rozporządzenie nie nakłada na przedsiębiorcę obowiązku posiadania przy sobie faktur zakupu towaru czy dokumentów sprzedaży z poprzednich dni. Dokumenty te powinny znajdować się w miejscu wskazanym przez podatnika jako siedziba jego firmy.

Na życzenie nabywcy, bez względu na wartość

transakcji, wystawienie dokumentu sprzedaży jest jednak obowiązkowe, dlatego przedsiębiorca powinien mieć przy sobie druki faktur VAT (gdy jest VAT-owcem) lub rachunków.

MAG

ZMIANA PRZEPISU DOTYCZĄCEGO ZWOLNIENIA OD PODATKU VAT OD POCZĄTKU 2014 ROKU

Art. 43 ustęp 1 pkt 2 w dotychczasowym brzmieniu stanowił, że : „zwalnia się od podatku dostawę towarów używanych, pod warunkiem, że w stosunku do tych towarów nie przysługiwało dokonującemu ich dostawy prawo do obniżenia kwoty podatku należnego o kwotę podatku naliczonego”.

Przez towar używany rozumie się zaś ruchomości, których okres używania przez podatnika dokonującego ich dostawy wyniósł co najmniej pół roku po nabyciu prawa do rozporządzania tymi towarami jak właściciel.

Oznacza to, że jeśli podatnik zakupił np. pojazd na umowę kupna – sprzedaży, a następnie używał go w działalności gospodarczej co najmniej 6 miesięcy, to przy jego sprzedaży stosuje stawkę VAT „zwolniony”.

Przepis w nowym brzmieniu mówi zaś, że: „zwalnia się od podatku dostawę towarów wykorzystywanych wyłącznie na cele działalności

zwolnionej od podatku, jeżeli z tytułu nabycia, importu lub wytworzenia tych towarów nie przysługiwało dokonującemu ich dostawy prawo do obniżenia kwoty podatku należnego o kwotę podatku naliczonego”.

Tak więc od początku nowego roku podatnik prowadzący sprzedaż opodatkowaną, każdą sprzedaż majątku będzie opodatkowywał. Nie ma już znaczenia to, że podatnik nie miał prawa odliczyć podatku VAT przy zakupie.

MAG

NIEJEDNOZNACZNOŚĆ KLASYFIKACJI GUS - NEGATWNE KONSEKWENCJE DLA PRZEDSIĘBIORCÓW

Przedsiębiorcy płacą podatek VAT na podstawie klasyfikacji GUS. Tymczasem Urząd wydaje czasem odmienne opinie w tej samej sprawie przedsiębiorcom i urzędom skarbowym, co skutkuje karami dla prowadzących firmy

Wynika to z tego, że klasyfikacje statystyczne wydawane przez GUS nie są decyzjami administracyjnymi, przez co nie mają mocy wiążącej. Jeżeli urzędnicy skarbowi otrzymają inną klasyfikację, mogą zażądać zapłacenia

zaległego podatku. Tymczasem może on zostać naliczony nawet za 5 lat wstecz.

W myśl ustawy VAT przedsiębiorca jest zobowiązany do samodzielnej klasyfikacji sprzedawanych przez siebie towarów lub usług do danej grupy statystycznej.

Klasyfikacje w zakresie towarów i usług wydawane przez GUS są według przedsiębiorców niejednoznaczne. Z tego powodu urząd skarbowy nie przyporządkowuje towaru do konkretnej grupy, ale wskazuje trzy czy nawet cztery możliwości jego klasyfikacji. Bywa, że do każdej z nich zastosowanie ma inna stawka VAT. Przedsiębiorca ryzykuje więc, odprowadzając niższy podatek.



W razie wątpliwości może wystąpić do Ośrodka Interpretacji Standardów Klasyfikacyjnych przy Urzędzie Statystycznym w Łodzi o opinię, na podstawie której zastosuje odpowiednią stawkę VAT.

Tymczasem GUS zdarza się zmieniać zdanie nawet po kilku latach, bez podania podstawy

Tak więc podatnik nigdy nie jest pewien, czy zastosował prawidłową stawkę i czy za kilka lat nie zapuka do niego fiskus, stwierdziwszy nieprawidłowości w tym zakresie

Problem zaś dotyczy wszystkich tych podmiotów, które mają w ofercie produkty po stawkach 5-proc. i 8-proc., czyli np. piekarnicze, mleczarskie, nabiałowe, zbożowe.

MAG

DOBRY PRZEDSIĘBIORCA - UFA ALE SPRAWDZA

Prowadzić firmę niestety bardzo często jesteśmy narażeni na ryzyko zawarcia umowy z nierzetelnym kontrahentem. To może zaś skutkować powstaniem zatorów płatniczych, które wiele firm doprowadziły już do bankructwa.

W czasach kryzysu sprawdzanie wiarygodności płatniczej potencjalnego kontrahenta i dyscyplinowanie nierzetelnych dłużników stanowi bardzo istotny element prowadzenia biznesu. Bardzo pomocne są w takiej sytuacji biura informacji gospodarczej. Z tego powodu warto wiedzieć, czym są i jak korzystać z ich usług.

BIG, czyli biuro informacji gospodarczej, nazywane jest często również rejestrem dłużników lub rejestrem długów. To miejsce, w którym możemy sprawdzić przyszłych lub obecnych klientów, kontrahentów, dostawców i partnerów biznesowych pod względem ich dotychczasowej wiarygodności płatniczej. Firmy oraz osoby prywatne mogą tam wpisywać swoich dłużników, ale nie tylko ich. Firmy mogą także nagradzać swoich najlepszych i rzetelnych klientów, umieszczając w BIG tzw. informacje pozytywne, na przykład o sumiennie regulowanych płatnościach. Warto mieć na względzie, iż dane o nieuregulowanych należnościach wpisane do rejestru biura informacji gospodarczej są dostępne dla wszystkich podmiotów, które z nim współpra-

cują. Biura informacji gospodarczej nie są bynajmniej instytucjami publicznymi czy państwowymi, tylko prywatnymi przedsiębiorstwami. Ustawodawca określił jednak dla nich dodatkowe wymogi kapitałowe i organizacyjne. BIG-i działają na podstawie ustawy regulującej prawa i obowiązki wierzycieli oraz dłużników, a także samych BIG-ów. Ich zadaniem jest gromadzenie i udostępnianie zarówno informacji negatywnych o dłużnikach, jak również pozytywnych o solidnych płatnikach. Zakres działalności wszystkich BIG-ów reguluje Ustawa z 9 kwietnia 2010 r. o udostępnianiu informacji gospodarczych i wymianie danych gospodarczych.

Obecnie na polskim rynku działają trzy biura informacji gospodarczej:

- BIG InfoMonitor S.A.,
- Krajowy Rejestr Długów BIG S.A.
- Rejestr Dłużników ERIF BIG S.A.

Biura informacji gospodarczej posiadają bazy danych i systemy wymiany informacji, z któ-

DOBRY PRZEDSIĘBIORCA - UFA ALE SPRAWDZA

rych korzystają wierzyciele (czyli podmioty, którym ktoś jest winien pieniądze), tacy jak firmy, banki i inne instytucje finansowe, jednostki samorządu terytorialnego oraz inni. Z BIG-ów mogą korzystać również osoby prywatne. Bazy te mogą zawierać zarówno informacje negatywne o długach, jak również informacje pozytywne, potwierdzające terminową spłatę zobowiązań. Coraz więcej danych pozytywnych znajduje się np. w bazie danych Rejestru Dłużników ERIF.

Instytucja biur informacji gospodarczej (BIG-ów) mylona jest czasem z Biurem Informacji Kredytowej (BIK).

BIK funkcjonuje w oparciu o przepisy ustawy Prawo bankowe. Jego istnienie wynika z przesłanki ochrony depozytów, z których banki i SKOK-i udzielają kredytów dla klientów. Banki zobowiązane są do badania i oceny zdolności kredytobiorcy do spłaty zaciągniętego zobowiązania. Jeśli banki nie miałyby takiego obowiązku, ryzyko systemu finansowego byłoby niekontrolowane, zaś angażowanie się przez banki w ryzykowne udzielanie kredytów stanowiłoby zagrożenie dla bezpieczeństwa depozytów i stabilności całego systemu finansowego, nad którym czuwa Komisja Nadzoru Finansowego.

Biuro Informacji Kredytowej pomaga więc bankom i SKOK-om w wymianie objętych tajemnicą bankową informacji potrzebnych do

oceny zdolności kredytowej.

Dane dotyczące zaległości pochodzących spoza sektora bankowego można natomiast znaleźć w BIG-ach (np. zadłużenie z tytułu opłat telekomunikacyjnych czy innych usług abonentowych). BIG-i zbierają jednak również informacje z sektora finansowego. Co istotne, wyłącznie w bazach biur informacji gospodarczej znajdziemy informacje o pozabankowych zaległościach wynikających np. z niezaplaconych faktur.

Skorzystanie z usług biura informacji gospodarczej nie jest trudne. Pierwszym krokiem jest podpisanie umowy z co najmniej jednym BIG-iem. Nawiązanie takiej współpracy nie wymaga od przedsiębiorcy bezpośredniego kontaktu z biurem – umowa może być bowiem wygenerowana zdalnie, np. po uprzednim kontakcie telefonicznym z doradcą i przekazana pocztą.

Co istotne, przedsiębiorca-wierzyciel sam wybiera biuro, z którym chce współpracować i wpisać tam swoich dłużników. Nie ma tu żadnych ograniczeń – dłużników można wpisywać do jednego, dwóch lub wszystkich trzech BIG-ów jednocześnie. Dane o zadłużeniu mogą być przechowywane przez BIG-i aż do dziesięciu lat, tak więc mogą trafiać tam również długi już przedawnione.

W jaki sposób zgłosić dłużnika do rejestru?

Dłużnika-przedsiębiorcę (firmę) można wpi-

DOBRY PRZEDSIĘBIORCA - UFA ALE SPRAWDZA

sać, jeżeli wartość zadłużenia jest nie mniejsza niż 500 zł. z zapłatą spóźnia się konsument, wystarczy już jednak zaległość w wysokości 200 złotych. Od terminu płatności powinno upłynąć minimum 60 dni. Na miesiąc przed planowanym wpisem dłużnika do rejestru trzeba go ostrzec o takiej możliwości, wysyłając wezwanie do zapłaty, zawierające specjalną klauzulę ostrzegawczą dotyczącą dopisania dłużnika do BIG. Jeśli mimo wezwania dług nie zostanie uregulowany, wpis do rejestru będzie możliwy i zgodny z prawem. Aby ostrzec o zamiarze umieszczenia dłużnika w BIG, wystarczy taką informację wysłać listem poleconym lub doręczyć mu do rąk własnych. Pismo takie powinno zawierać zawiadomienie o zamiarze dopisania nierzetelnego płatnika do BIG wraz ze wskazaniem konkretnego biura. Nieodebranie takiego listu poleconego przez dłużnika nie wstrzymuje procedury dopisywania do rejestru.

Aby zniknąć z rejestru dłużnik musi po prostu spłacić zadłużenie. Po odnotowaniu spłaty wierzyciel ma obowiązek w ciągu 14 dni usunąć z BIG dane byłego już dłużnika. Jeżeli tego nie dokona, grożą mu sankcje wynikające z ustawy. Po uregulowaniu całości zaległości dane negatywne zostaną wykreślone z rejestru, zaś dłużnik może znów bez przeszkód działać na rynku i zacząć budować swoją pozytywną historię płatniczą.

Wpis do rejestru dłużników stanowi obecnie jedno z najskuteczniejszych narzędzi stosowanych wobec nierzetelnych płatników. Wpisywanie i sprawdzanie danych w BIG jest popularne zarówno wśród przedsiębiorców, jak i osób prywatnych. Tym sposobem z jednej strony np. instytucje finansowe mogą ustrzec się przed rozpoczęciem współpracy z nierzetelnym klientem, którego dane widnieją w rejestrze. Z drugiej zaś przedsiębiorca może ostrzec innych uczestników rynku przed niesolidnymi uczestnikami obrotu gospodarczego. Na tym polega zorganizowany system wymiany informacji gospodarczych, doskonale znany i doceniany w krajach o ugruntowanej gospodarce rynkowej. Pozwala on wierzycielom na podejmowanie działań prewencyjnych zanim będzie za późno (np. w postaci wpłat gotówkowych, żądania dodatkowych zabezpieczeń, aż po rezygnację ze współpracy z dłużnikiem widniejącym w rejestrze). Dla dłużników z kolei obecność danych negatywnych w rejestrze to duże utrudnienie w normalnym funkcjonowaniu na rynku i obniżenie własnej reputacji handlowej. Sankcja wpisu dłużnika do rejestru działa więc dyscyplinująco i stanowi skuteczne narzędzie motywacyjne do spłaty zaciągniętego i niespłaconego zobowiązania wobec kontrahenta.

Konsekwencje wpisu do rejestru są różnorodne. Dla przedsiębiorców wpis do BIG to przede wszystkim kłopoty biznesowe związane

DOBRY PRZEDSIĘBIORCA - UFA ALE SPRAWDZA

z utratą potencjalnych lub obecnych kontrahentów obawiających się dalszej współpracy. Ponadto, z systemów BIG korzystają również banki i inne instytucje finansowe, zatem istnieje duże prawdopodobieństwo odmowy udzielenia kredytu, pożyczki czy innych źródeł finansowania.

Co chodzi zaś o niewiarygodnych konsumentów, oni mogą także napotkać szereg trudności w dostępie do kredytów i pożyczek, zakupów ratalnych. Często może to oznaczać również brak możliwości korzystania z usług sprzedawanych w systemach abonamentowych (np. telekomunikacyjnych, internetowych czy TV), a także np. trudności z wynajmem mieszkania.

BIG to również wpisy pozytywne

Na mocy art. 18 Ustawy o udostępnianiu informacji gospodarczych i wymianie danych gospodarczych, biura informacji gospodarczej prowadzą bazę wpisów pozytywnych o terminowo zrealizowanych płatnościach. Pozytywny wpis może być wykorzystywany przez różne przedsiębiorstwa lub instytucje jako narzędzie motywujące do terminowej spłaty zobowiązań. Dzięki fakturom i rachunkom zapłaconym na czas każdy uczestnik obrotu gospodarczego może budować swoją pozytywną historię płatniczą i wiarygodność. Ta z kolei może pomóc np. w uzyskaniu lepszych warunków współpracy z usługodawcami. Czemu warto korzystać z tej możliwości? Na popularyzacji

informacji pozytywnej zyskują wszyscy. Klienci, którzy nie mają zadłużenia mogą potwierdzić swoją wiarygodność płatniczą, natomiast podmioty, które z różnych przyczyn znalazły się na liście dłużników, mogą odbudować swój wizerunek dobrego płatnika. To również dobry sposób na docenienie sumiennego kontrahenta.. Pozytywny wpis do rejestru może zostać dodany przez uczestników rynku na wniosek lub za zgodą firmy lub osoby, której dotyczy. Zgłaszane wpisy pozytywne muszą spełniać kilka warunków. Wpisu można dokonać, jeśli od chwili spełnienia zobowiązania upłynęło nie więcej niż dwanaście miesięcy, a należność została uregulowana w terminie lub z opóźnieniem mniejszym niż 60 dni. Zobowiązania ratalne mogą zostać zgłoszone, jeśli wszystkie dotychczas wymagalne raty zostały spłacone w całości.

Biuro informacji gospodarczej skutecznie motywuje dłużników do uregulowania wierzytelności. Znaczenie BIG-ów dla przedsiębiorców wykracza jednak poza wsparcie w odzyskiwaniu długów. Lepiej wszakże zapobiegać niż leczyć

W niepewnej sytuacji gospodarczej szczególnie istotne jest podejmowanie decyzji biznesowych w oparciu o sprawdzone informacje i weryfikację wiarygodności płatniczej kontrahenta. Także w tej kwestii biura informacji gospodarczej są bardzo pomocne, gdyż oferują

DOBRY PRZEDSIĘBIORCA - UFA ALE SPRAWDZA

swoim klientom szereg narzędzi prewencyjnych, pomagając ustrzec się przed nierzetelnymi płatnikami.

Sprawdzenie potencjalnego kontrahenta w biurze informacji gospodarczej to jedna z podstawowych czynności, o której przedsiębiorcy powinni zawsze pamiętać przed zawarciem nowej umowy, czy kontynuacji współpracy z dotychczasowym partnerem, w sytuacji gdy zmienia się formuła współpracy, np. na kredyt kupiecki. W wyniku sprawdzenia danych gospodarczych na temat partnera biznesowego, z którym planujemy rozpocząć współpracę, otrzymujemy raport stanowiący podsumowanie jego aktualnej dyscypliny płatniczej. Raport przedstawia m.in. dane o zobowiązaniu, dłużniku i wierzycielu. Z dokumentu dowiadujemy się również, jaka jest suma zaległości oraz data ich powstania, nazwa wierzyciela, a także czy zadłużenie zostało zakwestionowane. Z tego samego dokumentu możemy dowiedzieć się również o informacji pozytywnej dopisanej przez innego uczestnika rynku, dotyczącej naszego partnera biznesowego. Dzięki temu biuro informacji gospodarczej nie tylko ostrzega przed podjęciem ryzykownych decyzji biznesowych, ale także buduje wiarygodność.

Problemy finansowe, zatory płatnicze u naszych partnerów i u nas mogą pojawić się w każdej chwili. Dlatego warto zadbać o po-

siadanie informacji o kluczowych kontrahentach dostarczanej na bieżąco, przez biuro informacji gospodarczej.. Brak monitorowania kontrahentów może doprowadzić firmę do utraty płynności i tym samym do upadłości. System wczesnego ostrzegania jest zatem bezcenny. Dzięki takim narzędziom możemy skutecznie i szybko zareagować na problemy finansowe naszego partnera, a tym samym zabezpieczyć swoje interesy. Zwiększa to szansę na szybką reakcję, zmianę warunków lub nawet wycofanie się ze współpracy, zanim pojawią się problemy z płatnościami.

Korzystanie z tej usługi jest bardzo proste. Wystarczy w biurze informacji gospodarczej podać NIP, aby otrzymywać bezpośrednio na adres poczty elektronicznej informacje o wszelkich zmianach danych wpisanych do BIG dotyczących monitorowanego podmiotu.

W celach ostrzegawczych i prewencyjnych została stworzona tzw. pieczęć prewencyjna. Może być ona bez przeszkód umieszczana na wszystkich fakturach lub umowach handlowych. Pieczęć prewencyjna to wyraźny sygnał dla współpracujących podmiotów, że konsekwencją uchylania się od zapłaty może być wpis do biura informacji gospodarczej.

Przedsiębiorcy współpracujący z BIG-ami otrzymują zazwyczaj gotowy wzór wezwania do zapłaty, zawierający informacje o możliwości dopisania danych dłużnika do rejestru.

DOBRY PRZEDSIĘBIORCA - UFA ALE SPRAWDZA

Uświadomienie sobie konsekwencji upublicznienia danych w BIG powodują, że coraz więcej przedsiębiorców reguluje swoje zobowiązania już na etapie „pieczęci prewencyjnej” lub po otrzymaniu wezwania do zapłaty z informacją o wpisie do BIG w przypadku nieuregulowania płatności.

Obecna sytuacja gospodarcza wciąż nie napawa optymizmem. Tymczasem BIG-i są, bez

wątpienia, dobrym pomysłem na trudne czasy. Warto zatem korzystać z usług przynajmniej jednego z biur informacji gospodarczej. To bardzo wartościowe wsparcie w procesie podejmowania decyzji biznesowych i odzyskiwaniu przeterminowanych wierzytelności.

MAG**Biura informacji gospodarczej działające w Polsce**

Nazwa	Strona internetowa	Siedziba BIG
 <p>KRAJOWY REJESTR DŁUGÓW BIURO INFORMACJI GOSPODARCZEJ SA</p>	www.krd.pl	Wrocław
 <p>REJESTR DŁUŻNIKÓW ERIF BIURO INFORMACJI GOSPODARCZEJ S.A.</p>	www.erif.pl	Warszawa
 <p>BIG InfoMonitor</p>	www.infomonitor.pl	Warszawa

SWOBODA ZAWIERANIA UMÓW NIE JEST NIEOGRANICZONA

Przedsiębiorcy codziennie, choćby w formie ustnej zawierają umowy ze swoimi kontrahentami. Co do zasady, zawierając umowę strony mogą swobodnie ustalić swoje prawa i obowiązki określone w umowie, korzystając w tym zakresie z zasady swobody umów. Nie oznacza to jednak pełnej dowolności w zakresie dokonanych postanowień umownych. Kodeks cywilny, regulujący ten obszar prawa, wprowadza określone granice

Jak wskazuje art. 353 [1] kc, strony zawierające umowę mogą ułożyć stosunek prawny według swojego uznania, byleby jego treść lub cel nie sprzeciwiały się właściwości (naturze) stosunku, ustawie, ani zasadom współzycia społecznego. Przepis ten określa ogólne granice, w jakich zawierane umowy powinny się mieścić.

Niezależnie jednak od tego przepisu,

istnieje szereg ograniczeń dotyczących swobody w zawieraniu umów, jak choćby zakaz stosowania klauzul niedozwolonych czy też zakaz wyzyskiwania przymusowego położenia drugiej strony umowy.

W przypadku konsumentów, czyli osób fizycznych, które zawierają umowę nie związaną z prowadzoną przez siebie działalnością gospodarczą lub zawodową, przepisy kodeksu cywilnego wprowadzą dużo dalej idącą ochro-

nę takich osób, ponieważ w treści umowy nie mogą znajdować się określone zapisy, czyli tzw. klauzule niedozwolone.

Klauzulami niedozwolonymi nazywamy postanowienia umowy zawieranej z konsumentem, nie uzgodnione z nim indywidualnie, jeśli kształ-

tują jego prawa i obowiązki w sposób sprzeczny z dobrymi obyczajami, rażąco naruszając jego intere-

sy. Przepis art. 383 [1] Kodeksu cywilnego przedstawia katalog przykładowych, niedozwolonych klauzul umownych, których stosowanie jest zabronione. Dodatkowo Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów prowadzi zbiór niedozwolonych klauzul umownych, które zostały za takie uznane przez Sąd Ochrony Konsumentów i Konkurencji. Stosowanie takich zapisów z jednej strony powoduje, że są one bezskuteczne w stosunku do konsumenta,



Pomimo zagwarantowanej ustawowo swobody zawierania umów, prawo ogranicza zawieranie umów prowadzących do wyzysku jednej strony przez drugą. Szczególną ochroną prawną objęte są objęte umowy przedsiębiorca - konsument

SWOBODA ZAWIERANIA UMÓW NIE JEST NIEOGRANICZONA

z drugiej zaś narażają przedsiębiorcę na ryzyko związane z kontrolą ze strony UOKiK i zastosowaniem określonych kar administracyjnych w razie ustalenia, że przedsiębiorca wprowadził do wzorców umownych określone niedozwolone klauzule umowne, a także wytoczeniem powództwa przed Sądem Ochrony Konkurencji i Konsumentów o stwierdzenie, że określone w umowie klauzule naruszają interesy konsumentów.

Zawierana umowa wzajemna musi być ekwiwalentna. Oznacza to, iż świadczeniu jednej strony odpowiada świadczenie drugiej strony. Weźmy tu za przykład umowę sprzedaży, gdzie świadczenie sprzedawcy, czyli towar winien odpowiadać świadczeniu kupującego, a więc wartości pieniądza za jaki jest sprzedawany. Nie znaczy to rzecz jasna, iż cena musi zawsze odpowiadać wartości towaru, gdyż mogą pojawić się dodatkowe okoliczności, wpływające na cenę, np. sprzedaż promocyjna, wyprzedaże, itp.

Kodeks cywilny piętnuje jednak tzw. wyzysk, czyli sytuację, gdy jedna strona, wyzyskując przymusowe położenie, niedołęstwo lub niedoświadczenie drugiej strony, w zamian za swoje świadczenie przyjmuje albo zastrzega dla siebie lub dla osoby trzeciej świadczenie, którego wartość w chwili zawarcia umowy przewyższa w rażącym stopniu wartość jej własnego świadczenia. W takim wypadku strona narażo-

na na wyzysk może żądać zmiany umowy, a nawet jej unieważnienia. Zawieranie umowy to ważna czynność, która powinna zostać przemyślana i dokładnie zaplanowana. Dotyczy to przede wszystkim umów ważnych, o znacznej wartości lub wzorców, na których następnie zawierane będą umowy z konsumentami. Najbezpieczniej, aby umowy były zawierane po konsultacji z prawnikiem i zaopiniowane przez prawnika, którym jest radca prawny lub adwokat. Taki prawnik posiada stosowną wiedzę, aby w najlepszy sposób zabezpieczyć interesy klienta, nie pozbawiając takiej umowy sensu gospodarczego.

Ponadto, adwokaci lub radcy prawni muszą się obowiązkowo ubezpieczać od odpowiedzialności cywilnej, stąd zaporafowanie przez niech umowy ogranicza ryzyko związane z jej zawarciem. W przypadku poniesienia szkody przez firmę na skutek niekorzystnych zapisów umownych, szkoda taka może zostać pokryta przez ubezpieczyciela.

Korzystnym i tanim rozwiązaniem jest korzystanie z wzorców umownych, przygotowanych przez prawników. Wzorce takie można pobrać również znaleźć w Internecie korzystając ze specjalistycznych serwisów. Istotne jest jednak, żeby serwis taki rzetelnie przygotowywał wzorce, dlatego warto za to nawet trochę zapłacić.

MAG

POLKSA PRZEDSIĘBIORCZOŚĆ - WYNIKI BADAŃ GEM POLSKA

W maju 2013 roku Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości opublikowała raport z badania Global Entrepreneurship Monitor – Polska 2012, który przedstawia sytuację rozwoju przedsiębiorczości w Polsce. Przedsiębiorczość Wiejska nie pisała o tym w poprzednich numerach, dlatego postanowiliśmy przybliżyć czytelnikom samo badanie oraz niektóre wnioski.

Badania GEM są realizowane w ramach największego międzynarodowego projektu badania przedsiębiorczości, który w 1997 został zainicjowany przez dwa ośrodki – Babson College (Boston) oraz London Business School. Podczas realizacji projektu, autorzy stawiają sobie wiele celów, których osiągnięcie ma przyczynić się do zrozumienia i porównania międzynarodowego, szerokiego spektrum przejawów przedsiębiorczości oraz czynników ją warunkujących. Stąd do głównych wymiarów analizy zalicza się każdorazowo mierzenie różnic w aktywności przedsiębiorczej pomiędzy krajami, identyfikowanie czynników determinujących poziom aktywności przedsiębiorczej oraz wskazywanie rozwiązań systemowych podnoszących poziom aktywności



Raport GEM powstał w Polsce w ramach projektu realizowanego przez Polską Agencję Rozwoju Przedsiębiorczości i Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach.

przedsiębiorczej.

Przeprowadzane w ramach projektu badania są olbrzymim przedsięwzięciem logistycznym. W edycji z 2012 roku, badaniami objęto 69 krajów świata, których liczba ludności stanowi ponad 74% ludności świata. Warto podkreślić, że pomimo tak dużego obszaru badań, stosowana jest każdorazowo jednolita metodologia, co umożliwia porównywanie zebranych danych. Aby zwiększyć trafność analiz i wysnutych wniosków, sto-

sowana jest triangulacja (łączenie) metod. W pierwszej kolejności przeprowadzane są badania ilościowe na próbie minimum 2000 dorosłych osób, natomiast w dalszej kolejności realizowane jest badanie jakościowe metodą wywiadów pogłębionych z ekspertami z dziedziny przedsiębiorczości w danym kraju.

POLSKA PRZEDSIĘBIORCZOŚĆ - WYNIKI BADAŃ GEM POLSKA

W Polsce, projekt realizowany jest od 2011 roku we współpracy Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości i Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach.

Raport GEM – Polska 2012 opisuje wiele ciekawych zagadnień dotyczących intencji i motywacji Polaków do zakładania działalności gospodarczej i jej rozwoju w porównaniu z innymi krajami europejskimi i Stanami Zjednoczonymi. Do-

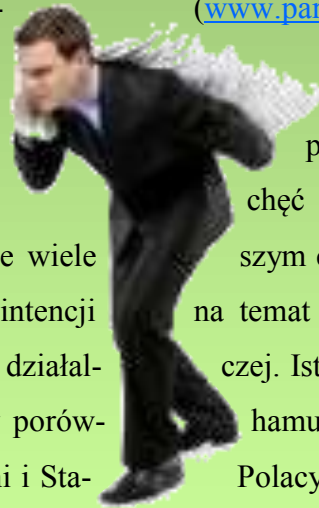
datkowo, opisana została zmiana, gdyż wszelkie analizy przeprowadzono w zestawieniu z wynikami badań z 2011 roku.

Raport przedstawia również szereg zmiennych kontekstowych, które mają wpływ na rozwój przedsiębiorczości. Analizie poddane zostały programy wsparcia, finansowanie działalności gospodarczej, transfer technologii a nawet spo-

łeczno – kulturowe uwarunkowania przedsiębiorczości w różnych grupach demograficznych.

Co kryje najnowszy raport o stanie polskiej przedsiębiorczości? Oto niektóre z wniosków, jakie postawili autorzy raportu. Wszystkich czytelników, którzy chcą zapoznać się z cało-

ścią raportu zapraszamy na stronę PARP (www.parp.gov.pl).



Polacy na tle innych krajów europejskich relatywnie często deklarują chęć założenia własnej firmy w najbliższym czasie i uznają, że mają sporą wiedzę na temat prowadzenia działalności gospodarczej. Istnieją jednak wyraźne czynniki, które hamują zapał i wykorzystanie tej wiedzy.

Polacy charakteryzują się wysokim poziomem strachu przed porażką, co często paraliżuje ich działania w kierunku rozpoczęcia i rozwoju firmy.

W Polsce prestiż przedsiębiorcy jest niski. Wielu ludzi uważa przedsiębiorców, zwłaszcza tych, którzy się dorobili, za złodziei i oszustów

Alarmujący powinien być również odnotowany spadek wśród osób, które potrafią dostrzec szanse biznesowe. W porównaniu z 2011 rokiem wynik procentowy spadł aż o 13 punktów. Niezachęcający jest również prestiż wynikający z bycia przedsiębiorcą



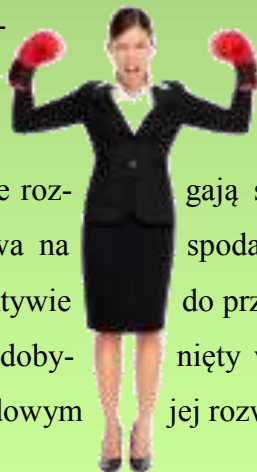
Polacy chętnie w porównaniu do innych nacji deklarują chęć założenia własnej firmy. Niestety, wielu z nich nie jest w stanie pokonać bariery jaką jest lęk przed porażką. Ich plany stworzenia własnej firmy pozostają w sferze marzeń.

w Polsce. Status takiej osoby w Polsce jest niski, a porównawcza analiza

względem roku 2011 wskazuje, że prestiż spada. Prawdopodobnie na taki stan rzeczy wpływają między innymi liczne afery finansowe, w których udział biorą przedsiębiorcy przedstawiani w mediach jako oszuści.

POLSKA PRZEDSIĘBIORCZOŚĆ - WYNIKI BADAŃ GEM POLSKA

Niepokoici również analiza motywacji i ambicji do prowadzenia działalności gospodarczej w Polsce. Sporo z badanych przedsiębiorców decyduje się na założenie własnej firmy z konieczności wynikającej ze złej koniunktury gospodarczej. To przekłada się bezpośrednio na ambicje rozwojowe tych firm, co z kolei wpływa na mały odsetek firm, które w perspektywie kilku lat tworzą nowe miejsca pracy, zdobywają pozycję na rynku międzynarodowym i zwiększają swoje przychody.



Analiza stanu przedsiębiorczości w Polsce nie przynosi zatem pozytywnych wyników. Za najważniejsze negatywne czynniki rozwoju przedsiębiorczości uważa należy niską umiejętność dostrzegania szansy biznesowej, wysoki strach przed porażką, niski status społeczny przedsiębiorców, wysoki odsetek zaprzestania działalności oraz niski odsetek ambitnych firm, które z czasem mogłyby stać się dojrzałymi przedsiębiorstwami. Jest to jednak tylko jeden z aspektów przedsiębiorczości analizowanej w raporcie GEM, dlatego nie należy na podstawie niniejszego artykułu tworzyć opinii na temat polskich przedsiębiorców. Jest z kim i nad czym pracować, ponieważ Polacy na tle Europejczyków charakteryzują się dużymi intencjami przedsiębiorczymi do zakładania własnych firm i wysoką samo-

Polskie kobiety, w przeciwieństwie do wielu Europejek, częściej niż mężczyźni dostrzegają szanse na rozpoczęcie działalności gospodarczej.

ceną wiedzy biznesowej. Dodatkowo, niezwykle cennym kapitałem do wykorzystania w rozwoju przedsiębiorczości w Polsce jest fakt, że Polska jest jednym z nielicznych krajów europejskich, w których kobiety częściej niż mężczyźni dostrzegają szanse na rozpoczęcie działalności gospodarczej. Ten genderowy aspekt podejścia do przedsiębiorczości nie powinien być pominięty w tworzeniu programów wspierających jej rozwój.

Prezentowany raport jest bogaty w liczne analizy i pogłębione interpretacje zaobserwowanych mechanizmów. Generalna konkluzja, jaką można postawić po przeczytaniu raportu sprowadzać powinna się do stwierdzenia „nie jest tak źle”. Nie oznacza to jednak, że jest dobrze, lecz to, że nadal niezwykle dużo potrzeba jest inwestycji (zarówno twardych i miękkich), aby dorównać do czołówki europejskiej pod względem rozwoju przedsiębiorczości. W przypadku obszarów wiejskich wydaje się, że ODR-y są doskonałymi instytucjami, które powinny wziąć na siebie ciężar szkoleń, pokazywania dobrych praktyk i porad dla doradców, którzy w terenie mają szansę propagować ideę przedsiębiorczości.

Adam Dąbrowski
Uniwersytet Jagielloński w Krakowie

DOBRE PRAKTYKI

W ostatnich czasach, bardzo często mówi się o dobrych praktykach, których promocja ma przyczynić się do rozwoju przedsiębiorczości. Generalna zasada, która w obiegowych opiniach jest aksjomatem stanowi, że naśladowanie spisanych dobrych praktyk przyczyni się do zapoczątkowania działalności, która jest wręcz „skazana” na sukces. Prosta implementacja, nawet dobrze rozpoznanych dobrych praktyk nie daje jednak żadnych gwarancji zadowolenia, a coraz śmieiej publikowane przykłady firm, które osiągnęły sukces mogą być niedźwiedzią przysługą dla tych wszystkich, którzy szukają inspiracji, aby rozwinąć swój biznes....

Ważne w tym względzie jest nie tylko prawidłowe opisanie dobrej praktyki, ale także załączenie do niej każdorazowo „instrukcji obsługi”. Autorzy opisanych przypadków nie mogą bowiem wiedzieć, kto będzie czytał ich teksty, a także do podjęcia jakich działań zachęci odbiorców „sprawdzony przepis na sukces”. Chciałbym zatem w pierwszej kolejności w kilku zdaniach opisać, co powinno być traktowane jako dobra praktyka oraz, jak z dobrze opisanym przypadkiem należy się obchodzić.

Dobra praktyka odnosi to studium przypadku konkretnego, zrealizowanego przedsięwzięcia, którego realizacja przyniosła pozytywne efekty zarówno dla osoby implementującej to rozwiązanie, jak i szerszej społeczności, w której jest ono realizowane. Przyjęcie tej definicji zmusza do pewnego ograniczenia, albo wydzielenia niektórych przedsięwzięć spośród wszystkich, które są np. rentowne z punktu widzenia ekonomicznego. Zatem, nawet bardzo dobrze prosperująca firma, która daje zadawalający dochód właścicielowi, będzie jedynie przejawem

gospodarności przedsiębiorcy, ale nie może być uznana (przy tak skrótowym opisie) jako dobra praktyka. Gdyby jednak wspomniana firma była miejscem pracy dla kilku, które zamieszkują tereny w bezpośrednim sąsiedztwie tej działalności (np. ta sama gmina lub gmina obok), wtedy możemy założyć, że opis może potencjalnie zostać opisany jako dobra praktyka. Różnica – można powiedzieć – jest zupełnie symboliczna, jednak z holistycznego punktu widzenia, jest to diametralna zmiana. Stworzenie miejsc pracy dla mieszkańców społeczności lokalnej, a zatem bezpośrednie przeciwdziałanie problemom społecznym, każdorazowo oddziałuje nie tylko na kieszeń przedsiębiorcy – właściciela firmy – ale również na szereg osób w społeczności lokalnej i – gdybyśmy poszli dalej – na wskaźniki makroekonomiczne. Co więcej, w dobrej praktyce oprócz interesu ekonomicznego ważne jest poczucie sprawstwa.

Często, odpowiedzialność o której mowa jest nazywane bardzo szczytnie jako misja, czy

DOBRE PRAKTYKI

idea firmy. Współczesny świat jest jednak zarządzony tak, że pieniądź w znakomitej mierze wyznacza status społeczny, jak i daje możliwość przeżycia, dlatego obecnie ze świeczką można szukać przedsiębiorstw, które rzeczywiście działają, aby realizować jakąś misję. Z reguły są to niestety tylko szczytne słowa, które mają zakamuflować zwykłą „maszynkę do robienia pieniędzy”. Tak więc odpowiedzialność to co cecha demarkacyjna przedsiębiorstwo, które nadaje się do opisanego jako dobra praktyka. Obłudne byłoby mówić, że firma, która jest nastawiona jedynie na generowanie zysku jest zła, jednak z punktu widzenia dobrej praktyki, trzeba szukać czegoś więcej. To coś to niewątpliwie, tzw. „otwarty umysł” przedsiębiorcy, który chce realizować interes ekonomiczny w połączeniu, albo z wykorzystaniem lokalnych zasobów, jednak to wykorzystywanie nie może być rozumiane jako eksploatacja z negatywnym ładunkiem tego terminu. Tak w skrócie można opisać przedsięwzięcie, które zasługuje na to, żeby być uznane za dobrą praktykę, którą warto „naśladować”.

Jak jednak zaznaczyłem na początku tekstu, naśladowanie nie może być prostym kopiowaniem i implementowaniem opisanych rozwiązań. Taki mechanizm z reguły nie przyniesie pożądanego efektów. Dzieje się tak, ponieważ niesłuchanie ważne przy opisie i odczytywaniu dobrych praktyk są wszelkie zmienne kontekstowe, które spowodowały, że akurat na da-

nym terenie, przy określonej kulturze, potencjale społecznym i ekonomicznym interes osiągnął sukces. Nierzadko jedna zmienna, np. ze struktury demograficznej obszaru może decydować o powodzeniu przedsięwzięcia. Innym razem mogą to być zmienne tak spersonalizowane (np. rola lidera w społeczności lokalnej), że warunki są nie do odtworzenia. Jednak i w takim przypadku przedsięwzięcie może zasługiwać na opisanie jako dobra praktyka, gdyż w opisie ważną zmienną jest opisanie mechanizmu dochodzenia do rozkwitu przedsięwzięcia. I tak, zupełnie indywidualne cechy lidera mogą być nie do odtworzenia w innym czasie i miejscu, ale sam mechanizm odnalezienia „przywódcy”, który potrafi pokierować zespołem i zadbać o dobro wspólne może być powielony.

Warto na koniec zatem przestrzec zarówno propagatorów dobrych praktyk jak i ich czytelników o ogromnej sile tego narzędzia służącego do rozbudzenia przedsiębiorczości i otwarcia umysłów. Siła ta może być kluczem do rozwoju zarówno w jednostek jak i całych społeczności, ale komunikat źle nadany i/lub odczytany może być wybitnie zgubny w skutkach. O tym warto pamiętać, niezależnie jaką rolę przyjmujemy w tym uproszczonym modelu komunikacyjnym.

Adam Dąbrowski
Uniwersytet Jagielloński w Krakowie

NA ZAKUPY ZA MIASTO

Zmieniające się przyzwyczajenia kulinarne Polaków powodują dynamiczny rozwój sektora usług gastronomicznych, ale nie tylko. Od kilku lat można odnotować ogromny wzrost zainteresowania gotowaniem w całym społeczeństwie. Za przyczynę takiego stanu rzeczy można uznać kilka mechanizmów, które zapewne nakładają się na siebie, ale żeby je omówić należy w pierwszej kolejności zwrócić uwagę na podłoże zmieniającego się społeczeństwa polskiego.

Współczesne czasy charakteryzują się dużą dynamiką życia codziennego. Czasy kryzysu – niezależnie od tego jak jest definiowany – powodują, że ludzie więcej czasu poświęcają na pracę. Są to czasy niepewności, dlatego wiele osób poszukuje również dodatkowych źródeł zarobkowania. Jednocześnie zmienia się również styl życia. Polacy coraz częściej starają się spędzać swój czas wolny na różnego rodzaju rozrywkach, uprawiając sport, czy poświęcając się swoim hobby. Pobudki są różne, od chęci przynależenia do określonej grupy społecznej, po czysto autoteliczne. Niezależnie od tego, czym ludzie kierują się podejmując kolejne wyzwania zajmujące ich czas, bardzo często cierpią na tym więzi społeczne, w tym te najcenniejsze między rodziną i przyjaciółmi. Obecnie zauważalny trend zwiększenia zainteresowania gotowaniem jest jedną z egzemplifikacji ogólnego zwrotu ku prywatności i rodzinie. Pomimo coraz większego zaangażowania w życie zawodowe i poświęcania czasu na własne przyjemności ludzie poszukują obszarów, w których mogliby odetchnąć. Najlepszą strategią jest łączenie wielu rzeczy i właśnie dlatego – jak zauważa socjolog dr T. Sobieraj-

ski – gotowanie przeżywa obecnie swój renesans. Wspólne „pichcenie” jest sposobem z jednej strony na urozmaicenie wieczoru, czy weekendu, z drugiej strony jest to czas, który można spędzić z najbliższymi. Coraz wyraźniej widać potrzebę oddzielenia sfery prywatnej i zawodowej, co jest spowodowane większą dbałością o siebie, swoją kondycję i jakość spędzania wolnego czasu. Wspólne gotowanie, oprócz oczywistych walorów smakowych ma swoją magiczną moc przyciągania ludzi i poczucia wspólnej sprawy. Każdy jest odpowiedzialny za określoną czynność w przygotowywaniu wyśmienitej potrawy. Późniejsza, wspólna konsumpcja jest również momentem magicznym, podczas którego poznajemy ludzi, pielęgnujemy i rozwijamy relacje społeczne. Tak funkcjonują między innymi „kluby latającego talerza”. Formuła jest prosta, ludzie – często nieznajomi – umawiają się na wspólne gotowanie. Ustalają, kto kupuje jakie produkty i przygotowują wspólnie posiłek. Takie kluby działają w większości polskich dużych miast, ale ich rozwój może być korzystny również dla mieszkańców obszarów wiejskich. Nie można określić jednoznacznie mechanizmu przyczyn-

NA ZAKUPY ZA MIASTO

nowo skutkowego, ale można wyraźnie zauważyć, że rozwój zainteresowania wspólnym gotowaniem idzie w parze ze wzrostem wiedzy na temat żywienia i produktów spożywczych wśród społeczeństwa. Obecnie rynek produktów ekologicznych rozwija się niezwykle dynamicznie, a przecież nie tylko produkty z naklejką „eko” są pożądane przez kucharzy – również amatorów. Ludzie coraz częściej sięgają po owoce i warzywa uprawiane w przydomowych ogródkach, co jest gwarancją wysokiej jakości. Na wspólne spotkania przy kuchni każdy przynosi produkty, które nie będą jedynie wypełnieniem potrawy, ale nadadzą jej unikalny smak i aromat, dlatego popularne stały zakupy na różnego rodzaju targach i bazarach, a także bezpośrednio u rolników. Wysoka świadomość w przygotowywaniu potraw wiąże się zatem nie tylko z chęcią przygotowywania potraw, ale przyrządzania potraw smacznych i zdrowych. Marketowe marchewki mogą być wręcz źle odebrane przez gości przybyłych na kolację w ramach „klubu latającego talerza”. Dodatkowo „mistrzowie kuchni” bardzo często wykorzystują produkty regionalne i sezonowe, co tym bardziej skłania ich do zakupów poza marketami. Przedstawiciele coraz modniejszego ruchu slow food, w ramach którego promowane jest zdrowe, regionalne jedzenie mogą być zatem doskonałym targetem rolników oferujących dobrej jakości produkty w przystępnych cenach, a także grup producenckich, które mogłyby przygotować specjal-

ną ofertę właśnie dla tych odbiorców.

Na zakończenie kilka danych, które przekonują o tym, że warto inwestować w jakość oferowanych produktów. Trzeba jednak pamiętać, że o tej jakości muszą dowiedzieć się nasi potencjalni klienci, do których należy umiejętnie dotrzeć. Szacuje się, że rynek żywności ekologicznej w Polsce jest wart ok 600 mln zł i w porównaniu do rynku tradycyjnej żywności powiększa się szybko – ok 20-30 % rocznie. Związane jest to z opisanymi wyżej trendami. Jak wynika z przeprowadzonych przez OBOP (2012) badań dotyczących żywności ekologicznej, jedynie 4 % Polaków wie, czym jest żywność ekologiczna, natomiast jedynie 0,2 % żywności spożywanej w Polsce jest ekologiczna (średnie spożycie takiej żywności w krajach starej UE to ok 3%). Na uwagę zasługuje fakt, że najczęściej zakupów ekologicznych Polacy dokonują bezpośrednio u rolników. Tendencja do większego dbania o jakość produktów spożywczych, bez względu na to czy będzie to za sprawą mody na zdrowe odżywianie, popularyzacji gotowania przez media, czy potrzeby wspólnego spędzania czasu będzie się nasilała. Producenci mogą fantastycznie wykorzystać ten czas. Do produktów, które już mają muszą dodać szczyptę pomysłu na sprzedaż, garść narzędzi dotarcia do klienta, przesłać to przez sito możliwości i wstawić do piekarnika aż do zarumienienia.

Adam Dąbrowski, Uniwersytet Jagielloński

PILOTAŻOWE SZKOLENIE W ZAKRESIE ROZWOJU MARKETINGU BEZPOŚREDNIEGO

Centrum Doradztwa Rolniczego w Brwinowie Oddział w Krakowie zrealizowało w ramach Planu działania Sekretariatu Centralnego Krajowej Sieci Obszarów Wiejskich pilotażowe szkolenie dla doradców rolnych w zakresie rozwoju marketingu bezpośredniego, związanego w szczególności ze sprzedażą bezpośrednią na lokalnych targowiskach..

Całe szkolenie wykładowo-warsztatowe realizowane było w dwóch formach: zdalnej i stacjonarnej (blended learning). W dniach 16-17 grudnia w Centrum Doradztwa Rolniczego w Brwinowie Oddział w Krakowie zrealizowano część stacjonarną pilotażowego szkolenia. Forma zdalna realizowana w terminie 17-24.12.2013r. w formie szkolenia internetowego była uzupełnieniem i dostępnym online zasobem wiedzy dotyczącej sprzedaży bezpośredniej produktów rolno-spożywczych (e-learning). Celem głównym szkolenia stacjonarnego było wyposażenie doradców w podstawowy zasób wiedzy na temat uwarunkowań, zasad i technik stosowanych w sprzedaży bezpośredniej produktów rolnych.

Uczestnicy szkolenia mieli możliwość zapoznać się z ogólnymi zasadami ekonomicznymi prowadzenia gospodarstwa rolnego. Wykorzystywanie form sprzedaży bezpośredniej w gospodarstwie rolno-produkcyjnym i mikroprzedsiębiorstwach wymaga wszakże ogólnej znajomości rachunku ekonomicznego i podstaw efektywnego gospodarowania

Doradcy rolni mieli również szanse zapoznania się z podstawami marketingu w produkcyjnym gospodarstwie rolnym. Podejście marketingowe, niezbędne jest w sprzedaży bezpośredniej i wymaga przede wszystkim orientacji na klienta.

Uczestnikom przedstawiono również sposoby dystrybucji i sprzedaży produktów rolno -

spożywczych. Szczególną uwagę zwrócono tu na sprzedaż targowiskową, która zapewnia pełną kontrolę producenta nad własnym produktem i umożliwia kształtowanie miejsca sprzedaży według własnej wiedzy i umiejętności.

Doradców zapoznano także z zasadami odpowiedniej prezentacji towarów potencjalnym konsumentom, tworzenia oznaczeń cenowych. Przekazano im wiedzę na temat zachowań klientów w miejscach sprzedaży, dających duże możliwości wpływu na decyzję zakupu. Otrzymali oni także podstawowe informacje w zakresie kalkulacji ceny czy marży handlowej oraz odpowiedniego dostosowania jej do potrzeb klienta, działań konkurencji i konieczności prowadzenia działań promocyjnych.



PILOTAŻOWE SZKOLENIE W ZAKRESIE ROZWOJU MARKETINGU BEZPOŚREDNIEGO

W procesie sprzedaży produktów rolno-spożywczych, ja w każdym innym procesie o charakterze transakcyjnym niezwykle ważną rolę odgrywają umiejętności miękkie. Zapoznano toteż uczestników również z zasadami obsługi klienta i technikami sprzedaży

Najbardziej wartościową metodą uczenia się i zdobywania umiejętności jest analiza i ocena dobrych praktyk i analiza studiów przypadków w zakresie sprzedaży bezpośredniej na rynkach zagranicznych i rynku krajowym. Dzięki temu można wiele sprawdzonych rozwiązań zaadaptować i wprowadzić do własnych działań ale również wskazać ewentualne kierunki dla innych instytucji wspierających rozwój produkcji rolno-spożywczej np. gminy.

Sprzedaży bezpośrednia jest wszakże realizowana w rozwiniętej formie w różnych krajach europejskich posiadających dużą tradycję w tym zakresie oraz rozwinięte formy instytucjonalnego wsparcia tej formy sprzedaży, szczególnie na rynkach regionalnych

Sytuację w zakresie sprzedaży bezpośredniej we Włoszech opisała pani Francesca Caccioli z Florencji, Project Manager w Innovative Services for SME.

We Włoszech sprzedaż bezpośrednia do konsumentów obejmuje około 17% wszystkich gospodarstw. Miejscami najczęściej używanymi do sprzedaży bezpośredniej są odpowiednio dostosowane pomieszczenia przedsiębiorstwa rolnego (68,9%). Następnie sklepy firmowe

(17,9%), targi rolne z 8,7% udziałem, a 5,7% gospodarstw oferuje dostawy do domu. W wydarzeniach i targach handlowych bierze udział 26,9% gospodarstw. Rolę i mechanizm funkcjonowania

sprzedaży bezpośredniej w Bawarii, jednym z landów niemieckich, przedstawiła Pani Monika Simon z Monachium, zatrudniona w Bayerische Landesanstalt für Landwirtschaft

(LfL) Institut für Ernährungswirtschaft Märkte (IEM) Sprzedaż bezpośrednia jest ważna dla wielu gospodarstw rolnych w Bawarii. Bawarskie Ministerstwo Żywności, Rolnictwa i Leśnictwa szacuje, że istnieje

ok. 3500 bezpośrednich sprzedawców rolnych, co stanowi 3 % ogółu wszystkich gospodarstw rolnych w Bawarii. W Niemczech ok. 50 % bezpośrednich sprzedawców rolnych znajduje się w południowej części kraju (w Bawarii i Badenii-Wirtembergii), ze względu na dużą popularność sprzedaży bezpośredniej w tym regionie.



PILOTAŻOWE SZKOLENIE W ZAKRESIE ROZWOJU MARKETINGU BEZPOŚREDNIEGO

Sprzedaż bezpośrednia w rolnictwie niemieckim jest rozumiana jako **bezpośrednia sprzedaż** produktów rolnych **od producenta do konsumenta** w gospodarstwach, na targowiskach albo we własnych sklepach.

Schemat istniejącej sprzedaży bezpośredniej wygląda następująco

- sprzedaż w gospodarstwach rolnych
- (cotygodniowe) targowiska
- stragany
- (sezonowo) sprzedaż przydrożna albo sprzedaż na polach / plantacjach (np. szparagi, dynie ozdobne, truskawki, wiśnie, jabłka)
- Pick-your-own („prosto z krzewu” np.: jagody, owoce)
- sklep przy gospodarstwie
- systemy dostaw stałych lub abonamentowych

W trakcie prezentacji przedstawionej przez specjalistę CDR dotyczącej zasad i mechanizmów funkcjonowania sprzedaży bezpośredniej w Austrii uczestnicy szkolenia dowiedzieli się m.in, że sprzedaż bezpośrednia w Austrii przyjmuje następującą postać

- sprzedaż na miejscu
- zbiór przez kupującego
- sprzedaż przydrożna
- sprzedaż przez rolników na targowisku
- dostawa przez sprzedającego

- sprzedaż przez centrale sklepów rolniczych
- Poczęstunek „Buschenschank”
- sprzedaż poprzez wspólnoty producencko-konsumenckie - Food Coops
- sprzedaż w sklepach detalicznych, w sklepach ze zdrową żywnością, delikatesach.

Około jedna trzecia gospodarstw w Austrii prowadzi sprzedaż bezpośrednią. Głównym kanałem dystrybucji bezpośredniej w Austrii jest sprzedaż z gospodarstwa, następnie, rynki rolników i dystrybucja do domu konsumenta. W Austrii testowane są także nowe koncepcje

sprzedaży, jak choćby "Sprzedaż bezpośrednia w supermarkecie".

Co chodzi o przykłady polskie, uczestnikom szkolenia zostały przybliżone zasady funkcjonowania inicjatywy odrolnika.pl, polegającej

zasadniczo na prowadzeniu sprzedaży bezpośredniej produktów rolnych z małych i rodzinnych gospodarstw rolnych drogą internetową (tzw. paczka od rolnika z dostawą do miasta).

Omówiono również przykład Krakowskiej Kooperatywy Spożywczej. Tutaj to konsumenci sami się organizują. Wszyscy członkowie przedstawiają listę potrzebnych im w danym momencie ekologicznych artykułów rolnych. Jeden z członków udaje się do rolników współpracujących z Kooperatywą i nabywa odpowiednie dobra dla wszystkich, a następnie rozwozi je do zamawiających. Kooperatywa ne-



PILOTAŻOWE SZKOLENIE W ZAKRESIE ROZWOJU MARKETINGU BEZPOŚREDNIEGO

gocjuje ceny z ich wytwórcami, a omińnięcie pośredników powoduje, że praktycznie nie przekraczają one cen obowiązujących na rynku. Jak na razie wszystko to funkcjonuje na zasadzie tzw. pracy społecznej.



zapoznania się z bliska z zagadnieniami dotyczącymi marketingu bezpośredniego, uczestnicy mogli usłyszeć opinie dotyczące systemu sprzedaży bezpośredniej w Polsce od przedstawicieli rolników, osób związanych z funkcjonowaniem targowiska oraz przedstawicieli władz samorządowych.

W drugim dniu szkolenia warsztaty zasadniczo realizowane były na miejskim targowisku w Lelowie powstałym w ramach programu „Mój rynek”. Dzięki temu, oprócz możliwości

Mateusz Grojec
CDR o/Kraków

„Europejski Fundusz Rolny na rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich: Europa inwestująca w obszary wiejskie.”
Projekt opracowany przez Ministerstwo Rolnictwa i Rozwoju Wsi
Projekt współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Pomocy Technicznej Programu Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2007-2013
Institucja Zarządzająca Programem Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2007-2013 –
Minister Rolnictwa i Rozwoju Wsi

