

## Spis Treści

⇒ Wstęp .....	2
⇒ Informacja o ekspertach poszczególnych dziedzin .....	3
⇒ Ekonomiczne aspekty prowadzenia działalności gospodarczej na obszarach wiejskich, Katarzyna Duczkowska-Małysz, Małgorzata Duczkowska-Piasecka .....	4
⇒ Wybrane aspekty prowadzonej działalności gospodarczej na wsi na przykładach przedsiębiorstw:	
⇒ Soki Maurera .....	8
⇒ Agroturystyka Dziki Zachód .....	12
⇒ Galeria „Cztery strony świata” .....	14
⇒ Tatarska Jurta w Kruszynianach.....	17
⇒ Zakład Produkcyjno – Handlowy M&M Ciećwiera.....	21
⇒ Centrum Turystyki Niekonwencjonalnej .....	24
⇒ Przedsiębiorstwo „Pronat” .....	27
⇒ Wytwarzanie energii elektrycznej.....	29
⇒ Zajazd Karłów CARLSBERG .....	31
⇒ PPHU Szyszka .....	33
⇒ PPU „Peno” Janina Walicka.....	35
⇒ Szlak Ginących Zawodów .....	37
⇒ Sklep internetowy z odzieżą Disney’a dla dzieci .....	39
⇒ „Jata” – produkcja wykrojników.....	41
⇒ Instytucje wspierające rozwój przedsiębiorczości wiejskiej w Polsce .....	44

Baza danych Agrinpol prezentuje opisy podejmowanej przez mieszkańców wsi pozarolniczej działalności gospodarczej. Ponad trzy tysiące opisów wiejskich przedsiębiorstw z całej Polski jest zbiorem pomysłów na źródło alternatywnego dochodu. Żaden z opisów nie jest modelem do bezpośredniego, automatycznego kopiowania, ale wszystkie są opisami z powodzeniem zrealizowanych pomysłów na wiejski biznes i wszystkie mogą być źródłem doświadczeń i wniosków dla mieszkańców wsi, którzy zastanawiają się nad podjęciem działalności gospodarczej.

Broszura zawiera informacje, uwagi i porady dotyczące uruchamiania i prowadzenia działalności gospodarczej na wsi, które siedmiu wybranych ekspertów z różnych dziedzin formułuje odwołując się do szesnastu przykładów działalności wybranych z bazy [www.agrinpol.pl](http://www.agrinpol.pl). Prezentowana broszura pomagać ma przeglądającym bazę Agrinpol w wyciągnięciu wniosków i nauki z doświadczeń opisywanych przedsiębiorców i być może w jakimś stopniu pozwolić uruchomić własną działalność szybciej, skuteczniej i unikając błędów, które mogliby popełnić.

**Jan Saloni**  
**Kierownik Projektu Agrinpol**

## Informacja o ekspertach poszczególnych dziedzin

Katarzyna Duczkowska-Małysz (ekonomia)	Profesor ekonomii zajmująca się problematyką modernizacji rolnictwa, rozwojem obszarów wiejskich, przemianami społeczności wiejskich i problemami społecznymi wsi w kontekście członkostwa Polski w Unii Europejskiej. Jej drugim obszarem zainteresowań jest integracja europejska, trzecim - rozwój lokalny i regionalny. Wykładowca Szkoły Głównej Handlowej i Wyższej Szkoły Ekonomicznej w Warszawie.
Małgorzata Duczkowska-Piasecka (ekonomia)	Profesor ekonomii. Wykładowca Szkoły Głównej Handlowej w Warszawie, Almater - Wyższej Szkoły Ekonomicznej w Warszawie i Państwowej Wyższej Szkoły Zawodowej w Płocku. Zajmuje się biznesem międzynarodowym, lokalną i regionalną przedsiębiorczością, strategicznymi zmianami w przedsiębiorstwach, a także zarządzaniem projektami UE.
Robert Romanowski (marketing)	Pracownik Katedry Handlu i Marketingu Akademii Ekonomicznej w Poznaniu oraz wieloletni współpracownik organizacji zajmujących się wsparciem rozwoju obszarów wiejskich.
Tomasz Tatomir (strona formalno-prawna)	Radca prawny. Członek Rady Nadzorczej Wojewódzkiego Funduszu Ochrony Środowiska i Gospodarki Wodnej we Wrocławiu, dyrektor wrocławskiego Oddziału Kancelarii Prawnej Chałas i Wspólnicy, specjalista w dziedzinie prawa gospodarczego, prawa handlowego, prawa ochrony środowiska i nieruchomości.
Remigiusz Orzechowski (księgowość i podatki)	Pracownik naukowy SGH specjalizujący się w problematyce zarządzania małymi i średnimi przedsiębiorstwami.
Marek Panfil (dostępne środki finansowe)	Doktor ekonomii, wykładowca SGH specjalizujący się między innymi w problematyce finansowania małych i średnich przedsiębiorstw. Autor licznych publikacji, w tym poradnika „Zarządzanie należnościami w MSP” (do ściągnięcia ze strony PARP), książki „Fundusze private equity”. „Wpływ na wartość spółki” (Difin, 2005) oraz współredaktor książki „Metody wyceny spółki. Perspektywa klienta i inwestora” (Poltext, 2006).
Wojciech Murzyn (internet)	Konsultant doradzający w sprawach komunikacji. Nauczyciel technik prezentacji, przygotowywania i prezentowania informacji w mediach elektronicznych, wykładowca akademicki. Autor publikacji na temat komunikowania się, biznesowego wykorzystania Internetu, obsługi klienta. Należy do międzynarodowych stowarzyszeń: IEEE Professional Communication Society i Society for Technical Communication. Prowadzi witryny internetowe <a href="http://www.e-biznes.biz">www.e-biznes.biz</a> i <a href="http://www.sztukaprezentacji.pl">www.sztukaprezentacji.pl</a> .

## **Ekonomiczne aspekty prowadzenia działalności gospodarczej na obszarach wiejskich**

Na obecnym etapie rozwoju ekonomicznego Polski i jej poszczególnych regionów główne znaczenie dla wzrostu poziomu dobrobytu na wsi będzie miała pozarolnicza działalność gospodarcza. Działalność ta, dynamiczna, efektywna i zróżnicowana, przyspieszy pożądane przemiany w samym rolnictwie, ale przede wszystkim przyczyni się do zmiany struktury społeczno-zawodowej wsi, wzrostu dochodów rodzin rolniczych, podniesienia stopnia urbanizacji i uprzemysłowienia obszarów wiejskich, a przez to – przyspieszenia przemian cywilizacyjnych wsi.

Ekonomia tej działalności musi brać pod uwagę dwa aspekty:

- z jednej strony są to mikro- lub małe firmy, których istota jest taka sama, jak każdego przedsiębiorstwa operującego na rynku w mieście,
- z drugiej – firmy te mają niewątpliwie swoją specyfikę, wynikającą z silnych powiązań z gospodarstwem rolnym (przez czynniki ziemi, pracy, kapitału) i rodziną wiejską, lokalnymi zasobami oraz ze znacznie większych niż w miastach utrudnień w prowadzeniu działalności gospodarczej (brak usług lub trudniejszy do nich dostęp, gorsza infrastruktura, słabsza łączność, brak dostępu do instytucji około-biznesowych).

Pokazane przykłady przedsiębiorczości wiejskiej dowodzą, że nowa fala uprzemysłowienia i urbanizacji polskiej wsi dokonuje się w małych formach, na ogół rodzinnych i indywidualnych firmach, dzięki inicjatywie osób prywatnych i w przeważającej mierze przez zaangażowanie ich środków finansowych. Przykłady te dowodzą także, iż obszary wiejskie w Polsce znajdują się w początkowym stadium rozwoju pozarolniczej działalności gospodarczej na obszarach wiejskich i choć nie brakuje przykładów fachowo zarządzanych przedsiębiorstw (także powiązanych z rynkiem zagranicznym), przygotowujących na rynek profesjonalne, wysokiej jakości wyroby - krajobraz polskiej wsi nadal jest zdominowany przez gospodarstwa rolne, obok których z rzadka pojawiają się inne rodzaje działalności gospodarczej. Stosunkowo niewiele jest przedsięwzięć uruchamianych przez rolników lub mieszkańców wsi, fachowych, opartych na rzetelnej wiedzy, znajomości zasad rynku, zarządzania i strategicznego myślenia.

Wskazują na to zachowania poszczególnych właścicieli firm, inspirowane duchem przedsiębiorczości. Podejmują oni działalność w różnych branżach głównie po to, aby poprawić warunki bytu swoje i rodziny.

I choć Polska – jako członek Unii Europejskiej, jest uprawniona do korzystania z funduszy strukturalnych od 2000 r. – w tym: na rozwój wiejskiej przedsiębiorczości – w krajobrazie gospodarczym obserwuje się w tym względzie ledwie widoczne zmiany.

Występują duże zróżnicowanie branż, w których powstają przedsięwzięcia: poczynając od wytworów własnych umiejętności (pracownia artystyczna), poprzez przetwórstwo własnych produktów (soki), prowadzenie przedsięwzięć turystycznych (agroturystyka i turystyka wiejska) do przedsięwzięć nie związanych ani z gospodarstwem rolnym ani nawet ze wsią (internetowy sklep z odzieżą dziecięcą, wykrojniki).

Przykłady pokazują, że przedsiębiorcy wykazują się wielką pomysłowością, a uruchamiając przedsięwzięcie bez badań rynku i kierując się głównie własną intuicją w biznesie – minimalizują ryzyko, rozpoczynają działalność ostrożnie i tak aby nie ponosząc wysokich nakładów kapitałowych osiągać zyski.

W ramach uruchomionych przedsięwzięć kupującemu przedstawiona jest na ogół szeroka oferta rynkowa (różne produkty, gama produktów, szeroki asortyment usług). Także przeważnie w planach tych firm znajdujemy dalsze propozycje dywersyfikacji produkcji (rozszerzenie profilu firmy).

Uruchamiana działalność pozarolnicza tylko częściowo jest związana z gospodarstwem rolnym (agroturystyka, soki, wiklina), poza tym występują przedsięwzięcia, które wprawdzie zlokalizowane są na wsi, ale powstałe nie na bazie gospodarstwa rolnego (działalność artystyczna, turystyka wiejska, działalność produkcyjna, sklep internetowy).

Świadczy to o pomysłowości przedsiębiorców, próbach wyczuwania rynku (co się sprzedaje) i wchodzeniu w nisze rynkowe, nie związane z gospodarstwem rolnym. Można powiedzieć, że poszukiwanie kierunków działalności gospodarczej nie opartych o zasoby gospodarstwa rolnego i produkcję rolną (sklep internetowy, wykrojniki) przesuwają wiejską przedsiębiorczość ku nowemu – wyższemu etapowi. Wymaga ona większego ryzyka i kontaktów z innymi klientami, a także - zwrócenia uwagi na otoczenie firmy.

Główną bazą dla powstałych przedsięwzięć są lokalne zasoby:

- własne zdolności i umiejętności (pracownia artystyczna „Cztery strony świata”);
- lokalne, a w każdym razie wiejskie tradycje, wartości kulturowe („Muzeum Wsi Polskiej” w województwie lubelskim, pracownia „Cztery strony świata” w warmińsko-mazurskim, „Szlak ginących zawodów” w dolnośląskim, „Tatarska Jurta w Kruszynianach” w podlaskim);
- zasoby przyrodnicze i krajobrazowe (agroturystyka „Dziki zachód” w zachodniopomorskim, „Gospodarstwo „Słoneczna dolina” i „Centrum turystyki Niekonwencjonalnej” i „Zajazd Karłów” w województwie dolnośląskim);
- produkty pochodzenia rolniczego (soki w woj. małopolskim, wiklina w woj. podkarpackim, wyroby drewniane w woj. lubelskim, szaszłyk w woj. lubuskim).

Przedstawione przedsiębiorstwa funkcjonują jako tzw. mikro- i małe firmy; największe zatrudnia 20 osób. Mają jednak ważne znaczenie na lokalnym rynku pracy: wszystkie tworzą miejsca zatrudnienia albo dla rodziny i dla osób z zewnątrz, albo tylko dla rodziny. Występuje pewna prawidłowość. Im bardziej przedsiębiorstwo związane jest z gospodarstwem rolnym i ma ściślejszy kontakt z lokalnymi zasobami, tym częściej tworzy miejsca pracy głównie dla własnej rodziny. Trzeba podkreślić, że prawie każde miejsce pracy pośrednio także przyczynia się do aktywizacji lokalnego rynku pracy.

Przedsiębiorstwa działają na małą skalę, chociaż ich produkty sprzedawane są na terenie całej Polski, a często i za granicą (wiklina, wykrojniki); także firmy usługowe (usługi turystyczne) znajdują klientów z zagranicy (Czesi, Niemcy), co jest dla nich – na ogół nie uświadomioną – szansą na przyszłość.

Nawet najmniejsze firmy dostrzegają w swoim funkcjonowaniu problemy (bariery). Najczęściej zgłaszają dwa rodzaje problemów: brak odbiorców lub niedostatki finansowe. Przy tych niedostatkach finansowych część przedsiębiorców dostrzega także wysokie własne koszty produkcji (np. koszty zatrudnienia pracowników najemnych). Pojedyncze firmy zgłaszają także inne problemy, czasami bardzo ważne, mogące stanowić barierę w prowadzeniu dalszej ich działalności (np. braki wody, wysokie podatki od nieruchomości).

Niemal wszystkie przedstawione przedsiębiorstwa zgłaszają zapotrzebowanie na odbiorców/hurtowników jako poszukiwanych partnerów. Czasami (jak w przypadku usług turystycznych) jest to mało zrozumiałe i stawia pod znakiem zapytania menedżerskie kwalifikacje zarządzającego firmą. Duża część przedsiębiorstw poszukuje partnerów w tej samej działalności, czyli prowadzących takie same przedsięwzięcia, choć nie zgłasza chęci łączenia się czy budowania innych więzi z partnerem o takim samym profilu.

Na tle tak scharakteryzowanych przedsiębiorstw nasuwają się ogólniejsze wnioski, które mogą być pomocne przy analizach procesów gospodarczej aktywizacji obszarów wiejskich i ich społeczno-ekonomicznych skutkach.

1. Niewątpliwie przegląd tych firm - nawet najdrobniejszych - dowodzi, że mamy do czynienia z przedsiębiorcami, i to zarówno ze względu na ich status (prowadzą działalność gospodarczą), jak i ze względu na postawy (widzą konieczność dalszych zmian, mają plany inwestycyjne, dalsze propozycje dywersyfikacji działalności, tworzą miejsca pracy).
2. Część tych przedsiębiorców odnosi prawdziwe sukcesy, i to albo usypia ich czujność wobec rynku, albo wskazuje na ich krótkowzroczność w dalszym postrzeganiu swojej firmy, a zwłaszcza w uświadamianiu sobie zagrożeń czy problemów. Wszędzie tam, gdzie z obrazu przedsiębiorstwa można wyczytać sukces (z różnych rubryk), przedsiębiorca nie zgłasza żadnych problemów z prowadzeniem działalności gospodarczej. Oznacza to, że nie myśli strategicznie, a doraźnie, w kategoriach krótkiego okresu, czyli nie jest świadom tego, że źródła sukcesu wysychają i należy poszukiwać nowych. Przedsiębiorcy nie dostrzegają żadnych poważnych barier. Wskazują na doraźne przeszkody, które – jeśli zostałyby usunięte (np. pojawiłyby się hurtownik) – biznes kwitłby bez przeszkód. Potwierdza to tezę o wchodzeniu w działalność gospodarczą dzięki intuicji, bez świadomości, że ugruntowana wiedza o rynku, jego złożonych mechanizmach, zależnościach i zagrożeniach jest niezbędna, aby osiągnąć sukces. Nie widać, aby właściciel któregośkolwiek z przedstawianych firm stawiał sobie pytanie: jak będzie rozwijać się moje przedsięwzięcie, jak będzie wyglądać jutro, pojutrze za pięć czy dziesięć lat.
3. Generalnie więc daje się zauważyć brak strategicznego myślenia, nastawienie na działania doraźne, krótkoterminowe. Przyczyn takiego stanu rzeczy należy szukać w niedostatku wiedzy i stosunkowo dobrej jeszcze dziś sytuacji dochodowej przedsiębiorstwa, któremu zadowolenie z bieżącej sytuacji przysłania myślenie o przyszłości.
4. W działalności tych firm zaskakująco rzadko obecna jest główna siła sprawcza rozwoju – „niewidzialna ręka rynku – konkurencja”. Stosunkowo niewielu przedsiębiorców o niej wspomina i uświadamia sobie zagrożenie ze strony konkurencji – nawet wśród problemów wymienia się konkurencję jako istniejące zjawisko niespodziewanie rzadko. To może być groźne, bo konkurencja ma tendencje nasilające się w każdej dziedzinie i jest przyczyną wielu późniejszych bankructw. To ona nakazuje modernizować przedsiębiorstwo, liczyć i obniżać koszty, prawidłowo kształtować ceny, dbać o jakość, zdywersyfikować firmę i budować aliance z innymi firmami.
5. Powszechne wskazania na problemy finansowe odzwierciedlają nieustanne sentymenty do wsparcia ze środków publicznych. Zgłaszane wśród problemów trudności finansowe nie odnoszą się bowiem do zbyt niskich dochodów, lecz braku „wsparcia” finansowego z zewnątrz - czy zgoła braku dotacji. Dominuje silne przekonanie, że pieniądź (który mógłby przyjść od sponsora) rozwiąże wszystkie problemy. Jest to także niebezpieczny punkt widzenia, gdyż - z jednej strony - pozwala zdjąć z właściciela (zarządzającego) odpowiedzialność za podejmowane decyzje, z drugiej zaś – kolejny raz potwierdza, że przedsiębiorcy nie rozumieją, że sukces firmy zależy od przyjęcia właściwej strategii rynkowej i głębokiej wiedzy o rynku, nieustannie zaś – jak kilkanaście lat temu, u początków transformacji gospodarczej - oczekują na mityczną „pomoc z zewnątrz” . Jednocześnie zaskakująco mało obecne są środki Unii Europejskiej – przedsiębiorcy rzadko wspominają o nich jako o szansie na przyszłość czy o wysiłkach związanych z ubieganiem się o nie.
6. Niepokoi brak ze strony przedsiębiorców zapotrzebowania na wiedzę, informację i doradztwo. Żaden z przedsiębiorców nie zgłosił także wśród inwestycji – potrzeby zinformowania swojej działalności. Taki stan rzeczy potwierdza, że ta przedsiębiorczość jest na wstępnym etapie rozwoju – uruchomienia nadwyżkowych zasobów; natomiast inne etapy: takie jak świadome zarządzanie, wprowadzenie elementów strategicznego myślenia, działania w partnerstwie, wejście do sieci – są jeszcze dla wielu dość odległą perspektywą.

7. We wszystkich przypadkach funkcje zarządzających pełnią właściciele. To świadczy o małej skali działalności, ale w powiązaniu z brakiem zgłoszenia potrzeb odnośnie zdobywania i doskonalenie wiedzy czy konieczności korzystania z doradztwa – może w przyszłości stanowić poważny hamulec w dalszym rozwoju firmy.

Polska wieś niewątpliwie wkroczyła w okres modernizacji i wielozawodowego, wielofunkcyjnego rozwoju. Efektem tego są właśnie pojawiające się pozarolnicze przedsięwzięcia. Warto jednak wiedzieć, że nie rozwiną się one same. Rozbudzanie wśród potencjalnych biznesmenów postaw proprzedsiębiorczych, kształcenie i doksztalcanie w duchu przedsiębiorczości, zgłębianie wiedzy o mechanizmach rynku, zasadach zarządzania, regułach marketingu czy zachowaniach konsumenta musi być przedmiotem wielu celowo uruchamianych programów. Dla przekształceń modernizacyjnych polskiej wsi i rolnictwa nie ma ważniejszego problemu niż złagodzenie zjawiska ukrytego bezrobocia, które dosięga być może nawet około dwóch milionów osób.

**Wybrane aspekty prowadzenia działalności gospodarczej  
na wsi na przykładach przedsiębiorstw**



## SOKI MAURERA

Krzysztof Maurer  
Zarzecze 1  
33-390 Łącko  
(018) 444-64-27  
0601 877 001

soki@maurer.com.pl

www.maurer.com.pl, www.agrinpol.pl/soki\_maurera



### Krótki opis - na czym polega prowadzona działalność pozarolnicza

W 2002 roku w gospodarstwie zainstalowaliśmy, tradycyjną ekologiczną prasę. Soki tłoczmy z własnych owoców. Wyciskamy na zimno moszcz ze zdrowych i świeżych owoców zawierających cenne witaminy i mikroelementy. Sok dla trwałości jest pasteryzowany, nie jest rozcieńczany, nie zawiera dodatku wody, cukru ani żadnych konserwantów.

### Od kiedy prowadzona jest pozarolnicza działalność gospodarcza

Od 2003 roku.

### Skąd wziął się pomysł lub krótka historia jak to się zaczęło

Jabłka towarzyszyły mi od urodzenia. Pracą w sadzie zajmowałem się już jako uczeń w szkole podstawowej. Studiując na Akademii Rolniczej zdobyłem wiedzę ogrodniczą, którą mogę wykorzystać w prowadzeniu gospodarstwa.

W 2002 roku byłem w Niemczech na wystawie sprzętu do drobnego przetwórstwa. Po powrocie z wystawy zacząłem tłoczyć soki na starej ręcznej prasie.

### Jakie produkty lub usługi są oferowane

Oferuję soki w pięciu smakach:

- śliwkowy, jabłkowy, gruszkowy, jabłkowo - porzeczkowy i wiśniowo - jabłkowy.

Sok Jabłkowy – dzięki błonnikowi, witaminom, garbnikom, pektynom, solom mineralnym jest eliksirem zdrowia. Zapobiega dolegliwościom układu pokarmowego, chorobom serca i nowotworom rozpuszczając nadmiar cholesterolu. Dzięki zawartości naturalnego błonnika wzmacnia perystaltykę jelit i poprawia trawienie. Reguluje florę bakteryjną i neutralizuje substancje toksyczne w organizmie. Ten sok szczególnie polecam osobą palącym.

Sok Gruszkowy – zawarte w nim witaminy B1, B2 i C oraz potas, wapń, magnez, fosfor i jod pobudzają trawienie. Polecam spożywanie tego soku przy zapaleniu dróg moczowych i kamicy nerkowej.

Sok Wiśniowy – dostarcza organizmowi witaminy C, B1, B2, PP oraz kwasu foliowego, cukrów, pektyn, soli, żelaza, magnezu i potasu. Uzupełnia niedobór składników mineralnych i oczyszcza organizm z produktów przemiany materii.

Sok Truskawkowy – zawiera potas, sole mineralne oraz witaminę C i PP. Działa krwiotwórczo, moczopędnie i oczyszcza krew. Sprzyja sprężystości mięśni i lepszej wydolności serca i płuc. Pomaga w leczeniu stanów zapalnych jamy ustnej.

Sok Porzeczkowy – jest jednym z najbogatszych źródeł witaminy C. Zawiera również witaminę P ułatwiającą przyswajanie witaminy C, żelazo, potas, magnez, a także witaminę K działającą przeciwkrwotocznie. Jest bogaty w „metale życia” takie jak bor i jod, a także pektyny, garbniki i kwasy organiczne. Sok porzeczkowy jest cenny w chorobie reumatycznej i przeziębieniach.

### Do kogo skierowana jest oferta firmy

Oferta skierowana jest do:

- sklepów ze zdrową żywnością,
- klientów indywidualnych.

### Zasięg geograficzny działalności

Teren całego kraju.

### Dodatkowa informacja o prowadzonej działalności

Specyficzny mikroklimat panujący na górskich, łąckich stokach, nieskażona ziemia i powietrze, wpływają na wartości odżywcze i smakowe tutejszych owoców. Sok wyciśnięty z takich owoców jest niezwykle aromatyczny i zawiera wiele naturalnych witamin, pektyn, soli mineralnych i błonnika.

Z 1,5 kg owoców pozyskuje się 1 litr soku. Jest nierozcieńczony, nieklarowny i zalicza się do zdrowych produktów żywnościowych.

### Czy na początku korzystano z zewnętrznego wsparcia finansowego

Nie

### Największe problemy w prowadzeniu działalności (3 najważniejsze)

- znalezienie rynku zbytu
- duże koszty prowadzenia firmy



**Ocena obecnej sytuacji lub plany na przyszłość** - rozszerzenie asortymentu (smaków), produkcja soków przecieranych

**Orientacyjna skala prowadzonej działalności** Firma jest prowadzona dwuosobowo.

**Ogólny opis gospodarstwa rolnego, jeżeli przedsiębiorca je nadal prowadzi** Ok. 20 ha, w tym częściowo lasy.

**Czy prowadzący działalność poszukuje partnerów gospodarczych?** Odbiorców/hurtowników,

**kategoria działalności (statystyczna)** Produkcja, Handel, Usługi,

**Lokalizacja siedziby** Województwo: małopolskie, Powiat: nowosądecki, Gmina: Łącko,

## Komentarze ekspertów

### Marketing

Przykład pana Krzysztofa Maurera pomoże nam zrozumieć problem dystrybucji, która rozumiana jest jako zbiór decyzji i działań związanych z udostępnieniem wytworzonego produktu w miejscu i czasie, w którym oczekują go ostateczni nabywcy. Przedsiębiorstwo Soki Maurera w pierwszej kolejności skupiło się na wytwarzaniu produktu wysokiej jakości. Następne decyzje polegały na znalezieniu nabywców na swe wyroby.

Pan Krzysztof założył dwa sposoby dystrybuowania produktów: na miejscu – dla turystów odwiedzających Zarczeczko oraz tzw. dystrybucję selektywną – skierowaną do sklepów ze zdrową żywnością. Firma nie ogranicza jednak możliwości wykorzystania innych kanałów dystrybucji. Oprócz naturalnej dla produktów spożywczych dystrybucji intensywnej (docelowo udostępnianie produktu wszędzie i zawsze) oferta może być również skierowana do podmiotów opiniotwórczych. W przypadku tych grup następuje wzmocnienie wizerunku, zarówno produktu, jak i podmiotu sprzedającego. Wzmocnienie to wynik dbałości o jakość polegającą na niestosowaniu cukru, konserwantów, a nawet wody do tworzenia soków (z 1,5 litra owoców uzyskuje się 1 litr soku!).

Najbardziej zyskowne jest zastosowanie dystrybucji intensywnej, lecz w przypadku Soków Maurera istnieją dwa argumenty znacznie utrudniające przyjęcie tej strategii dystrybucji. Po pierwsze, należało by negocjować warunki wejścia z ofertą do dużych sieci handlowych, co jest opłacalne prawie wyłącznie w przypadku dużych producentów lub grup producenckich. Po drugie, istniałaby obawa o termin przydatności do spożycia. Decyzje pana Maurera dotyczące kanałów dystrybucji w aktualnych warunkach należy uznać za optymalne.

**Robert Romanowski**

### Strona formalno-prawna

Firma produkuje naturalne soki z własnych owoców, bez dodatków cukru i konserwantów. Do tłoczenia używana jest tradycyjna, ekologiczna prasa. Również w takim przypadku najlepszą formą organizacyjną jest działalność gospodarcza prowadzona przez osoby fizyczne.

Radzilibyśmy prowadzącym tego typu działalność wykorzystać atuty, jakimi charakteryzuje się produkt firmy i wystąpić do Ministerstwa Rolnictwa i Rozwoju Wsi o wpis do rejestru produktów o określonym pochodzeniu geograficznym i specyficznej, tradycyjnej jakości.

Zgodnie z ustawą o rejestracji i ochronie nazw i oznaczeń produktów rolnych i środków spożywczych oraz o produktach tradycyjnych (Dz. U. 2005 Nr 10, poz. 68) Ministerstwo Rolnictwa i Rozwoju Wsi jest odpowiedzialne za przyjmowanie, ocenę i przekazywanie wniosków o rejestrację nazw pochodzenia, oznaczeń geograficznych oraz nazw specyficznego charakteru do Komisji Europejskiej.

Realizowana w Unii Europejskiej polityka jakości daje pewność konsumentom, że kupują oni żywność bardzo wysokiej jakości, która jednocześnie charakteryzuje się wyjątkową, tradycyjną metodą produkcji. Wpisanie produkowanych przez pana Maurera soków do opisanego wyżej rejestru byłoby świadectwem potwierdzającym posiadanie przez produkt firmy tych cech. Ułatwi to na pewno promocję produktów firmy i być może pozwoli znaleźć nowe rynki zbytu.

**Tomasz Tatomir**

### Internet

Strona firmy to przykład dobrze opracowanej witryny internetowej producenta ([www.maurer.com.pl](http://www.maurer.com.pl)) – w tym przypadku producenta soków owocowych. Prezentacja w witrynie internetowej jest wszechstronna, a przy tym atrakcyjna wizualnie, jest także dobrze powiązana z naziemnymi kanałami sprzedaży (lista sklepów – punktów dystrybucji). Na szczególną uwagę zasługują:

- ciekawy układ strony: strona główna z kilkoma wiadomościami (newsami) rozwijającymi się po kliknięciu w pełne strony z opisem, oraz zakładki: 'jabłko', 'wiśnia', 'truskawka' itd. prowadzące do stron poświęconych przetworom z tych owoców,
- prezentacja wizualna produktów – liczne zdjęcia,
- bardzo dużo dodatkowych informacji (np. informacje dietetyczne, o zdrowym odżywianiu o technologii) przedstawione w czytelny, nienarzucający się sposób – to czytelnik ma wybór jakie informacje chce przejrzeć,
- konsekwentnie stosowane menu z wszystkimi potrzebnymi informacjami: o produktach, sposobach zamawiania, sieci dystrybucji, opakowaniach itd.

Innymi słowy, strony zawierają wszystko, czego może potrzebować potencjalny klient, zarówno hurtowy, jak i detaliczny. Zalety zastosowania Internetu w tym przypadku to przede wszystkim możliwość dotarcia do nieograniczonego grona potencjalnych klientów oraz promocja marki.

**Wojciech Murzyn**

## **Dostępne środki finansowe**

W celu sfinansowania potrzeb inwestycyjnych, tj. rozszerzenie (smaków) asortymentu, a także rozpoczęcia produkcji soków przecieranych, firma będzie potrzebować dodatkowych środków finansowych. Przed firmą stoją następujące możliwości:

**1. Kredyt w rachunku bieżącym** - przeznaczony jest on na pokrycie wymagalnych zobowiązań wynikających z prowadzenia działalności gospodarczej.

(Inaczej limit debetowy lub kredyt odnawialny - kredytobiorca może zadłużyć się do kwoty np. 50 000 zł. Spłata kredytu automatycznie dokonuje się z wpływów na rachunek bieżący, pomniejszając saldo zadłużenia na tym rachunku. Banki z reguły wymagają posiadania rachunku i zdolności kredytowej. Niektóre będą żądać zabezpieczeń. Okres kredytowania może trwać nawet do 24 m-cy z możliwością przedłużenia na kolejny okres. Pobierana jest prowizja przygotowawcza (np. 1,0-1,5%), a oprocentowanie zwykle zmienne wg stawki WIBOR (1M lub 3M) + marża bankowa (np. WIBOR 3M z dnia spłaty kolejnej raty kapitałowej).

**2. Kredyt inwestycyjny lub kredyt obrotowy** (kredyt w rachunku) z banku, w którym jest firmowy rachunek bankowy. Dla banku ważna będzie historia działalności firmy i jakość dotychczasowej współpracy. Niektóre banki życzą sobie tylko uproszczoną dokumentację (tzn. bez biznesplanu i prognoz finansowych). Natomiast istotną rzeczą są zabezpieczenia kredytu (tzn. hipoteka w przypadku zakupu nieruchomości, poręczenie cywilno-prawne, zastaw rejestrowy wraz z cesją polisy ubezpieczeniowej, przewłaszczenie).

**3. Kredyty preferencyjne dofinansowane ze środków ARiMR.** Kredyty udzielane są przez banki, które podpisały umowę z ARiMR. Udzielane są m.in. na **realizację przedsięwzięć inwestycyjnych** w rolnictwie i przetwórstwie rolno-spożywczym. Pomoc finansowa ARiMR ma formę dopłat do oprocentowania kredytów inwestycyjnych udzielanych ze środków własnych banków, z którymi Agencja zawarła stosowne umowy.

Maksymalny okres spłaty kredytu w zależności od linii kredytowej wynosi od 5 do 20 lat, w tym karencja w spłacie kapitału może być udzielona na okres od 1 roku do 3 lat. Oprocentowanie płacone przez kredytobiorcę zależy również od linii kredytowej i nie może być niższe niż 1%, 1,2 %, 2%, lub 3% w skali roku. Maksymalna kwota kredytu zależy od rodzaju przedsięwzięcia, nie może przekroczyć 70% - 95% wartości przedsięwzięcia i w zależności od rodzaju przedsięwzięcia wynosi od 4 do 16 mln zł.

**4. Pożyczki z instytucji pozabankowych np:**

**a. Fundacja na Rzecz Rozwoju Polskiego Rolnictwa ([www.fdpa.org.pl](http://www.fdpa.org.pl)).** O pożyczki mogą ubiegać się przedsiębiorstwa (w tym prowadzący indywidualną działalność gospodarczą) zatrudniające do 50 pracowników, których obrót lub całkowity bilans roczny nie przekracza 10 milionów euro zarejestrowane lub prowadzące swą działalność m.in. na terenie województwa małopolskiego. Biuro Terenowe FDPA obsługujące powiaty: nowosądecki, limanowski i gorlicki znajduje się w Nowym Sączu.

Pożyczki FDPA mogą być przeznaczone na rozpoczęcie lub kontynuację pozarolniczej działalności gospodarczej, na sfinansowanie wszelkich krótko- i średnioterminowych inwestycji oraz na cele operacyjne przedsiębiorstwa. Przy udzielaniu pożyczek FDPA stosuje uproszczoną procedurę - nie wymaga planów biznesowych, a analiza finansowa przedsięwzięcia jest przygotowywana wspólnie z wnioskodawcą.

Pożyczki udzielane są w złotychkach do wysokości 20 000 zł w przypadku pierwszej pożyczki oraz do 120 000 zł w przypadku następnej pożyczki lub podmiotów gospodarczych działających na rynku przez okres powyżej 12 miesięcy. Pożyczki mogą być udzielane na okres od 3 do 36 miesięcy wliczając w to okres karencji w spłacie rat kapitałowych pożyczki nie przekraczający 6 miesięcy. Bieżące (październik 2006) oprocentowanie pożyczek wynosi 7,06% w skali roku i jest stałe w okresie spłaty pożyczki. Od złożenia wniosku pobierana jest opłata w wysokości 1% wnioskowanej kwoty. Pobierana jest również prowizja od udzielonej pożyczki w wysokości od 1-2%, która potrącana jest przy wypłacie pożyczki.

Jako zabezpieczenie udzielanych pożyczek Fundacja przyjmuje najczęściej poręczenia wekslowe osób trzecich. Fundacja oferuje również pożyczki grupowe - w takim przypadku jedynym zabezpieczeniem są wzajemne poręczenia członków grupy;

Udziela pożyczek na okres od 1 do 36 miesięcy z możliwością skorzystania z 6 miesięcznej karencji w spłacie kapitału. W trakcie obowiązywania umowy pożyczkowej oprocentowanie pożyczki oraz inne warunki umowy są niezmiennie.

**b. Małopolski Fundusz Pożyczkowy** istniejący w ramach Małopolskiej Agencji Rozwoju Regionalnego w Krakowie, który udziela pożyczek na prowadzenie i rozwój działalności gospodarczej.

Pożyczki maksymalnie do 100.000 zł, na okres do 5 lat, oprocentowanie wynosi 5,56 % w skali roku (październik 2006), jednorazowa prowizja 1,0% kwoty pożyczki przy pożyczkach z okresem spłaty do 2 lat; 1,5 % - przy pożyczkach z okresem spłaty powyżej 2 lat.

Dotychczasowe środki pomocowe UE (SPO WKP, Phare, SAPARD), nie są już dostępne. O nowych środkach pomocowych UE, które powinny zacząć być dostępne od 2007 roku będzie można uzyskać informacje w:

**a. Małopolskiej Agencji Rozwoju Regionalnego S. A.** z siedzibą w Krakowie [www.marr.pl](http://www.marr.pl), tel. (012) 617 66 00.

**b. oddziały powiatowym lub regionalnym ARiMR** ([www.arimr.gov.pl](http://www.arimr.gov.pl)). Biuro nowosądeckie mieści się w Nawojowej. Oddziały ARiMR będą udzielać informacji na temat Europejskiego Funduszu Rolnego Rozwoju Obszarów Wiejskich (EFRROW) 2007-2013.

Instrumenty EFRROW w ramach każdej z osi priorytetowych to m.in.: szkolenia zawodowe, usługi doradcze, dopłaty, wspieranie tworzenia i rozwoju mikro-przedsiębiorstw.

Całkowity budżet Programu Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2007-2013 wynosić ma 15,3 mld euro (w tym ze środków EFRROW pochodzi ma 11,7 mld euro).

Przedsiębiorca mógłby podjąć próbę skorzystania ze środków przeznaczonych na planowaną Oś 3 PROW - Jakość życia na obszarach wiejskich i różnicowanie gospodarki wiejskiej, w tym na tworzenie lub rozwój działalności. Maksymalna wysokość pomocy udzielonej jednemu beneficjentowi nie będzie przekraczać 500 tys. zł (do 50% wartości projektu).

Pytania, na które powinien odpowiedzieć sobie właściciel (i z którymi może się również spotkać w banku):

- a. Czy nie warto by inwestować środki finansowe w promocję marki firmy (soków)?
- b. Czy znak towarowy jest zarejestrowany w Urzędzie Patentowym?
- c. Czy nie warto zatrudnić przedstawiciela handlowego, który będzie szukał rynków zbytu np. sklepy ze zdrową żywnością w Polsce?
- d. Czy nie warto zaprosić do współpracy innego wspólnika?

**Marek Panfil**

## **Księgowość i podatki**

Najkorzystniejszą formą opodatkowania takiej działalności jest opodatkowanie przychodów w formie ryczałtu, którego wysokość wynosi dla tego rodzaju działalności 5,5%, jeśli koszty uzyskania przychodu (produkcji soków) są stosunkowo niewielkie. W przeciwnym wypadku (gdy te koszty są odpowiednio wysokie) – stosuje się opodatkowanie na zasadach ogólnych określonych w art. 30c ustawy o podatku dochodowym od osób fizycznych (19% podatek liniowy).

W przypadku ryczałtu podstawą opodatkowania jest przychód, a nie dochód, w związku z tym do ustalenia wysokości podatku nie jest istotne, jakie koszty poniósł przedsiębiorca. Odpowiedni procent obliczany jest od wysokości osiągniętego przychodu. Jest to uproszczona forma opodatkowania, przeznaczona dla małych przedsiębiorstw prowadzonych w formie jednoosobowej działalności gospodarczej, spółki cywilnej i spółki jawnej osób fizycznych. Wybór ryczałtu ewidencjonowanego jako formy opodatkowania wiąże się z koniecznością prowadzenia ewidencji: przychodów, karty wynagrodzeń pracowników, wykazu środków trwałych oraz wartości niematerialnych i prawnych, ewidencji wyposażenia, ewidencji dla potrzeb VAT. Wymaga również gromadzenia dowodów zakupu towarów, materiałów i wyrobów gotowych.

**Remigiusz Orzechowski**



## DZIKI ZACHÓD AGROTURYSTYKA



JAN i ZOFIA PADUCH  
ZIELENIEWO 119  
78-100 KOŁOBRZEG  
(094) 3526127, (094) 352 61 27  
0602 581 272, 0602 581 238

[www.dzikizachod.com.pl](http://www.dzikizachod.com.pl), [www.agrinpol.pl/dziki\\_zachod](http://www.agrinpol.pl/dziki_zachod)

### Hasłowy opis działalności

Centrum rozrywki i jazdy konnej.

### Krótki opis - na czym polega prowadzona działalność pozarolnicza

Dziki Zachód to centrum rozrywki i jazdy konnej. Działalność polega na prowadzeniu wioski indiańskiej, miasteczka westernowego i mini-zoo.

### Od kiedy prowadzona jest pozarolnicza działalność gospodarcza

Działalności rozpoczęta w 2001 roku.

### Skąd wziął się pomysł lub krótka historia jak to się zaczęło

O wyborze tego typu przedsięwzięcia zdecydowały pasja i zainteresowanie członków rodziny życiem Indian i kowbojów, a także możliwość połączenia życia zawodowego z zabawą i relaksem. Właściciel gospodarstwa jest z zawodu nauczycielem, obecnie na emeryturze.

### Jakie produkty lub usługi są oferowane

1. Dziki Zachód show: to trzygodzinny, atrakcyjny program i wspaniała przygoda dla grup zorganizowanych i gości indywidualnych, która obejmuje: zwiedzanie stadni i Mini Zoo, przejażdżkę konną, przejażdżkę bryczką, strzelanie z łuku, ognisko w wigwamie (pieczenie kiełbasek, ziemniaków), kowbojską karuzelę, indiańskie narty, zabawę z zespołem muzycznym, konkursy z nagrodami dla wszystkich (dojenie kóz, łapanie świnek, itd.), pokazy z udziałem koni, a ponadto: naukę jazdy konnej (styl western i angielski) - ośrodek posiada krytą ujeżdżalnię o wymiarach: 20m x 50m, przejażdżkę na wielbłądzie, wyprawy konne brzegiem morza, rodeo, hipoterapię, odchudzanie w siodle, zimą imprezy przy ognisku, kuligi, jajecznicy ze strusiego jaja (dostanie się do wnętrza za pomocą wiertarki), ściankę wspinaczkową, w zoo bezpośredni kontakt ze zwierzętami, naturalne metody szkolenia koni, plac zabaw dla dzieci i dorosłych.

Organizacja imprez bez względu na porę roku i pogodę (plener, wigwam, saloon, hala-ujeżdżalnia kryta). Poza sezonem programy organizowane są na zamówienie.

2. Program indiański: prowadzony przez Indianina w wigwamie (namiocie indiańskim) obejmuje: strzelanie z łuku indiańskiego, ognisko w wigwamie (pieczenie kiełbasek, ziemniaków), ciekawostki o życiu Indian, przebieranie się w stroje indiańskie, gry, zabawy, konkursy, nagrody, taniec w wykonaniu Indian.

3. Mini zoo: Oprócz koni mieszka tu wiele innych zwierząt. Są tu strusie afrykańskie, byczek szkocki, górski, świnki wietnamskie, egzotyczne ptactwo, jelonek Bambi, koźły, osiołki, owce, byk stepowy, wielbłąd.

4. Western city: Chętni mogą nauczyć się: rzucić lassem, tańczyć po kowbojsku, strzelać z bicia, i wielu innych sztuczek.

Najwięcej dzieje się jednak w saloonie, gdzie góruje muzyka country i niepowtarzalny klimat. Bywają tu też najprawdziwsze napady bandyckiej szajki.

Ośrodek czynny przez cały rok, 7 dni w tygodniu od godziny 10.00 do zmierzchu. Możliwość zakwaterowania w pokojach 2, 3, 4 - osobowych z łazienką i TV. Wyżywienie na miejscu.

### Do kogo skierowana jest oferta firmy

Oferta skierowana jest do: indywidualnych gości, zorganizowanych grup dorosłych i dzieci, „Zielonych szkół”.

Jednorazowo istnieje możliwość przyjęcia 400 osób.

### Zasięg geograficzny działalności

Zasięg geograficzny obejmuje rynek: lokalny, krajowy, zagraniczny.

### Dodatkowa informacja o prowadzonej działalności

Właściciele mają przygotowany dla grup 3-godzinny program pobytu. Posiadają 27 koni sportowych, do hipoterapii i jazdy zaprzęgiem. W Mini-ZOO można podziwiać ok. 40 gatunków zwierząt.

### Czy na początku korzystano z zewnętrznego wsparcia finansowego

Początkowo inwestycję realizowano ze środków własnych. W późniejszym okresie właściciele uzyskali refundację kosztów utwardzenia drogi dojazdowej od Urzędu Gminy Kołobrzeg. W ramach programu SAPARD przerobiono na pokoje pomieszczenia warsztatu ślusarskiego.

**Największe problemy w prowadzeniu działalności (3 najważniejsze)**

Właściciel nie dostrzega większych problemów w związku z prowadzoną działalnością.

**Ocena obecnej sytuacji lub plany na przyszłość**

W przyszłości planowane są: rozbudowa saloonu, wprowadzenie kompleksowej obsługi wesel.

**Orientacyjna skala prowadzonej działalności**

Właściciel zatrudnia 11 pracowników.

**Ogólny opis gospodarstwa rolnego, jeżeli przedsiębiorca je nadal prowadzi**

Gospodarstwo ma powierzchnię ok. 20 ha. Produkcja odbywa się na potrzeby własne (pasza dla zwierząt).

**Czy prowadzący działalność poszukuje partnerów gospodarczych?**

Nie poszukuje,

**kategoria działalności (statystyczna)**

Handel, Usługi,

**Lokalizacja siedziby**

Województwo: zachodniopomorskie, Powiat: kołobrzeski, Gmina: Kołobrzeg,

## Komentarze ekspertów

### Marketing

W przypadku działalności usługowej, szczególnie turystycznej, ważna jest umiejętność dostosowania oferty do zmiennych gustów klientów (turystów). Reakcja na potrzeby usługobiorców powinna być szybka (ideałem byłoby prognozowanie tych potrzeb przed ich pojawieniem się). Przy założeniu szybkiej reakcji na potrzeby należy uwzględnić podjęcie dwóch typów działań: podniesienie kwalifikacji pracowników oraz rozszerzenie oferty dostępnych produktów (tzw. zdwersyfikowanie portfela produktów). Można uznać, że w ramach przedsięwzięcia Dzikie Zachód z Zielieniewa pod Kołobrzegiem podejmowane są oba działania. Od pierwszego zetknięcia widzimy, że mamy do czynienia z pasjonatami, którzy gwarantują nam niezapomniane przeżycia (dzięki posiadanym kompetencjom). Pomimo krótkiego stażu rynkowego oferta firmy jest imponująca (wioska indiańska, western city oraz Mini-ZOO), a w planach przewiduje się stworzenie kolejnych atrakcji (budowa saloonu i obsługa wesel). Oprócz różnicowania funkcji miejsca głównym produktem jest 3-godzinna impreza z wieloma atrakcjami.

Poradzono sobie też z głównym problemem nadmorskich kurortów turystycznych – sezonowością. Stworzono bazę noclegową, mogącą jednorazowo pomieścić 400 osób, oraz ośrodek hipoterapii. Ponadto istnieje możliwość organizowania imprez na zamówienie. Przy znacznym rozwoju nadmorskiej bazy turystycznej od 2000 r. oferta Dzikiego Zachodu przeznaczona jest dla każdego przez cały rok.

**Robert Romanowski**

### Internet

Gospodarstwo ma bardzo rozbudowaną witrynę internetową ([www.dzikizachod.com.pl](http://www.dzikizachod.com.pl)), która zawiera wszechstronną informację o miejscu i oferowanych atrakcjach. Dużo zdjęć i opisów. Przejrzysty układ informacji.

Wykorzystanie Internetu pozwala gospodarzom na dotarcie z ofertą turystyczną bezpośrednio do klientów, bez konieczności korzystania z pośrednictwa biur podróży czy innych instytucji organizujących wycieczki.

**Wojciech Murzyn**

### Dostępne środki finansowe

Firma posiada już pozytywne doświadczenia w korzystaniu z funduszy unijnych, w ramach programu SAPARD, z którego dotacje były wypłacane podobnie, jak z sektorowych programów operacyjnych (2004-2006 i prawdopodobnie 2007-2013) jako refundacja części kosztów kwalifikowanych ponoszonych przez przedsiębiorcę na inwestycje. Tym bardziej wydaje się, że warto poczekać z inwestycją w budowę „saloonu” do jesieni 2007, gdyż od wiosny lub lata 2007 powinna być możliwość składania wniosków o dotację na refundację kosztów w Zachodniopomorskiej Agencji Rozwoju Regionalnego w Szczecinie z nowych środków pomocowych UE.

Obecnie do dyspozycji przedsiębiorcy są:

**a. kredyty bankowe** (inwestycyjny, obrotowy)

**b. pożyczki z Funduszu Pożyczkowego w Koszalińskiej Agencji Rozwoju Regionalnego.** Pożyczki mogą być przeznaczone także na remont i modernizację lokalu, w którym prowadzona jest działalność gospodarcza.

Maksymalny okres spłaty pożyczki wynosi 36 miesięcy i możliwy jest 6-cio miesięczny okres karencji w spłacie rat pożyczki. Oprocentowanie pożyczki wynosi 1/2 oprocentowania kredytu lombardowego (aktualną stopę oprocentowania można sprawdzić na stronie Narodowego Banku Polskiego [www.nbp.pl](http://www.nbp.pl)). Maksymalna kwota pożyczki to 50 000 zł, przy czym na stworzenie jednego miejsca pracy można otrzymać 15 000 zł. Wkład własny starającego się o pożyczkę powinien wynosić minimum 25%.

**Marek Panfil**

## Pracownia-Galeria „Cztery strony świata”



Marzena Wieczorek  
Ruszejny 19a  
11-010 Barczewo  
0 502 723 523  
art@art4strony.pl

www.art4strony.pl, www.agrinpol.pl/art4strony



**Hasłowy opis działalności** Działalność artystyczna.

### Krótki opis - na czym polega prowadzona działalność pozarolnicza

Pracownia „Cztery Strony Świata” zajmuje się projektowaniem i malowaniem unikatowych mebli drewnianych (także ze stuletniego drewna), malowaniem porcelany i ceramiki, projektowaniem i produkcją przedmiotów pięknych i użytecznych. Powstają w niej niepospolite dzieła sztuki użytkowej.

Pracownia realizuje także zamówienia na dekoracje wnętrz: artystyczne malowanie drzwi, ścian, szyldów. Wzory zdobiące meble i pozostałe dzieła to wynik inspiracji warmińska przyrodą, motywami sztuki ludowej, jak również orientalną ornamentyką. Szafy, komódki, stoły powstają na indywidualne zamówienia, pozwala to na dostosowanie ich kształtu i wielkości do indywidualnych potrzeb. Pani Marzena prowadzi także pracownię lubi tworzyć meble, jak mówi, przesyczone stuletnia duszą. Powstają one ze starego, ponad 100-letniego drewna pochodzącego z wiekowych młynów i stodół. Wyrzeźbione przez wodę i wiatr deski są piaskowane i zabezpieczone naturalnymi środkami zanim powstanie z nich np. kredens, kufer czy komoda. Ręcznie wykonane ornamenty dodają im niepowtarzalnego uroku i blasku.

Mebble powstające w pracowni Pani Marzeny doskonale prezentują się zarówno w nowoczesnych jak i rustykalnych wnętrzach.

Ceramika i porcelana pochodzi z renomowanych polskich wytwórni. Nabywca może zamówić własny wzór lub skorzystać z bogatej kolekcji wzorów stworzonych przez panią Marzenę. Termiczny sposób utrwalenia wzorów gwarantuje ich wieloletnią trwałość.

Na uwagę zasługują również ręcznie malowane zegary z przegródkami na płyty. Te niepowtarzalne czasomierze z glinianymi dzbanuszkami, płaskorzeźbami, ptaszkami (misterne rękodzieła warmińskich twórców) wnoszą magię i koloryt do naszych domów.

### Od kiedy prowadzona jest pozarolnicza działalność gospodarcza

Pracownia powstała w 1990 roku. Pani Marzena tego rodzaju działalnością zajmuje się „od zawsze”.

### Skąd wziął się pomysł lub krótka historia jak to się zaczęło

Pomysł na produkcję wyrobów artystycznych jest wynikiem z zainteresowań i wykształcenia Pani Marzeny.

### Jakie produkty lub usługi są oferowane

- meble ręcznie malowane,
- meble ze starego drewna,
- ceramika i porcelana ręcznie malowana,
- szafki kuchenne, zegary,
- malarstwo ścienne, szyldy, drzwi

### Do kogo skierowana jest oferta firmy

- samorządy gminne,
- twórcy ludowi chcący prezentować swoją twórczość w powstającej galerii,
- okoliczni mieszkańcy,
- młodzież szkolna

### Zasięg geograficzny działalności

Województwo Warmińsko- Mazurskie.

### Dodatkowa informacja o prowadzonej działalności

Pracownia „Cztery Strony Świata” prowadzi galerię a także sklep internetowy, za pośrednictwem którego można zapoznać się z ofertą oraz złożyć zamówienie. Kilka razy w roku pracownia organizuje prezentacje połączone ze sprzedażą niepowtarzalnych przedmiotów wykonanych przez artystów z czterech stron świata. Jest to miejsce dla ludzi ceniących sobie „towarzystwo” pięknych przedmiotów stwarzających magiczny klimat i nastrój.

### Czy na początku korzystano z zewnętrznego wsparcia finansowego

Nie, korzystano wyłącznie ze środków własnych.

### Największe problemy w prowadzeniu działalności (3 najważniejsze)

- problem ze współfinansowaniem projektów,
- wysokie koszty związane z działalnością.

**Ocena obecnej sytuacji lub plany na przyszłość**

Zacieśnienie współpracy z artystami i działającymi stowarzyszeniami.

**Ogólny opis gospodarstwa rolnego, jeżeli przedsiębiorca je nadal prowadzi**

W chwili obecnej Pani Marzena nie prowadzi gospodarstwa rolnego.

**Czy prowadzący działalność poszukuje partnerów gospodarczych?**

Odbiorców/hurtowników, Dostawców, Prowadzących taką samą działalność,

## Komentarze ekspertów

### Internet

Strona Galerii 'Cztery strony świata' ([www.art4strony.pl](http://www.art4strony.pl)) to bardzo dobry przykład na to, jak za pomocą Internetu można w nieograniczony sposób poszerzyć grono osób odwiedzających galerię i kupujących wytwarzane dzieła.

Bez obecności w internecie pracownia byłaby placówką o charakterze lokalnym – dopóki ktoś osobiście by tam nie trafił znajdując miejsce samodzielnie czy z polecenia znajomych, nie miałby możliwości obejrzenia wytworów pracowni czy ich zakupienia. Ewentualna dystrybucja tradycyjnymi kanałami (np. przez galerie czy sklepy byłaby czasochłonna i kosztowna). Internet jest doskonałym sposobem na to, aby KAŻDY mógł odwiedzić galerię, obejrzeć eksponaty (liczne zdjęcia na stronie z możliwością przeglądania poszczególnych kategorii) i zamówić interesujące go dzieła. Połączenie ze sklepem internetowym [malowanydom.pl](http://malowanydom.pl) znakomicie poszerza ofertę i ewentualne doświadczenie zakupowe odwiedzającego.

Najważniejsze wykorzystane mechanizmy:

- prezentacja wizualna skatalogowanych towarów – możliwość ich obejrzenia,
- możliwość zamówienia,
- dostępność informacji,
- połączenie (link) z witryną o podobnej tematyce.

Wśród firm obecnych w bazie [www.agrinpol.pl](http://www.agrinpol.pl) są zarówno takie, które prowadzą regularną sprzedaż swoich produktów przez Internet z wykorzystaniem zaawansowanych mechanizmów e-biznesowych, jak i takie, których obecność ogranicza się do prostych stron informacyjnych. Są wreszcie i takie, które z Internetu nie korzystają prawie wcale.

Warto jednak zauważyć, że już samo wpisanie firmy do bazy Agrinpol, to pierwszy krok do obecności sieciowej. Firma, która ma wizytówkę w portalu [www.agrinpol.pl](http://www.agrinpol.pl) może być odnaleziona przez potencjalnych kontrahentów, którzy tą drogą poszukują partnerów handlowych. Charakter kontaktów nawiązanych w ten sposób może być zresztą różny. W bazie Agrinpol mogą firmę znaleźć zarówno klienci, jak i partnerzy handlowi, z którymi można potem prowadzić wspólne przedsięwzięcia. Internet, jako że sam jest siecią, w naturalny sposób ułatwia nawiązywanie połączeń i tworzenie sieci powiązań, także biznesowych.

Natomiast wizytówka firmy w bazie Agrinpol pozwala również na poczynienie wstępnych obserwacji: czy obecność w Internecie owocuje jakimiś skutkami biznesowymi (kontaktami, zainteresowaniem), a jeśli tak, można podejmować dalsze decyzje o poszerzeniu swojej obecności przez założenie własnej strony internetowej, przekazywanie tą drogą informacji, pozyskiwanie klientów i w końcu - sprzedaż przez Internet.

**Wojciech Murzyn**

### Strona formalno-prawna

Dla działalności o charakterze artystycznym, takiej jak prowadzona przez panią Marzenę Wieczorek, najwłaściwszą formą prawną wydaje się indywidualna działalność gospodarcza. Forma ta jest szczególnie praktyczna, gdy zamierza się prowadzić działalność samodzielnie np. w dziedzinie usług, drobnej wytwórczości czy handlu. Niewątpliwie zaletami tej formy prawnej są brak uciążliwych formalności przy zakładaniu oraz nieskomplikowany sposób likwidacji działalności. Możliwe są wszystkie formy opodatkowania w zależności od charakteru działalności: karta podatkowa, ryczałt od przychodów ewidencjonowanych, podatkowa księga przychodów i rozchodów, księgowość pełna.

Niestety należy pamiętać, że przedsiębiorca prowadzący działalność gospodarczą jako osoba fizyczna odpowiada całym majątkiem osobistym za zobowiązania firmy. Musi się też liczyć z tym, że będzie się spotykał z większymi trudnościami w pozyskiwaniu kapitału na rynku kapitałowym, a także będzie musiał uwzględnić obowiązek opłacania składek ZUS, który w tym przypadku istnieje bez względu na wysokość dochodów.

**Tomasz Tatomir**

### Marketing

Marketing jest obszarem zarządzania, który służy przedsiębiorstwom do realizacji trzech celów: obsługi wymiany, poprawy konkurencyjności oraz zaspokojenia potrzeb nabywców. Celom tym podporządkowane są dwa zadania: diagnoza otoczenia organizacji oraz dostosowanie oferty do warunków panujących w otoczeniu. Główną ideą marketingu jest koncepcja tzw. marketing-mix, czyli równoczesnego stosowania instrumentów marketingowych, do których zalicza się przede wszystkim produkt, promocję, dystrybucję oraz cenę.

Poprawa konkurencyjności jako cel marketingowy polega na umiejętności różnicowania swojej oferty w porównaniu z innymi firmami oferującymi produkty podobne lub zaspokajającymi podobne potrzeby. Jednym z obszarów różnicowania jest wizerunek. W przypadku Galerii potencjalny klient od razu wie, że ma do czynienia z pasjonatami, którzy „od zawsze” tworzą meble z desek „rzeźbionych przez wodę i wiatr”. Budowanie wizerunku ma solidne podstawy, gdy sprzedający wzbudzi zaufanie swoich nabywców. Pracownia-Galeria „Cztery strony świata” przekonuje potencjalnych klientów o swych kompetencjach (robimy to „od zawsze”, pani Marzena ma wykształcenie artystyczne) oraz elastyczności (na stronie internetowej zamieszczono 5 wycenionych artykułów, lecz na podstawie opisu działalności możemy spodziewać się „produkcji na zamówienie”).

Także inne atrybuty oferty skłaniają potencjalnego klienta, jeśli nie do zakupu, to chociaż do odwiedzenia Pracowni. Do atrybutów tych zaliczyć należy z pewnością piękne zdjęcia prezentujące malarski kunszt pani Marzeny. Komoda stojąca na tle lasu czy umiejętnie dobrane tło dla innych produktów, utwierdzają nas w przekonaniu, że w Galerii nie tylko kupimy niepowtarzalne dzieła sztuki, ale także dowiemy się, w jakim otoczeniu je umieścić (możemy spodziewać się znacznej wartości dodanej oraz „produktów-niespodzianek” oferowanych na prezentacjach połączonych ze sprzedażą przedmiotów artystów z czterech stron świata). Każdy produkt opatrzony jest ceną i można zamówić go przy wykorzystaniu Internetu (dystrybucja).

Warto skorzystać z przykładu Pracowni-Galerii „Cztery strony świata” z jeszcze jednego powodu – wśród poszukiwanych partnerów znajdują się podmioty prowadzące podobną działalność (czyli konkurenci). Jest to godny polecenia przykład tworzenia terytorialnych systemów produkcyjnych na obszarach wiejskich, w których kładzie się większy nacisk na współpracę konkurentów, niż ich rywalizację.

**Robert Romanowski**



## Agroturystyka „Tatarska Jurta w Kruszynianach”



Dżenneta Bogdanowicz  
Kruszyniany 58  
14-120 Krynki  
(0-85) 710 87 60 (Supraśl),  
0-606 603 760  
dzenneta@wp.pl



[www.kruszyniany.pl](http://www.kruszyniany.pl), [www.agrinpol.pl/kruszyniany](http://www.agrinpol.pl/kruszyniany)

### Hasłowy opis działalności

Historia, kultura tatarska, agroturystyka, przewodnictwo.

### Krótki opis - na czym polega prowadzona działalność pozarolnicza

Gospodarstwo położone w Kruszynianach zostało nadane przez Jana III Sobieskiego wojskowemu Bogdanowiczowi, który był przodkiem męża Pani Bogdanowicz. Kruszyniany leżą w otulinie Puszczy Knyszyńskiej. Puszcza ta, o charakterze borealnym, podobna jest do południowej tajgi. W puszczy można spotkać króla puszczy – jelenia szlachetnego, żubry, łosie, sarny, dziki, wilki, rysie i inne zwierzęta. Można spotkać tu też wiele gatunków ptaków. Oprócz przyrody, ciekawostką są obecne tu kultury i religie, takie jak: katolicyzm, prawosławie, protestantyzm, judaizm i islam. Na turystów czeka wiele atrakcji, np. szlak tatarski z Kruszynianami, po którym oprowadzi Pani Dżenneta, historia Kruszynian i Bohonik, tradycyjne potrawy polskich i li-tewskich Tatarów, oryginalna jurta tatarska i wiele innych.

### Od kiedy prowadzona jest działalność pozarolnicza

Od 2004 roku.

### Skąd wziął się pomysł lub krótka historia jak to się zaczęło

Dwa lata temu Państwo Bogdanowicz postanowili odnowić gospodarstwo w Kruszynianach, ponieważ brak było w okolicy miejsca, gdzie turyści mogliby się zatrzymać, wypić kawę, zjeść tradycyjną potrawę polskich Tatarów czy zobaczyć prawdziwego Tatara. Do tej pory bliższe spotkanie z tradycją i kulturą tatarską możliwe było tylko w meczecie, który niestety był często zamknięty. Dodatkowym powodem uruchomienia działalności był fakt, iż Pani Dżenneta jest licencjonowanym przewodnikiem po tych terenach.

### Jakie produkty lub usługi są oferowane

Gospodarstwo Państwa Bogdanowiczów oferuje niepowtarzalną okazję zatrzymania się w odnowionej chacie tatarskiej oraz skosztowania tradycyjnych potraw tatarskich takich jak: kołduny, pierogi z mięsem, cziburiki, pieróg z mięsem (pierekaczewnik), samsa, cebulniki, kibiny, marchwianka (cymes) i wiele innych typowo regionalnych, polsko-tatarskich potraw. Istnieje możliwość rozbicia namiotu lub zanocowania w prawdziwej tatarskiej jurcie, która mieści 10 osób. W chacie można oglądać zdjęcia i pamiątki związane z polskimi Tatarami. Można przyglądać się przygotowywaniu potraw, słuchając przy tym opowieści o historii i tradycji, jak również o religii islamu. Pani Dżenneta jest również przewodnikiem i może oprowadzić po okolicy przybliżając jednocześnie historię. Obecnie gospodyni nie pobiera opłat za noclegi, gdyż gospodarstwo nie dysponuje łazienkami i miejscami noclegowymi z prawdziwego zdarzenia.

### Do kogo skierowana jest oferta firmy

Oferta kierowana jest do indywidualnych turystów, zorganizowanych grup, wycieczek, wycieczek szkolnych, jednym słowem do każdego, kto zawita w Kruszynianach. Goście dowiadują się o gospodarstwie z Internetu, gazet (Newsweek, Rzeczpospolita), telewizji oraz od swoich znajomych.

### Zasięg geograficzny działalności

Turyści pochodzą z terenu całej Polski, głównie z okolic Poznania, Łodzi, Krakowa, Lublina, Trójmiasta, ale również z Białegostoku. Gościliśmy również turystów z Francji, Włoch i Niemiec.

### Dodatkowa informacja o prowadzonej działalności

Pani Dżenneta wygrała konkurs pieczenia babki i kiszki ziemniaczanej, zdobywając tym samym tytuł Mistrzyni Świata w pieczeniu tych potraw. W domku znajduje się księga gości (już druga), w której zapisali się tacy goście jak: francuski dziennikarz, który określił Kruszyniany jako egzotykę, delegacja z urzędu marszałkowskiego, która określiła Kruszyniany jako wizytówkę Podlasia, Pani Elżbieta Dzikowska, która umieściła informacje o Jurcie Tatarskiej w swojej książce pt. „Groch i Kapusta”, Robert Makłowicz, który prowadził jeden odcinek swojego programu właśnie w tym gospodarstwie, Brian Scott razem z Programem Trzecim Telewizji Regionalnej z Krakowa. Oprócz wymienionych gości Pani Dżenneta gościła u siebie Telewizję Regionalną z Gdańska i TVN, w obu przypadkach programy te promowały turystykę i kulturę tego regionu.

<b>Czy na początku korzystano z zewnętrznego wsparcia finansowego</b>	Nie
<b>Największe problemy w prowadzeniu działalności (3 najważniejsze)</b>	Jedynym problemem są finanse. W celu rozbudowy gospodarstwa niezbędne są wysokie nakłady. W okresie zimowym Pani Dżenneta pracuje dodatkowo w Dyrekcji Knyszyńskiego Parku Krajobrazowego.
<b>Ocena obecnej sytuacji lub plany na przyszłość</b>	Głównym celem Pani Dżannety jest odnowa i przywrócenie pierwotnego stanu gospodarstwa, odbudowa i wyposażenie stodoły i przystosowanie chaty do zamieszkania. Przygotowywany jest plan rozbudowy drugiej chaty z przeznaczeniem na bazę noclegową. Nie bez znaczenie jest również przystosowanie dużej sali do organizowania różnego rodzaju imprez, spotkań, m.in. pogawędek przybliżających religie islamu turystom, grupom szkolnym i wycieczkom, itp.
<b>Orientacyjna skala prowadzonej działalności</b>	Rodzina Pani Dżannety składa się z trzech pokoleń (teściowie, pani Dżenneta z mężem oraz 3 córki) i aktualnie nie ma potrzeby, aby zatrudniać kogokolwiek spoza rodziny. Jednorazowo w jurcie może nocować 10 osób, na polu może zostać rozbitych kilka namiotów.
<b>Ogólny opis gospodarstwa rolnego, jeżeli przedsiębiorca je nadal prowadzi</b>	Przedsiębiorca nie prowadzi czynnego gospodarstwa rolniczego. Posiadane 4 ha to łąki i las.
<b>Czy prowadzący działalność poszukuje partnerów gospodarczych?</b>	Prowadzących taką samą działalność, Odbiorców/hurtowników, Innych,
<b>Jeżeli innych, to jakich?</b>	Biura podróży, lokalne organizacje turystyczne
<b>kategoria działalności (statystyczna)</b>	Usługi,
<b>Lokalizacja siedziby</b>	Województwo: podlaskie, Powiat: sokólski, Gmina: Krynki,

## Komentarze ekspertów

### Internet

Strona internetowa [www.kruszyniany.pl](http://www.kruszyniany.pl) opisuje szczegółowo ofertę gospodarstwa. Pokazuje, z jakich usług można skorzystać. Daje możliwość bezpośredniego kontaktu. Oprócz tego zawiera informacje o okolicy i liczne ciekawostki (na przykład bardzo rozbudowane menu potraw tatarskich ze zdjęciami i opisami). W konsekwencji zachęca do przeglądania i zagłębiania się w kolejne informacje i buduje wizerunek właścicieli jako fachowców, znawców i pasjonatów. To bardzo zwiększa wiarygodność i przekłada się na liczbę odwiedzin a potem transakcji handlowych.

Zastosowanie Internetu pozwala na:

- dotarcie do nieograniczonego grona klientów
- promocję okolicy (korzyści nie tylko dla właścicieli)
- promocję właścicieli jako znawców tematu
- promocję kultury tatarskiej.

**Wojciech Murzyn**

### Marketing

Oferta Tatarskiej Jurty w Kruszyńnianach jest trudna do powielenia, ale na jej podstawie spróbujemy zanalizować marketingowy problem promocji. Synonimem promocji jest informacja, która służy zaprezentowaniu oferty, zapamiętaniu jej przez nabywcę i nakłanianiu do ponownego skorzystania. Instrumenty promocji mają największy wpływ na postrzeganie oferty (wizerunek) przy pierwszym zakupie, następnie konfrontujemy oczekiwania z rzeczywistością, by podjąć decyzję o ponownym zakupie bądź odrzuceniu oferty.

Już pierwsza podana na stronie informacja sugeruje, że mamy do czynienia z nietuzinkowym produktem: „Gospodarstwo położone w Kruszyńnianach zostało nadane przez Jana III Sobieskiego wojskowemu Bogdanowiczowi, który był przodkiem męża Pani Bogdanowicz”. To wrażenie zostaje spotęgowane kolejnymi atrakcjami, wśród których każda należy do „najwyższej półki” turystycznej (np. współwystępowanie prawie wszystkich religii Europy). Wreszcie turysta z Warszawy chcący przejechać 220 kilometrów w kierunku granicy z Białorusią może skosztować tradycyjnych potraw. Tatarska Jurta w Kruszyńnianach to historia znacznej części Europy w miniaturze. Wyjątkowość historycznych nawiązań podkreśla skromność właścicieli, którzy nie chcą pobierać opłat za nocleg ze względu na „brak godziwych warunków” (dane z X 2006 roku).

Tak unikatowy produkt można świetnie przedstawić w mediach. Właściciele Jurty nie bali się zaprosić przedstawicieli telewizji i prasy ogólnopolskiej. Przedstawione w audycjach informacje czynią ofertę bardziej wiarygodną (podstawowy wymóg dobrze prowadzonej kampanii promocyjnej), gdyż klient Jurty spodziewa się, że zostanie potraktowany jak członek rodziny.

**Robert Romanowski**

## **Strona formalno-prawna**

W takim przypadku najkorzystniejszą formą działalności wydaje się działalność prowadzona w formie spółki jawnej. Spółka jawna jest osobową spółką handlową i praktycznie stanowi odpowiednik spółki cywilnej. Główna różnica to subsydiarna odpowiedzialność wspólnika i obowiązek ujawnienia w nazwie firmy co najmniej nazwiska jednego ze wspólników.

Każdy wspólnik odpowiada za zobowiązania spółki bez ograniczenia całym swoim majątkiem solidarnie z pozostałymi wspólnikami oraz ze spółką, z uwzględnieniem przepisu, który mówi, że wierzyciel spółki może prowadzić egzekucję z majątku wspólnika w przypadku, gdy egzekucja z majątku spółki okaże się bezskuteczna (jest to tzw. subsydiarna odpowiedzialność wspólnika).

Osoba przystępująca do spółki jawnej odpowiada za zobowiązania spółki powstałe przed dniem jej przystąpienia. Ten kto zawiera umowę spółki jawnej z przedsiębiorcą jednoosobowym, odpowiada także za zobowiązania powstałe przy prowadzeniu przedsiębiorstwa przez tego przedsiębiorcę przed dniem utworzenia spółki. Wspólnik nie pobiera wynagrodzenia za czynności wykonywane w związku z prowadzeniem spółki. Oznacza to, że podobnie jak w spółce cywilnej wynagrodzenie wspólnika nie może stanowić kosztu uzyskania przychodu.

**Podkreślić należy jako zaletę tej formy prawnej** dużą swobodę wspólników w kształtowaniu postanowień umowy spółki, możliwość reprezentacji spółki przez każdego wspólnika, ale również możliwość wyłączenia w umowie wspólnika/wspólników z reprezentacji. W nazwie firmy wystarczające jest ujawnienie nazwiska jednego tylko wspólnika (np. Jan Kowalski i spółka). Dodatkowymi plusami tej formy są brak określonych wymagań kapitałowych oraz stosunkowo niskie koszty rejestracji.

Jednak i w tym przypadku wspólnicy odpowiadają całym majątkiem osobistym za zobowiązania firmy, jeżeli zobowiązania nie można zaspokoić z majątku firmy. Jeżeli chodzi o formy opodatkowania to możliwe są podatkowa księga przychodów i rozchodów, księgowość pełna, ryczałt ewidencjonowany.

**Tomasz Tatomir**

## **Dostępne środki finansowe**

Dotychczas działalność firmy ma charakter sezonowy. W celu rozwinięcia działalności potrzebna jest inwestycja w bazę noclegową (rozbudowa drugiej chaty) i przystosowanie dużej sali do organizowania imprez okolicznościowych. To umożliwi całoroczną działalność.

### **Firma może się zainteresować:**

#### **a. pożyczkami z Podlaskiej Fundacji Rozwoju Regionalnego w Białymstoku.**

Fundusz pożyczkowy udziela pożyczek, które przeznaczone są dla mikro- i małych przedsiębiorców z województwa podlaskiego, mających trudności w uzyskaniu finansowania komercyjnego np. kredytu bankowego. Fundusz pożyczkowy udziela przedsiębiorcom pożyczek m.in. na: finansowanie inwestycji; wdrożenie nowych rozwiązań technicznych lub technologicznych; zakup maszyn i urządzeń; rozbudowę, adaptację lub modernizację obiektów produkcyjnych, handlowych czy usługowych; zakup kapitału obrotowego.

Maksymalna kwota pożyczki to 120 tys. złotych; maksymalny okres pożyczkowy to 60 miesięcy; maksymalny okres karencji w spłacie rat kapitałowych wynosi 6 miesięcy; zalecany minimalny wkład własny to 20% wartości przedsięwzięcia; obowiązkową formą zabezpieczenia jest weksel in blanco pożyczkobiorcy z upoważnieniem do jego wypełnienia przez Podlaską Fundację Rozwoju Regionalnego; pozostałe zabezpieczenia – standardowe. Prowizja wynosi do 3,0% od kwoty przyznanej pożyczki.

#### **b. kredytem bankowym**

Zarówno w przypadku pożyczki, jak i kredytu kapitałodawcą będzie interesować przewidywany dochód z prowadzonej działalności gospodarczej (turystycznej), dlatego też uprzednio trzeba zrobić dokładną prognozę finansową. Konieczne będzie także zainwestowanie środków w reklamę prowadzonej działalności.

Podlaska Fundacja Rozwoju Regionalnego **w Białymstoku, biuro powiatowe ARiMR w Sokółce udzieli informacji o możliwości skorzystania ze środków UE w ramach programów przewidzianych na lata 2007-2013.**

W ramach PROW 2007-2013 dostępne mają być środki na tworzenie i rozwój mikroprzedsiębiorstw, w tym usług turystycznych oraz związane ze sportem, rekreacją i wypoczynkiem (Oś 3). Na turystykę mają być również

przewidziane środki w ramach Regionalnych Programów Operacyjnych (instytucjami odpowiedzialnymi mają być Zarządy województw, działania finansowane będą ze środków EFRR).

**Marek Panfil**

### **Księgowość i podatki**

Mimo zawarcia słowa agroturystyka w nazwie działalności dochody uzyskiwane ze sprzedaży posiłków nie mogą być zwolnione z podatku dochodowego na podstawie art.21, ust.1, pkt.43 ustawy o podatku dochodowym od osób fizycznych (dochody z agroturystyki), ponieważ turystom nie jest oferowane zakwaterowanie. W takim przypadku najkorzystniejszą formą opodatkowania będzie podatek ryczałtowy od przychodów w wysokości 3% (w odniesieniu do działalności gastronomicznej z wyłączeniem przychodów ze sprzedaży napojów o zawartości alkoholu powyżej 1,5%) oraz podatek ryczałtowy od przychodów w wysokości 5% (w odniesieniu do działalności gastronomicznej w zakresie przychodów ze sprzedaży napojów o zawartości alkoholu powyżej 1,5%).

Aby dochody z tytułu wynajmu pokoi gościnnych oraz wyżywienia tych osób, którym wynajęto pokoje mogły być zwolnione z podatku dochodowego, muszą być spełnione poniższe warunki:

- przedmiotem usług musi być najem pokoi gościnnych osobom przebywającym na wypoczynku,
- najem musi dotyczyć pokoi gościnnych znajdujących się w budynkach mieszkalnych,
- budynki, w których pokoje przeznaczone są na wynajem, położone są na terenie wiejskim w gospodarstwie rolnym,
- liczba wynajmowanych pokoi nie przekracza 5.

**Remigiusz Orzechowski**

## Zakład Produkcyjno – Handlowy M&M Ciećwiera



Ciećwiera  
Dąbrówka Wielkopolska ul. Poznańska 18  
66-210 Zbąszynek  
(0-68) 384-02-14  
(0-68) 384-00-88  
szaszky2000@op.pl  
www.agrinpol.pl/szaszlyk2000



### Krótki opis - na czym polega prowadzona działalność pozarolnicza

Głównym produktem firmy jest szaszłyk drobiowy – z mięsa indyczego oraz szaszłyk wieprzowy. Jest to produkt świeży, pakowany i sprzedawany na tackach styropianowych bądź luzem w dużych pojemnikach. Każdy szaszłyk składa się z 6 krostek mięsa drobiowego lub wieprzowego, przekładanych na przemian plasterkami cebuli i wędzonej słoniny lub boczku, nabite na patyk i przyprawione. Produkcja szaszłyków odbywa się ręcznie począwszy od przygotowania mięsa aż po produkt finalny. Ciekawym elementem oferty jest również możliwość zakupu gorących szaszłyków, gotowych do spożycia, w specjalnie przygotowanym do tego celu miejscu lub na wynos. Firma oferuje również dowóz produktu bezpośrednio do odbiorców.

### Od kiedy prowadzona jest pozarolnicza działalność gospodarcza

Produkcja prowadzona jest od maja 1993 r.

### Skąd wziął się pomysł lub krótka historia jak to się zaczęło

Pomysł na produkcję szaszłyków zrodził się w 1993r. Wówczas w rodzinnej wsi właściciela powstała masarnia, w której poszukiwano partnera do dystrybucji produktów firmy. Przedsiębiorca, dysponując środkami finansowymi i transportem, zajął się wówczas wyszukiwaniem rynków zbytu swoich produktów na terenach przygranicznych. Współpraca z ówczesnym partnerem została zakończona po 1,5 roku. Od tamtej pory firma funkcjonuje samodzielnie w przebudowanym i przystosowanym do tego celu przy wsparciu środków z Unii Europejskiej budynku dawnej zlewni mleka w Dąbrówce Wielkopolskiej.

### Jakie produkty lub usługi są oferowane

Firma oferuje produkty surowe:  
- szaszłyki z mięsa drobiowego (piersi indyczej),  
- szaszłyki z mięsa wieprzowego (karkówki),  
- szaszłyki na gorąco, gotowy do spożycia na miejscu lub na wynos.  
Dowóz zakupionego produktu do klienta.

### Do kogo skierowana jest oferta firmy

Oferta kierowana jest zarówno do klientów indywidualnych jak i firm gastronomicznych i firm handlowych.

### Zasięg geograficzny działalności

Działalność handlowa prowadzona jest głównie na obszarze przygranicznym. Produkt dostarczany jest m.in. do odbiorców z Osinowa Dolnego, Kostrzyna, Słubicy, Łęknicy i Gubina. Niewielka część produkcji trafia również na rynek lokalny.

### Dodatkowa informacja o prowadzonej działalności

Doskonała jakość w pełni naturalnego i pozbawionego chemii produktu oraz rozpoznawalność marki jest znakomitą wizytówką działającej już od ponad 12 lat firmy.  
Produkcja szaszłyków odbywa się na bieżąco, zgodnie z zapotrzebowaniem odbiorców, dlatego też produkt jest zawsze świeży i wyprodukowany z nienaganną dbałością o zachowanie wszelkich wymogów procesu produkcyjnego.

### Czy na początku korzystano z zewnętrznego wsparcia finansowego

Od samego początku firma opierała swoją działalność o środki własne. W 2003 roku rozbudowano firmę korzystając ze środków europejskich w ramach SAPARD.

### Największe problemy w prowadzeniu działalności (3 najważniejsze)

Nie ma problemów.

### Ocena obecnej sytuacji lub plany na przyszłość

Obecny stan firmy i prowadzona produkcja w pełni zaspokajają ambicje i potrzeby właścicieli. W razie braku odbiorców produktu w kraju, podjęte zostaną działania mające na celu znalezienie Klientów poza granicami kraju.

### Orientacyjna skala prowadzonej działalności

Firma zatrudnia na stałe 14 pracowników, w tym 3 osoby z rodziny. Osoby zatrudnione pochodzą z pobliskich miejscowości. Możliwości produkcyjne firmy to 500 sztuk szaszłyków w ciągu 2 godzin pracy.

<b>Ogólny opis gospodarstwa rolnego, jeżeli przedsiębiorca je nadal prowadzi</b>	Przedsiębiorca z uwagi na fakt, iż w prowadzenie działalności gospodarczej zaangażowana jest cała najbliższa rodzina a prowadzenie gospodarstwa przynosiło niewielkie dochody zaprzestał jego prowadzenia w 2000 roku.
<b>Czy prowadzący działalność poszukuje partnerów gospodarczych?</b>	Odbiorców/hurtowników,
<b>kategoria działalności (statystyczna)</b>	Produkcja, Handel,
<b>Lokalizacja siedziby</b>	Województwo: lubuskie, Powiat: świebodziński, Gmina: Zbąszynek,

## Komentarze ekspertów

### Marketing

Przedsiębiorczość lokalna, szczególnie na obszarach wiejskich w Polsce, może opierać się na istniejącej infrastrukturze oraz lokalnym rynku pracy. Oddolny charakter tworzenia przedsiębiorstw na obszarach wiejskich jest także związany z niechęcią dużych przedsiębiorstw do inwestowania z dala od terenów zurbanizowanych lub ważnych ciągów komunikacyjnych. ZPH M&M Ciećwiera jest przykładem konsekwentnego i bezpiecznego odchodzenia od działalności rolniczej na rzecz przetwórstwa rolno-spożywczego. Właściciel obecnego Zakładu, jeszcze prowadząc gospodarstwo rolne, dysponował środkami transportu, które zostały zaangażowane w działalności pozarolniczej (podwykonawstwo transportowe dla masarni). Bazując na zasobach gospodarstwa, korzystając z „wolnych rąk do pracy” w rodzinie, właściciel Zakładu rozwinął działalność przetwórczą. Warto podkreślić w tym przypadku dwa problemy, przed którymi stają potencjalni przedsiębiorcy na obszarach wiejskich. Po pierwsze, na początku działalności pozarolniczej warto skupić się na pojedynczym zleceniu (specjalizacja), traktując gospodarstwo rolne jako zabezpieczenie podstawowych potrzeb oraz podstawę wykorzystania innych możliwości rozwoju. Po drugie, nie należy bać się rezygnować z działalności nierentownej (w tym wypadku rolniczej), by lepiej skupić się na zajęciach przynoszących większe korzyści dla całej rodziny. Z marketingowego punktu widzenia działalność ZPH M&M Ciećwiera jest potwierdzeniem stereotypu wielkopolskiej zaradności i łatwości specjalizacji rolników w przetwórstwie rolno-spożywczym. Warto od władz samorządowych wymagać kreowania wizerunku silnego gospodarstwa regionu (gminy), który niejednokrotnie pomaga rolnikom w podjęciu decyzji o rozpoczęciu działalności pozarolniczej (według zasady „jeśli innym się udało, mnie też powinno się udać”).

**Robert Romanowski**

### Strona formalno-prawna

W przypadku takiego przedsiębiorstwa można by rozważyć jako formę prowadzonej działalności spółkę akcyjną lub spółkę z ograniczoną odpowiedzialnością.

Spółka akcyjna jest formą działalności przeznaczoną dla prowadzenia średnich i dużych przedsiębiorstw. Aby móc założyć spółkę akcyjną należy zgromadzić minimalny kapitał w wysokości 500 000,00 zł. Spółka akcyjna jest osobą prawną. Jako forma kumulacji kapitałów wspólników umożliwia zrealizowanie przedsięwzięć, które wykraczają poza możliwości finansowe czy organizacyjne jednej osoby czy firmy. Spółka jest płatnikiem podatku dochodowego od osób prawnych. Kolejną zaletą tej formy działalności to brak odpowiedzialności wspólników za zobowiązania spółki.

Również w przypadku spółki z o.o. odpowiedzialność wspólników za zobowiązania spółki jest wyłączona. Przy zakładaniu spółki z o.o. niższa jest wysokość minimalnego kapitału zakładowego - wynosi ona 50.000 zł. W imieniu spółki działa jej zarząd a nie wspólnicy. Spółka może być jednoosobowa, a w razie potrzeby bez wielkich komplikacji można przyjąć nowego wspólnika.

Jeżeli egzekucja przeciwko spółce okazałaby się bezskuteczna, za jej zobowiązania odpowiadają członkowie zarządu solidarnie całym swoim majątkiem. Członek zarządu może się jednak uwolnić od odpowiedzialności jeżeli wykaże, że we właściwym czasie zgłoszono wniosek o ogłoszenie upadłości lub wszczęto postępowanie układowe, albo że niezgłoszenie wniosku o ogłoszenie upadłości oraz niewszczęcie postępowania układowego nastąpiło nie z jego winy, albo że pomimo niezgłoszenia wniosku o ogłoszenie upadłości oraz niewszczęcia postępowania układowego wierzyciel nie poniósł szkody.

Mając na uwadze drogi, skomplikowany i czasochłonny proces rejestracji, skomplikowany proces likwidacji oraz duże wymagania formalne dotyczące działalności spółek S.A. i z o.o., a także konieczność prowadzenia pełnej księgowości i konieczność zatrudniania specjalistycznej obsługi prawnej, finansowej i zarządzającej wybór takiej formy należy zawsze wnikliwie przemyśleć. Być może bowiem warto jednak wybrać którąś z wcześniej opisanych form spółki cywilnej lub jawnej albo działalności gospodarczej prowadzonej przez osobę fizyczną.

**Tomasz Tatomir**

### Internet

Przedsiębiorstwo nie ma własnej witryny internetowej, funkcjonuje bardzo dobrze w tradycyjny sposób mając ugruntowaną pozycję na rynku lokalnym.

Potencjalne korzyści z zastosowania Internetu:

- obecność na innych rynkach
- dotarcie do potencjalnych nowych kontrahentów – zwiększenie liczby zamówień
- promocja marki
- sprzedaż przez Internet – przede wszystkim hurtowa – możliwość przyjmowania zamówień i nawiązywania nowych kontaktów. Sprzedaż detaliczna - raczej trudna do realizacji ze względu na charakter produktu (wyrób ze świeżego mięsa wymagający transportu w chłodni).

**Wojciech Murzyn**

### **Dostępne środki finansowe**

W przypadku takiego typu przedsiębiorstwa ważna jest odpowiedź na pytanie: w jakim kierunku właściciele firmy planują ją dalej rozwijać? Czy planują zwiększyć ilość produkowanych szaszłyków, czy też rozszerzyć asortyment (dania surowe lub dania do odgrzania). Dobra lokalizacja firmy powoduje, że klientami są zarówno Polacy jak i Niemcy.

Firma posiada już doświadczenie w pozyskiwaniu środków z UE, dlatego też powinna zainteresować się nowymi programami unijnymi na lata 2007-2013. Informacje takie można uzyskać w biurze powiatowym ARiMR w Świebodzinie lub oddziale regionalnym ARiMR w Zielonej Górze, a także w Agencji Rozwoju Regionalnego w Zielonej Górze. Realizując projekty finansowane ze środków UE, należy pamiętać, aby przestrzegać założeń biznes planu, szczególnie jeśli chodzi o utrzymanie utworzonych miejsc pracy.

W ramach PROW-u możliwe ma być w ramach Osi 3 ubieganie się przez przedsiębiorców o wsparcie rozwijania działalności (m.in. przetwórstwa produktów rolnych – maksymalnie do 50% kosztów kwalifikowanych i kwotą do 100 tys. zł).

Oprócz programów pomocowych firma ma do dyspozycji:

- a. kredyt bankowy (w rachunku bieżącym, inwestycyjny)
- b. pożyczkę inwestycyjną w Lubuskim Funduszu Pożyczkowym w ARR w Zielonej Górze (w wyniku inwestycji należy utworzyć miejsca pracy).

Maksymalna wysokość udzielanej pożyczki wynosi 120 tys. zł., oprocentowanie (5,56% stan w październik 2006), maksymalny okres spłaty pożyczki wynosi 36 miesięcy, dopuszczalny jest maksymalny 3 miesięczny okres karencji w spłacie kapitału, a okresie karencji odsetki od pożyczki są spłacane na bieżąco (miesięcznie), minimalny wkład własny przedsiębiorstwa ubiegającego się o pożyczkę wynosi od 20% do 50% wartości przedsięwzięcia w zależności od oceny ryzyka finansowania, wymagane zabezpieczenie pożyczki wynosi minimum 100% kwoty podstawowej pożyczki wraz z należnymi odsetkami, prowizja za przyznanie pożyczki waha się od 1% do 2%.

**Marek Panfil**

## Centrum Turystyki Niekonwencjonalnej



Romuald Motyka  
Kręta 2  
57-215 Srebrna Góra  
074 818 00 88, 074 818 00 89  
poczta@srebrnagoractn.com.pl  
www.srebrna.com, www.agrinpol.pl/turystyka\_aktywna



### Krótki opis - na czym polega prowadzona działalność pozarolnicza

Pozarolnicza działalność polega na organizowaniu całorocznego aktywnego wypoczynku dla dzieci i młodzieży. Centrum Turystyki Niekonwencjonalnej oferuje młodym ludziom dobrą zabawę połączoną z nauką nowych umiejętności, które mogą stać się ich życiową pasją, między innymi: jazda konna, wspinaczka alpinistyczna, strzelanie z broni pneumatycznej, zajęcia alpinistyczne, poznawanie tajemnic twierdzy i sztolni srebrnogórskich oraz inne zajęcia w ciągle rozwijającym się programie wycieczek szkolnych, obozów, kolonii, zielonych szkół i zimowisk.

### Od kiedy prowadzona jest pozarolnicza działalność gospodarcza

Działalność prowadzona jest od 1993 roku.

### Skąd wziął się pomysł lub krótka historia jak to się zaczęło

Grupa przyjaciół wydzierżawiła schronisko od PTTK w Srebrnej Górze, które nie funkcjonowało zbyt dobrze - turystów było bardzo mało i obiekt nie był w stanie się utrzymać tylko z noclegów. Trzeba było znaleźć coś innego, tym bardziej, że położenie schroniska i Srebrnej Góry jest bardzo atrakcyjne: naturalne położenie wśród lasów Gór Bardzkich i Sowich, twierdza z XVIII wieku, wiadukty dawnej kolejki zębatej, sztolnie kopalni srebra. Najpierw zrodził się pomysł związany z survivalem. Później okazało się, że najlepszym pomysłem było organizowanie wycieczek szkolnych z przygodą. Niekonwencjonalne sporty, zabawy, atrakcje – to zaczęło przyciągać turystów. W ciągu kilku lat oferta przedsiębiorstwa poszerzała się o coraz to nowsze atrakcje. Obecnie jest to już prężnie działająca firma, która organizuje aktywny wypoczynek.

### Jakie produkty lub usługi są oferowane

Centrum Turystyki Niekonwencjonalnej oferuje bardzo ciekawe bloki tematyczne. W 2006 roku przedsiębiorca oferuje 1, 2 lub 3 dniowe „Wycieczki z przygodą”, które obejmują:

- zjazdy na linach (zjazd z 30-metrowego wiaduktu kolejki zębatej z początku XX- wieku);
- strzelanie z łuków (w strzelnicy XVIII wiecznego fortu – uczestnicy poznają jedną z najszlachetniejszych dyscyplin sportu);
- wspinaczkę na sztucznej ścianie alpinistycznej;
- zwiedzanie XVIII-wiecznej twierdzy;
- wyprawę szlakiem sztolni dawnych kopalni srebra (wersja dzienna i nocna);
- strzelanie z wiatrówek (zabawa wyrabia zręczność i celne oko);
- jazdę konną (nauka jazdy konnej).

Ponadto organizowane są:

- zielone szkoły (z bogatym programem zabawowo-dydaktycznym);
- zimowiska 7 lub 12 dniowe, które mają 3 wersje programowe: z kursem jazdy na nartach biegowych, snowboard, oraz „Fantasy” (7-dniowa gra fabularna w klimacie popularnej literatury fantazy i filmu „Władca Pierścieni”. Noclegi w XIX-wiecznej „Karczmie pod Smokiem” z profesjonalną scenografią i elementami strojów dla uczestników);
- letnie kolonie i obozy o różnych profilach: min: kolonie i obóz konny, obóz Fantazy, warsztaty bębniarskie, ceramiczne, fotograficzne, woltyżerskie, capoeira, obóz skałkowy;
- imprezy fabularne na zamówienie, min.: „Smoczy Kamień” (uczestnicy zabawy poszukują 3 części rozbitego niegdyś magicznego kamienia, posługują się starymi mapami, spotykają tajemnicze postacie, które mogą pomóc lub przeszkodzić w osiągnięciu celu), „Talary Fryderyka” (w scenarii XVIII-wiecznej twierdzy - poszukiwanie przy pomocy starych planów, ukrytej w czasie wojen napoleońskich kasy garnizonu srebrnogórskiego), „Alicja w Krainie Czarów” (uczestnicy dzięki odpowiedniej scenarii i grze aktorów prowadzących przenoszą się w fantastyczny świat znajdujący się „po drugiej stronie lustra”, gdzie muszą odnaleźć złoty kluczyczek umożliwiający powrót do domu), „Jan Bomba - rewolucjonista z Budzowa” (uczestnicy zostają porwani i wcieleni w szeregi oddziału „Jana Bomby”. W tajnej siedzibie, w XVIII-wiecznej twierdzy, przechodzą szkolenie i obmyślają plan ucieczki);
- niezapomniane, pełne przygód i dobrej zabawy spotkania sylwestrowe;
- cykliczne imprezy kulturalne: srebrnogórski Halloween, pochody 1-wszo majowe, parateatralne spotkania integracyjne, nietypowe zabawy andrzejkowe i mikołajkowe.

### Do kogo skierowana jest oferta firmy

Oferta firmy skierowana jest do ludzi szukających aktywnego wypoczynku, chcących spędzić niekonwencjonalnie czas wolny. Z ofert korzysta młodzież szkolna, zakłady pracy, które organizują imprezy integracyjne.



## Zasięg geograficzny działalności

„Centrum Turystyki Niekonwencjonalnej” odwiedzają turyści, goście z całej Polski.

## Dodatkowa informacja o prowadzonej działalności

Oprócz proponowanych atrakcji po najbliższej okolicy CTN ma także ciekawą ofertę wyjazdową:

- wyjazd do Pragi, do Skalnego Miasta w Czechach, do kopalni złota w Złotym Stoku;
- zajęcia dydaktyczne na ścieżce „Skalnej Rzeźby” w Górach Stołowych, w Muzeum Papiernictwa w Dusznikach, na ścieżce przyrodniczej w rezerwacie „Topieliska” w Zieleńcu;

Każda organizowana impreza na charakter indywidualny, właściciel dostosowuje program do predyspozycji uczestników. Ponadto oprócz podstawowego pakietu, uczestnicy mogą zamówić sobie dodatkowe atrakcje: jazdę quadami, samochodami terenowymi, paintball, występy grup teatralnych i muzycznych, pokaz sztucznych ogni, pokaz wołyżerki, bankiet na forcie.

Zakwaterowanie uczestników imprez jest w schronisku, które dysponuje 44 miejscami noclegowymi, lub w kwaterach prywatnych na terenie Srebrnej Góry.

Letnie obozy, kolonie i imprezy posiadają kwalifikacje Kuratorium Oświaty i Wychowania.

Na X Targach Turystyki i Wypoczynku Lato 2005 w Warszawie CTN otrzymało wyróżnienie za najlepszy regionalny i lokalny produkt turystyczny, a na V Targach Turystyki i Wypoczynku „W Stronę Słońca” 2005 w Opolu - nagrodę za najlepszą promocję regionalnego produktu turystycznego.

## Czy na początku korzystano z zewnętrznego wsparcia finansowego

Właściciel sam pokrywał wszelkie koszty finansowe oraz otrzymał grant z Fundacji Wspomagania Wsi na założenie strony internetowej, ścieżkę dydaktyczną oraz na budowę i oznakowanie tras narciarskich.

## Największe problemy w prowadzeniu działalności (3 najważniejsze)

Właściciel nie ma większych problemów z prowadzeniem swojej działalności. Jedyne mała jest ilość miejsc noclegowych w najbliższej okolicy w sezonie letnim.

## Ocena obecnej sytuacji lub plany na przyszłość

Obecna sytuacja firmy jest dobra, przedsiębiorca planuje poszerzyć ofertę CTN o inne atrakcje oraz promować się w internecie na większą skalę.

## Orientacyjna skala prowadzonej działalności

W sezonie letnim przedsiębiorca zatrudnia 12–20 pracowników. W skali rocznej CTN odwiedza 5 tysięcy osób.

## Ogólny opis gospodarstwa rolnego, jeżeli przedsiębiorca je nadal prowadzi

Przedsiębiorca nie prowadzi gospodarstwa rolnego, ponieważ prowadzenie tego typu działalności wymaga poświęcenia bardzo dużo czasu i bycia dyspozycyjnym.

## Czy prowadzący działalność poszukuje partnerów gospodarczych?

Odbiorców/hurtowników,

## kategoria działalności (statystyczna)

Usługi,

## Lokalizacja siedziby

Województwo: dolnośląskie, Powiat: ząbkowicki, Gmina: Stoszowice,

## Komentarze ekspertów

### Strona formalno-prawna

Firma ta zajmuje się organizacją całorocznego aktywnego wypoczynku dzieci i młodzieży. W tym przypadku wydaje się, że dla pana Romualda Motyki najkorzystniejsze jest prowadzenie działalności gospodarczej jako osoba fizyczna.

Należy pamiętać, że organizatorzy wypoczynku dla dzieci i młodzieży szkolnej są zobowiązani do przestrzegania zapisów Rozporządzenia Ministra Edukacji Narodowej z dnia 21 stycznia 1997 r. w sprawie warunków, jakie muszą spełniać organizatorzy wypoczynku dla dzieci i młodzieży szkolnej, a także zasad jego organizowania i nadzorowania (Dz. U. Nr 12, poz.67 z późniejszymi zmianami).

Obiekt przeznaczony na placówkę wypoczynku zatwierdza kurator oświaty pod warunkiem uzyskania zgody właściwego przedstawiciela samorządu i pozytywnej opinii Państwowego Inspektora Sanitarnego oraz Komendy Rejonowej Straży Pożarnej. Organizator placówki wypoczynku, działającej zgodnie z wymogami przepisów oświatowych, powinien uzyskać od kuratora oświaty zaświadczenie o zgłoszeniu placówki wypoczynku. Warunkiem wydania zaświadczenia jest spełnienie wymagań określonych w przywołanym rozporządzeniu.

**Tomasz Tatimir**

### Internet

www.srebrna.com to witryna internetowa firmy turystycznej o ściśle określonej specjalizacji – wypocznik dzieci i młodzieży z wykorzystaniem własnej bazy noclegowej. Wykorzystanie Internetu służy przede wszystkim zobrazowaniu możliwości, jakie oferuje firma: rodzajów organizowanych imprez i ich programów. Odbiorcami witryny są więc przede wszystkim osoby organizujące zbiorowy wypocznik – nauczyciele, wychowawcy kolonijni, firmy turystyczne organizujące kolonie i obozy oraz w pewnym stopniu – rodzice i dzieci – potencjalni uczestnicy.

Wszystkie rodzaje organizowanych imprez są dobrze opisane i licznie ilustrowane z zdjęciami z imprez, które już się odbyły. O tym zawsze należy pamiętać. Po pierwsze dlatego, że komunikacja w Internecie jest w dużej mierze komunikacją wizualną i trzeba stosować dużo obrazów, po drugie dlatego, że pokazywanie dokumentacji z wcześniejszych dokonań czyni ofertę bardziej wiarygodną.

Na uwagę zasługuje wyposażenie stron w liczne odsyłacze, które pozwalają osobom bardziej zainteresowanym zasięgnąć kompleksowych informacji (na przykład o okolicy, lokalnych atrakcjach, instytucjach współpracujących itd.). Wśród tych odsyłaczy są między innymi „oferty naszych przyjaciół” – jak sama nazwa wskazuje oferty innych firm o podobnym charakterze.

Informacje zawarte na stronach są kompletne (zawierają opis, zdjęcia, warunki współpracy, ceny, terminy, informacje o sposobie kontaktu). To również bardzo ważne przy konstruowaniu strony – informacje powinny być kompletne, żeby odwiedzający nie musiał sięgać do innych źródeł lub sposobów kontaktu, ale wszystkiego mógł dowiedzieć się w jednym miejscu.

**Wojciech Murzyn**



## Przedsiębiorstwo „Pronat”

Roman Bochniarz  
Stara Wieś  
21-010 Łęczna  
081 752 08 94/95



romanbochniarz@poczta.onet.pl, www.agrinpol.pl/pronat

**Krótki opis - na czym polega prowadzona działalność pozarolnicza** Firma „Pronat” zajmuje się produkcją wyrobów z drewna toczzonego. Wieloletnie doświadczenie gwarantuje jakość i niepowtarzalność oferowanych produktów. Właściciel za klucz sukcesu uważa kompleksowość swojej oferty, na którą oprócz produkcji mebli i ozdób ogrodowych składa się również produkcja podłoże dla roślin.

**Od kiedy prowadzona jest działalność gospodarcza** 1991

**Skąd wziął się pomysł lub krótka historia jak to się zaczęło** Motywem rozpoczęcia działalności była przede wszystkim chęć uzyskania dodatkowego źródła dochodu.

**Jakie produkty lub usługi są oferowane** W ofercie przedsiębiorstwa znajdują się:  
- meble ogrodowe użytkowe: altanki, stoły, domki, ławki huštawki, toalety,  
- meble ozdobne: wozy drabiniaste, studnie, budy dla psów, rolbordery, palisady, kwietniki, płotki,  
- ziemię uniwersalną kwiatową: do paproci kaktusów, pod iglaki, torf kwaśny lub odkwaszony, ziemia do wysiewu nasion,  
- materiały okrywkowe typu kora, kolorowe zrębki drewniane,  
- na zlecenie: paśniki, stojaki na narzędzia.

**Do kogo skierowana jest oferta firmy** Odbiorcami produktów są przede wszystkim centra ogrodnicze, osoby zajmujące się architekturą krajobrazu oraz klienci indywidualni.

**Zasięg geograficzny działalności** Firma ma klientów z województwa lubelskiego i mazowieckiego.

**Dodatkowa informacja o prowadzonej działalności** Właściciel reklamuje swoje wyroby poprzez ogłoszenia w Panoramie Firm oraz udział w wystawach ogrodniczych. Jednakże za najlepszą reklamę właściciel uznaje rekomendacje zadowolonych klientów.

**Czy na początku korzystano z zewnętrznego wsparcia finansowego** Nie

**Największe problemy w prowadzeniu działalności (3 najważniejsze)** Największymi problemami są duże obciążenia finansowe ( np. podatek od nieruchomości) jak również limity pozyskiwania drewna do produkcji.

**Ocena obecnej sytuacji lub plany na przyszłość** Przedsiębiorca twierdzi, iż działalność jest dochodowa. W planach na przyszłość firma ma nawiązanie współpracy z odbiorcami z zagranicy oraz otworzenie punktu sprzedaży.

**Orientacyjna skala prowadzonej działalności** Firma zatrudnia 4 osoby na etacie oraz 4 osoby sezonowo.

**Ogólny opis gospodarstwa rolnego, jeżeli przedsiębiorca je nadal prowadzi** Powierzchnia gospodarstwa przekracza 3 ha. Nie jest ono bezpośrednio wykorzystywane na potrzeby produkcji - ma znaczenie marginalne.

**Czy prowadzący działalność poszukuje partnerów gospodarczych?** Dystrybutorów, Podwykonawców, Odbiorców/hurtowników,

**kategoria działalności (statystyczna)** Produkcja,

**Lokalizacja siedziby** Województwo: lubelskie, Powiat: łęczyński, Gmina: Łęczna,

## Komentarze ekspertów

### Strona formalno-prawna

W takim przypadku proponowaną formą prawną prowadzonej działalności jest spółka cywilna.

Do 31 grudnia 2000 r. spółki cywilne istniały jako samodzielne podmioty gospodarcze, które mogły być przedmiotem wpisu do ewidencji działalności gospodarczej. Od dnia 1 stycznia 2001 r. spółka cywilna nie jest już uznawana za podmiot gospodarczy, ale status przedsiębiorców mają jej wspólnicy. W tym przypadku w wydziale działalności gospodarczej rejestrują się poszczególni wspólnicy, jako samodzielnie prowadzący działalność gospodarczą, zaznaczając we wniosku, że działalność prowadzić będą w formie spółki cywilnej. Zawierając umowę spółki należy mieć na względzie postanowienia kodeksu cywilnego (Tytuł XXXI - Spółka). Wspólnicy spółki cywilnej odpowiadają za zobowiązania spółki solidarnie całym swoim majątkiem.

Spółka cywilna jest bardzo dobra formą dla działalności małych rozmiarów. Wspólnicy mają dużą swobodę kształtowania postanowień umowy spółki. Możliwe są wszystkie formy opodatkowania. Istnieje możliwość wyboru najodpowiedniejszej w zależności od charakteru działalności. Sposób likwidacji działalności jest nieskomplikowany.

Jako wadę tej formy działalności uznać należy odpowiedzialność wspólników całym majątkiem osobistym za zobowiązania firmy, a także konieczność rejestrowania się każdego wspólnika osobno.

**Tomasz Tatomir**

### Internet

Firma nie ma własnej strony internetowej. Reklamuje się na wystawach ogrodniczych, a za najlepszą reklamę właściciel uznaje rekomendacje zadowolonych klientów.

Wykorzystanie Internetu może więc przynieść większy zasięg reklamy mniejszym kosztem, a wykorzystanie rekomendacji zadowolonych klientów będzie również jak najbardziej na miejscu: można przytaczać wypowiedzi klientów, udostępnić im księgę gości – księgę opinii i komentarzy. Jeśli byłaby taka możliwość można stronę ilustrować zdjęciami prawdziwych aranżacji ogrodów z wykorzystaniem mebli i elementów produkowanych przez firmę.

Innymi słowy strona internetowa może stanowić taką własną, stałą wystawę ogrodniczą, którą można uzupełniać nowymi eksponatami pojawiającymi się w miarę wprowadzania ich do asortymentu. Taka strona służy przede wszystkim jako miejsce do spotykania zainteresowanych klientów zarówno indywidualnych, jak i hurtowych: sklepów ogrodniczych, hurtowni, firm zajmujących się aranżacją ogrodów itd. i nawiązywania z nimi kontaktu.

**Wojciech Murzyn**

### Księgowość i podatki

Najkorzystniejszą formą opodatkowania będzie opodatkowanie przychodów w formie ryczałtu, który dla tego rodzaju działalności wynosi 5,5%, jeśli koszty uzyskania przychodu są stosunkowo niewielkie. W przeciwnym wypadku (gdy te koszty są odpowiednio wysokie) – opodatkowanie na zasadach ogólnych określonych w art. 30c ustawy o podatku dochodowym od osób fizycznych (19% podatek liniowy).

Zalóżmy, że koszty produkcji mebli z drewna toczonego są na tyle wysokie, że warto wybrać podatek liniowy 19%. Jak wówczas będzie naliczany nasz podatek? W przypadku opodatkowania na zasadach ogólnych podstawą wyliczania wielkości podatku jest dochód, czyli przychód pomniejszony o koszty uzyskania przychodu. Począwszy od 2005 roku przedsiębiorcy mają do wyboru dwie możliwości opodatkowania swoich dochodów z prowadzenia działalności gospodarczej: według 19% stawki liniowej i według skali podatkowej (19%, 30%, 40%). Wybór opodatkowania na zasadach ogólnych jako formy opodatkowania wiąże się z koniecznością prowadzenia ewidencji w formie księgi przychodów i rozchodów, bądź w formie ksiąg rachunkowych (obowiązkowe przy obrotach rocznych powyżej 800 000 euro). W przypadku księgi przychodów i rozchodów wymagane jest prowadzenie ewidencji: przychodów, zakupów, wydatków (kosztów), karty wynagrodzeń pracowników, ewidencji ilościowo-wartościowej i zużycia (amortyzacji) środków trwałych oraz wartości niematerialnych i prawnych, ewidencji dodatkowych (wyposażenia, przebiegu pojazdów, sprzedaży, pożyczek i zastawionych rzeczy, kupna i sprzedaży wartości dewizowych), ewidencji dla potrzeb VAT. W przypadku ksiąg rachunkowych (pełna księgowość) wymagane jest prowadzenie najbardziej rozbudowanej ewidencji, do której należą: ewidencja przychodów, ewidencja zakupów, ewidencja kosztów, ewidencja rozrachunków z odbiorcami i dostawcami, ewidencja środków pieniężnych, karty wynagrodzeń pracowników, ewidencja ilościowo-wartościowa i zużycia (amortyzacji) środków trwałych oraz wartości niematerialnych i prawnych, ewidencja przebiegu pojazdów, ewidencja dla potrzeb VAT.

Jeśli przedsiębiorca zdecyduje się na prowadzenie pełnej księgowości, to powinien w tym celu zatrudnić księgowego lub zlecić obsługę księgową wyspecjalizowanemu podmiotowi (biuro rachunkowe). Musi się wówczas liczyć z ponoszeniem dużych kosztów. Jeśli jednak dla potrzeb prowadzonej działalności wystarczająca będzie księga przychodów i rozchodów, to można spróbować prowadzić księgowość samodzielnie. Można w tym celu skorzystać z wirtualnych biur księgowych (np.: [www.ifirma.pl](http://www.ifirma.pl), [www.regus.pl](http://www.regus.pl), [www.madar.com.pl](http://www.madar.com.pl)), które bardzo ułatwiają prowadzenie księgowości, m.in. poprzez automatyzację wielu czynności i przypominaniu kiedy i gdzie należy złożyć odpowiednie dokumenty. Koszty korzystania z takich serwisów internetowych są bardzo niskie (kilkadziesiąt złotych miesięcznie).

**Remigiusz Orzechowski**



## Wytwarzanie Energii Elektrycznej

Robert Specht  
Kawczyn 3  
77-200 Miastko  
(059) 858 31 87

[www.agrinpol.pl/elektrownia\\_kawczyn](http://www.agrinpol.pl/elektrownia_kawczyn)



### Krótki opis - na czym polega prowadzona działalność pozarolnicza

Pozarolnicza działalność polega na produkcji energii elektrycznej na bazie stopnia wodnego rzeki Studnicy koło Miastka. Do zbudowania elektrowni wykorzystano zde-wastowany stopień wodny starego młyna w Kawczynie. Ponadto planowany jest dalszy rozwój agroturystyki w gospodarstwie.

### Od kiedy prowadzona jest pozarolnicza działalność gospodarcza

Od 1992

### Skąd wziął się pomysł lub krótka historia jak to się zaczęło

Pomysł na elektrownię zrodził się po obejrzeniu filmu w telewizji pt. „Gwiezdny pył”. Wówczas rozpoczęto też poszukiwania odpowiedniego miejsca pod jej budowę. Gdy zakupiono teren przedsiębiorca zaczął zastanawiać się nad źródłem finansowania budowy elektrowni, skorzystał z kredytu i dotacji. Po 3 latach uruchomiono elektrownię.

### Jakie produkty lub usługi są oferowane

- produkcja energii elektrycznej,
- wynajem pokoi gościnnych.

### Do kogo skierowana jest oferta firmy

Oferta firmy skierowana jest do zakładu energetycznego (wytwarzany prąd) oraz do klientów indywidualnych w zakresie agroturystyki.

### Zasięg geograficzny działalności

W miejscu zamieszkania.

### Dodatkowa informacja o prowadzonej działalności

Unikatowość prowadzonej działalności polega na tym, że jest to jedna z kilku elektrowni w powiecie. Jest to niewątpliwie działalność proekologiczna, przyczynia się ona do rozwoju infrastruktury okolicy, gdyż czyni ją ciekawszą krajobrazowo i atrakcyjniejszą dla wędkarzy.

Od 2002 roku prowadzona jest również działalność agroturystyczna. W 2004 roku gospodarstwo otrzymało dofinansowanie z Programu SAPARDU na rozwój działalności agroturystycznej.

Obecnie gościom oferowany jest domek z trzema pokojami i kuchnią.

### Czy na początku korzystano z zewnętrznego wsparcia finansowego

Tak – kredyty i dotacje

### Ocena obecnej sytuacji lub plany na przyszłość

Rozwijanie działalności rolniczej i pozarolniczej, w tym agroturystyki.

### Orientacyjna skala prowadzonej działalności

Produkcja energii na poziomie 800 MW.

### Ogólny opis gospodarstwa rolnego, jeżeli przedsiębiorca je nadal prowadzi

Powierzchnia gospodarstwa to 11,06 ha. Produkcja polowa – borówka amerykańska, łąki, ryby pod potrzeby agroturystyki.

### Czy prowadzący działalność poszukuje partnerów gospodarczych?

Nie poszukuje,

### kategoria działalności (statystyczna)

Usługi, Produkcja,

### Lokalizacja siedziby

Województwo: pomorskie, Powiat: bytowski, Gmina: Miastko,

## Komentarze ekspertów

### Marketing

Obszary wiejskie w Polsce obfitują nie tylko w infrastrukturę możliwą do wykorzystania na cele pozarolnicze, ale również w zasoby energetyczne. Omawiana firma jest przykładem pomysłu nietypowego jeszcze dla wsi polskiej – produkcji energii odnawialnej. Do pozostałych typów energii odnawialnej zaliczyć można energię słoneczną, wiatrową, energię geotermalną oraz wytwarzaną z biomasy. Polska może być potentatem w produkcji wierzby energetycznej (głównie na terenach bagnistych), rzepaku, czy nawet kukurydzy (biodiesel). Ponadto większość

gmin wiejskich ma możliwości tworzenia zakładów geotermalnych<sup>1</sup>. Produkcja energii wymaga współpracy wielu podmiotów, począwszy od władz gminy na odbiorcach energii skończywszy. Warto jednak podkreślić, że produkcja energii odnawialnej może być w przyszłości bardzo rentowna.

**Robert Romanowski**

## **Internet**

Firma nie ma własnej witryny internetowej. Potencjalne możliwości wykorzystania Internetu to:

- promocja usług agroturystycznych z wykorzystaniem standardowych mechanizmów stosowanych w branży.
- promocja ciekawej działalności ekologicznej (elektrownia wodna), możliwość stworzenia strony będącej źródłem wiedzy dla naśladowców, możliwość nawiązania kontaktów, sprzedaży usług konsultacyjnych przy podobnych projektach, możliwość tworzenia grupy osób zainteresowanych podobną tematyką, wymiana doświadczeń, korzystanie z doświadczeń innych

**Wojciech Murzyn**

## **Dostępne środki finansowe**

Przedsiębiorca świetnie wykorzystał zniszczony stopień wodny starego młyna do celów produkcji energii elektrycznej oraz agroturystyki.

Jeśli przedsiębiorca planuje inwestycję proekologiczną, która wpisze się w Strategię działania WFOŚ w Gdańsku na lata 2005-2008 ([www.wfosigw-gda.pl](http://www.wfosigw-gda.pl)) będzie mógł się starać skorzystać z pożyczki preferencyjnej (z możliwością częściowego umorzenia), pożyczki płatniczej, kredytów udzielanych ze środków Narodowego Funduszu Ochrony Środowiska i Gospodarki Wodnej przez banki w ramach linii kredytowych, dopłat do oprocentowania preferencyjnych kredytów i pożyczek, dotacji.

W okresie 2004-2006 w NFOŚiGW można było ubiegać się o refundację części kosztów kwalifikowanych poniesionych na proekologiczną inwestycję w ramach Sektorowego Programu Operacyjnego Wzrost Konkurencyjności Przedsiębiorstw (Działanie 2.4: Wsparcie dla przedsięwzięć w zakresie dostosowywania przedsiębiorstw do wymogów ochrony środowiska). Z całą pewnością taka możliwość będzie w nowym programie w latach 2007-2013.

Dodatkowe informacje o programach pomocowych z UE przedsiębiorca znajdzie w biurze powiatowym ARiMR w Tuchomie oraz w Agencji Rozwoju Pomorza w Gdańsku ([www.arp.gda.pl](http://www.arp.gda.pl)), a także w Stowarzyszeniu „Wolna Przedsiębiorczość” w Gdańsku. Oś 3 PROW na lata 2007-2013 przewiduje wsparcie na podstawowe usługi dla gospodarki i ludności wiejskiej (poziom pomocy finansowej wynosi maksymalnie 75% kosztów kwalifikowanych inwestycji, a w przypadku inwestycji generujących przychód – maksymalnie 50%) a także rozwój usług turystycznych oraz związanych ze sportem, rekreacją i wypoczynkiem (maksymalnie 50% kosztów kwalifikowanych inwestycji).

Oczywiście do dyspozycji przedsiębiorcy są kredyty bankowe (inwestycyjny, obrotowy).

**Marek Panfil**

<sup>1</sup> patrz: K. Forowicz, Gorące serca profesorów, Rzeczpospolita 5.03.2001

## „Zajazd Karłów CARLSBERG”, Pub, restauracja, pokoje gościnne, imprezy okolicznościowe



Irena Sznajder  
Karłów 8b  
57-350 Kudowa Zdrój  
074 87 33 805, 697 548 457  
zajazdkarlow@interia.pl

www.zajazdkarlow.pl, www.agrinpol.pl/zajazd\_karlow



### Krótki opis - na czym polega prowadzona działalność pozarolnicza

Pozarolnicza działalność gospodarcza polega na prowadzeniu w niewielkiej, uroczej miejscowości turystycznej Karłów, restauracji, pubu. Ponadto udostępniane są do wynajęcia cztery pokoje gościnne.

### Od kiedy prowadzona jest pozarolnicza działalność gospodarcza

Działalność gastronomiczna prowadzona jest od 1984 roku, natomiast pokoje gościnne są wynajmowane od 2003 roku.

### Skąd wziął się pomysł lub krótka historia jak to się zaczęło

Przygodę z gastronomią właścicielka rozpoczęła w 1984 roku, kiedy to w miejscu obecnego „Zajazdu Karłów -CARLSBERG” stał „Bar Przydrożny”, w którym właścicielka serwowała placki ziemniaczane, frytki, kaszankę oraz rybę. Bar był czynny sezonowo - od maja do października. Turyści bardzo sobie chwalili serwowane potrawy, jednakże brakowało miejsca do konsumpcji potraw. Do dyspozycji klientów były jedynie drewniane ławki na zewnątrz baru. Dlatego też właścicielka postanowiła powiększyć bar o salę jadalną.

Budowa sali rozpoczęła się w maju 1996 roku, a pierwsza impreza w nowej sali odbyła się w sylwestra 1996 roku. Widząc zainteresowanie klientów i zadowolenie z udanych imprez, w 2003 właścicielka podjęła się kolejnej inwestycji.

Zbudowano nową kuchnię, drugą salę konsumpcyjną oraz pokoje gościnne. Zmieniła się także nazwa obiektu, na „Zajazd Karłów - CARLSBERG”.

### Jakie produkty lub usługi są oferowane

Zajazd Karłów – CARLSBERG” oferuje cztery komfortowo urządzone pokoje gościnne. Pokoje są 2, 3 i 4-osobowe z łazienkami. W każdym pokoju jest telewizor. Pokoje są wynajmowane przez cały rok.

Ponadto właścicielka prowadzi restaurację. Restauracja dysponuje 2 salami, które mogą pomieścić 70 osób, a na balkonach dodatkowo są miejsca dla 40 osób.

W sezonie zimowym organizowane są kuligi z pochodniami, grzanym winem. Właścicielka organizuje imprezy okolicznościowe (wesela, komunie, chrzciny, bankiety, itp.), niezapomniane zabawy andrzejkowe i sylwestrowe z orkiestrami do wyboru: polską lub czeską.

Dla gości jest też miejsce na grilla i ognisko. Dużą atrakcją jest pieczenie prosiaka nad ogniskiem.

### Do kogo skierowana jest oferta firmy

Oferta gastronomiczna skierowana jest zarówno do turystów indywidualnych jak i zbiorowych, natomiast pokoje gościnne dla turystów indywidualnych.

### Zasięg geograficzny działalności

„Zajazd Karłów – CARLSBERG” odwiedzają goście z całej Polski oraz Europy.

### Dodatkowa informacja o prowadzonej działalności

Właścicielka poleca bardzo smaczną kuchnię, w której każdy gość znajdzie coś dla siebie. Prowadzona restauracja słynie z wyszukanego jedzenia. Pochlebne opinie o kuchni w „Zajeździe” można nawet znaleźć w „Przewodniku Pascala”.

Najbardziej polecanymi daniami przez szefa kuchni jest: placek po węgiersku, pstrąg z masełkiem czosnkowym, golonka podsmażana oraz sola tropikalna w sosie parmezanowym.

Dla grup zorganizowanych, które korzystają z wyżywienia przewidziane są specjalne zniżki i upusty.

### Czy na początku korzystano z zewnętrznego wsparcia finansowego

Tak, właścicielka korzystała z kredytów.

### Największe problemy w prowadzeniu działalności (3 najważniejsze)

Brak w sezonie zimowym atrakcji dla turystów, przez co jest mniej gości w Zajeździe – można nawet mówić o sezonowości usług.

Dużym utrudnieniem jest problem z wodą w całej miejscowości.

### Ocena obecnej sytuacji lub plany na przyszłość

Obecna sytuacja przedsiębiorstwa jest dobra, właścicielka w planach na przyszłość ma urządzenie kolejnych pokoi dla gości.

<b>Orientacyjna skala prowadzonej działalności</b>	W sezonie letnim pani Irena zatrudnia 5 osób, natomiast w zimie jest zatrudnionych na stałe 2 pracowników.
<b>Ogólny opis gospodarstwa rolnego, jeżeli przedsiębiorca je nadal prowadzi</b>	Gospodarstwo rolne o powierzchni 4 ha, które w całości stanowią łąki.
<b>Czy prowadzący działalność poszukuje partnerów gospodarczych?</b>	Dostawców, Odbiorców/hurtowników,
<b>kategoria działalności (statystyczna)</b>	Usługi,
<b>Lokalizacja siedziby</b>	Województwo: dolnośląskie, Powiat: kłodzki, Gmina: Radków,

## Komentarze ekspertów

### Strona formalno-prawna

Pozarolnicza działalność gospodarcza polega na prowadzeniu restauracji, pubu. Ponadto właściciel wynajmuje pokoje gościnne. Jest to więc działalność kapitałochłonna. Aby ograniczyć ryzyko związane z ewentualnymi odszkodowaniami lub niewypłacalnością wydaje się, że najwłaściwszą formą działalności zajazdu będzie spółka z o.o.

Miejsca, gdzie serwuje się posiłki muszą spełniać odpowiednie wymogi BHP. Zawarte są one w rozporządzeniu z dnia 9 kwietnia 1966 r. w sprawie bezpieczeństwa i higieny pracy w zakładach gastronomicznych i przemysłu garmazeryjnego (Dz. U. nr 22, poz. 142). Określono w nim m.in. wymagania, jakie powinny spełniać budynki i pomieszczenia, w których przygotowuje się i serwuje jedzenie. Wymogi dotyczące przygotowywania jedzenia znajdziemy też w rozporządzeniu z dnia 26 kwietnia 2004 r. w sprawie wymagań higieniczno-sanitarnych w zakładach produkujących lub wprowadzających do obrotu środki spożywcze (Dz. U. nr 104, poz. 1096). Także pracownicy, którzy są zatrudnieni przy przygotowywaniu jedzenia, powinni mieć aktualne badania sanitarno-epidemiologiczne. Kontrolę w pubie lub barze pod kątem sanitarnym może przeprowadzać Sanepid, a za stwierdzone nieprawidłowości jego pracownicy mogą właścicielowi wystawić mandat karny.

Sprzedaż, jak i wyszynk alkoholu wymagają uzyskania zezwolenia w gminie, na terenie której prowadzony jest lokal. Zasady wydawania zezwoleń określa ustawa z dnia 26 października 1982 r. o wychowaniu w trzeźwości i przeciwdziałaniu alkoholizmowi (tj. Dz. U. z 2002 r., nr 147, poz. 1231 ze zm.).

Natomiast kwestie świadczenia usług hotelarskich reguluje ustawa z dnia 29 sierpnia 1997 r. o usługach hotelarskich oraz rozporządzenie Ministra Gospodarki i Pracy z dnia 19 sierpnia 2004 r. w sprawie obiektów hotelarskich i innych obiektów, w których świadczone są usługi hotelarskie.

**Tomasz Tatomir**

### Internet

Witryna [www.zajazdkarlow.pl](http://www.zajazdkarlow.pl) ma charakter przede wszystkim informacyjny – pokazuje ofertę restauracji – pubu oraz noclegów. Oprócz informacji są zdjęcia wnętrz (a nawet potraw – bardzo dobry pomysł – w końcu to informacja o restauracji), przykładowe ceny i przegląd oferty, a przydałaby się jeszcze mapa dojazdu.

Można od razu zasięgnąć informacji o okolicy i atrakcjach turystycznych oraz obejrzeć galerię zdjęć Gór Stołowych. Dzięki temu oferta pokazana jest na szerszym tle, jako element wycieczki w atrakcyjne okolice lub dłuższego wypoczynku.

**Wojciech Murzyn**



## PPHU J. Szyszka

Janusz Szyszka  
Olszewka 67  
89-100 Nakło  
(52) 385-45-16  
504166461

janusz.szyszka@vp.pl

www.agrinpol.pl/opakowania\_szyszka



**Krótki opis - na czym polega prowadzona działalność pozarolnicza** Pozarolnicza działalność gospodarcza polega na produkcji woreczków do opakowań do armatury hydraulicznej. W chwili obecnej firma jest w początkowym etapie swojej działalności gospodarczej i jest podwykonawcą większego zakładu. Od początku swej działalności firma jest ściśle uzależniona od swego zleceniodawcy. Firma zajmuje się również produkcją wózków motolotniowych.

**Od kiedy prowadzona jest pozarolnicza działalność gospodarcza** Od 2004 roku

**Skąd wziął się pomysł lub krótka historia jak to się zaczęło** Przedsiębiorca inspirację do podjęcia działalności czerpał z obserwacji znajomego prowadzącego firmę produkującą armaturę hydrauliczną, który w 2004 roku zaproponował mu współpracę polegającą na dostarczaniu opakowań do wykonywanych w swojej firmie urządzeń hydraulicznych. Wykorzystał więc pomysł związania się z większą firmą, zapewniającą zbyt produkowanego asortymentu. W przypadku wózków motolotniowych pomysł na rozpoczęcie ich produkcji wyniknął z zainteresowań właściciela firmy, który od 14 lat uprawia ten sport (jest to jego hobby). Postanowił wykorzystać swoje doświadczenie i wiedzę i zaczął produkować wózki motolotniowe.

**Jakie produkty lub usługi są oferowane** Oferowane produkty i usługi to:  
- woreczki  
- pakowanie i składanie syfonów i zraszaczy ogrodowych  
- produkcja wózków motolotniowych.

**Do kogo skierowana jest oferta firmy** Oferta skierowana jest głównie do firmy „KOS – PLAST”. Wózki motolotniowe oferowane są wszystkim zainteresowanym tego typu asortymentem.

**Zasięg geograficzny działalności** Zasadnicza część działalności firmy ma zasięg lokalny. Oferta wózków ma zasięg ogólnokrajowy.

**Czy na początku korzystano z zewnętrznego wsparcia finansowego** Działalność została uruchomiona środkami własnymi właściciela.

**Największe problemy w prowadzeniu działalności (3 najważniejsze)** Nie ma problemów.

**Ocena obecnej sytuacji lub plany na przyszłość** W przyszłości planowany jest dalszy rozwój oraz rozszerzenie działalności m. in. zakup wtryskarki, która pozwoli znacznie wzbogacić produkowany asortyment.

**Orientacyjna skala prowadzonej działalności** W firmie zatrudnionych jest 4 pracowników. Pracuje także rodzina.

**Ogólny opis gospodarstwa rolnego, jeżeli przedsiębiorca je nadal prowadzi** Gospodarstwo ma 13,45 ha. Uprawiane jest głównie pszenżyto.

**Czy prowadzący działalność poszukuje partnerów gospodarczych?** Nie poszukuję,

**kategoria działalności (statystyczna)** Produkcja, Handel,

**Lokalizacja siedziby** Województwo: kujawsko-pomorskie, Powiat: nakielski, Gmina: Nakło nad Notecią,

## Komentarze ekspertów

### Marketing

Firma prezentuje ciekawy problem rozpoczęcia działalności. Działalność firmy opiera się na produkcji woreczków foliowych dla jednego odbiorcy (odmiana strategii koncentracji na segmencie). Jednak już po dwóch latach od rozpoczęcia właściciel rozszerzył ofertę o, zgodną z jego zainteresowaniami, produkcję wózków motolotniowych. Najczęściej przedsięwzięcia na obszarach wiejskich zaczynają się od drobnych, ale pewnych zleceń, a rzetelna realizacja zamówień pozwala na akumulację kapitału potrzebnego do dalszego rozwoju. Niezbędny jest jednak plan własnego rozwoju (warto zadać sobie pytania, jak wyobrażamy sobie firmę za rok, za 3 lata i za 5 lat; pytania te należy zadawać co roku).

**Robert Romanowski**

### Strona formalno-prawna

Firma nie ma własnej witryny internetowej. Jest podwykonawcą większego zakładu – pracuje dla jednego zleceniodawcy. Produkowany asortyment (woreczki – opakowania do armatury hydraulicznej) może być z powodzeniem sprzedawany innym firmom o podobnym profilu. W tym celu można posłużyć się mechanizmami internetowymi do pozyskiwania nowych zleceniodawców.

Ponieważ produkcja jest dość specyficzna (a co za tym idzie lista potencjalnych zleceniodawców – ograniczona) można zaproponować stworzenie prostej witryny z podstawowymi informacjami o produktach i stosowanej technologii. Następnie wykorzystujemy narzędzia internetowe (wyszukiwarki, katalogi biznesowe, e-mailing) do poszukiwania i kontaktowania się z potencjalnymi zleceniodawcami i kierowania ich na stronę firmy. W przypadku zainteresowania nawiązujemy dalsze kontakty. Można się także spodziewać, że obecność oferty firmy w Internecie spowoduje kontakty od innych potencjalnych zleceniodawców zainteresowanych produktami o podobnych własnościach – da przez to sugestie dotyczące ewentualnego poszerzenia asortymentu.

Tak więc stosunkowo proste i nieangażujące czasowo mechanizmy mogą przynieść dwie podstawowe korzyści: znalezienie nowych kontrahentów na aktualnie produkowane wyroby oraz znalezienie nowych możliwości produkcji – poszerzenia asortymentu zgodnie z potrzebami innych, potencjalnych kontrahentów. To jedna z wielkich zalet biznesu wspomaganego komunikacją elektroniczną: producent nie musi „wymyślać” nowych produktów a następnie próbować je sprzedać, ale czeka na sugestie od potencjalnych nabywców i zgodnie z nimi dostosowuje swój profil produkcji do „udowodnionych” wymagań rynku.

**Tomasz Tatomir**

### Dostępne środki finansowe

Atutem przedsiębiorstwa jest dywersyfikacja prowadzonej działalności (produkcja woreczków, pakowanie i składanie syfonów i zraszaczy ogrodowych, produkcja wózków motolotniowych). Z drugiej strony przedsiębiorca powinien odpowiedzieć sobie na pytanie: co by się stało, gdyby odbiorca „KOS-PLAST” z różnych powodów przestał zamawiać woreczki albo nie uregulował płatności, co spowodowałoby utratę płynności finansowej firmy-dostawcy? Czy nie jest zagrożeniem posiadanie tylko kluczowego odbiorcy?

Jako że planowany jest w przyszłości dalszy rozwój i rozszerzenie działalności (zakup wtryskarki), przedsiębiorca może skorzystać z kredytu inwestycyjnego lub leasingu. Leasing jest podobną do sprzedaży ratalnej wygodną formą finansowania inwestycji. Zakupiony w ramach leasingu przedmiot pozostaje własnością leasingodawcy, natomiast leasingobiorca (przedsiębiorca, kupujący przedmiot w leasingu) wykorzystuje go do swoich celów, płacąc opłaty leasingowe. Leasing umożliwi wliczenie całego czynszu leasingowego w koszty uzyskania przychodu, co daje możliwość finansowania z zysku jeszcze przed opodatkowaniem.

Informacje na temat programów pomocowych UE przedsiębiorca otrzyma w Toruńskiej Agencji Rozwoju Regionalnego ([www.tarr.org.pl](http://www.tarr.org.pl)). Dostępne będą środki z PROW-u (głównie z Osi 3), a także z Programu Operacyjnego Kapitał Ludzki (finansowany ze środków Europejskiego Funduszu Społecznego).

**Marek Panfil**



## „PPU PENO”- Janina Walicka

Janina Walicka  
Łętownia 454  
37-312 Łętownia  
(017) 242 91 75, (017) 242 91 75  
0505 18 19 97

biuro@peno.com.pl

www.peno.com.pl, www.agrinpol.pl/peno\_pl



<b>Krótki opis - na czym polega prowadzona działalność pozarolnicza</b>	Pozarolnicza działalność gospodarcza polega na prowadzeniu przedsiębiorstwa, które zajmuje się produkcją, skupem i sprzedażą hurtową wyrobów z wikliny.
<b>Od kiedy prowadzona jest pozarolnicza działalność gospodarcza</b>	1995 (początek działalności firmy - 1989r.)
<b>Skąd wziął się pomysł lub krótka historia jak to się zaczęło</b>	Zakład znajduje się na terenie zamieszkałym przez osoby trudniące się głównie uprawą wikliny. Większość miejscowych rolników zajmuje się wyplataniem z niej różnych przedmiotów. Otwarcie zakładu dało im pracę, oferowało zbyt na wytwarzany produkt, co stanowiło dodatkowy bodziec do otwarcie firmy.
<b>Jakie produkty lub usługi są oferowane</b>	Przedsiębiorstwo oferuje usługi związane z wykorzystaniem wikliny a także wyroby z wikliny, np.: -praktyczne: kosze, koszyki, meble (stoły, krzesła) -ozdobne: figurki zwierząt, ozdoby ogrodowe, itp. Ostatnio zaczęto produkcję trumien i urn z wikliny - nie ma więc wątpliwości, że z wikliny można wyplatać wszystko.
<b>Do kogo skierowana jest oferta firmy</b>	Oferta firmy skierowana jest do odbiorców zbiorowych (hurtowników) oraz indywidualnych.
<b>Zasięg geograficzny działalności</b>	Cała Polska, ale także Czechy, Szwecja, Francja, Anglia i Niemcy.
<b>Dodatkowa informacja o prowadzonej działalności</b>	Jest to rękodzieło artystyczne (wszystko wykonane jest ręcznie). Firma „PENO” podtrzymuje tradycje koszykarskie, jak również wprowadza nowe wzory. Ze względu na duży asortyment (około tysiąc wzorów), uczestniczy w targach, wystawach krajowych i zagranicznych.
<b>Czy na początku korzystano z zewnętrznego wsparcia finansowego</b>	Działalność uruchamiana była wyłącznie w oparciu środki własne.
<b>Największe problemy w prowadzeniu działalności (3 najważniejsze)</b>	Wysokie koszty zatrudnienia pracowników. Brak dotacji lub refundacji kosztów zatrudnienia pracowników -chałupników. Brak pomocy w reklamie.
<b>Ocena obecnej sytuacji lub plany na przyszłość</b>	Właścicielka jest zadowolona z prowadzonej działalności, zamierza rozwijać firmę.
<b>Orientacyjna skala prowadzonej działalności</b>	Firma zatrudnia 7 osób – żaden z pracowników nie jest członkiem rodziny .
<b>Ogólny opis gospodarstwa rolnego, jeżeli przedsiębiorca je nadal prowadzi</b>	Gospodarstwo rolne ma powierzchnię 5,80 ha i uprawiana jest w nim głównie wiklina.
<b>Czy prowadzący działalność poszukuje partnerów gospodarczych?</b>	Odbiorców/hurtowników, Dostawców,
<b>kategoria działalności (statystyczna)</b>	Produkcja, Handel, Usługi,
<b>Lokalizacja siedziby</b>	Województwo: podkarpackie, Powiat: leżajski, Gmina: Nowa Sarzyna,

## Komentarze ekspertów

### Marketing

Przedsiębiorstwo Peno powstało dzięki organizacyjnym zdolnościom właścicielki, która potrafiła dostrzec szansę rozwoju w tradycji wikliniarskiej kultywowanej w rodzinnej miejscowości. Miejscowi rolnicy wyplatający przedmioty z wikliny, działający dotychczas samodzielnie, zaczęli współdziałać dzięki pani Janinie, tworząc swoistą grupę producentką, co umożliwiło znalezienie rynków zbytu na swoje wyroby, zarówno w kraju, jak i poza granicami Polski. W przypadku występowania na danym terenie grupy osób wyspecjalizowanych w danej dziedzinie (tu koszykarstwo) istnieje możliwość zorganizowania ich pod warunkiem znalezienia rynku zbytu (z orientacji produkcyjnej przechodzimy do orientacji sprzedażowej przedsiębiorstwa). Im więcej specjalistów znajduje się na danym terenie, tym bardziej można różnicować ofertę. Rzadko bowiem zdarzają się specjaliści potrafiący wypleść z wikliny więcej niż 5 wzorów. Pani Janinie udało się takich specjalistów pozyskać lub wyształcić (1000 oferowanych wzorów z możliwością dalszego poszerzania oferty).

Ponadto Pani Janinie udało się wykorzystać zasoby gospodarstwa rolnego do produkcji wikliny (5,8 ha).

Częstym problemem marketingowy jest brak umiejętności poszerzania i pogłębiania asortymentu. W tym wypadku poszerzenie było możliwe dzięki pozyskaniu pracowników wyspecjalizowanych w wyplataniu najchętniej kupowanych przedmiotów, jak i wyształceniu umiejętności uniwersalnego tworzenia produktów z wikliny (uniwersalizacja a specjalizacja).

**Robert Romanowski**

### Internet

[www.peno.com.pl](http://www.peno.com.pl) to bardzo dobry przykład witryny handlowej – sklepu internetowego. Pozwala na dotarcie do klientów indywidualnych i co ważniejsze, odbiorców hurtowych w kraju i zagranicą (strona ma cztery wersje językowe). W każdej z opisywanych gałęzi asortymentu jest dokładny przegląd produktów (wyrobów z wikliny) wraz z opisem i zdjęciami wysokiej jakości. Wszystko można zobaczyć, nawiązać kontakt i zamówić.

Dobry przykład na pokazanie jak Internet skraca drogę od producenta do odbiorcy – tu nawet indywidualny nabywca może kupić towar wprost z „fabryki”. W tradycyjnym modelu handlu byłoby jeszcze co najmniej dwóch pośredników – hurtownia i sklep detaliczny.

Druga, zapewne ważniejsza z punktu widzenia producenta zaleta, to możliwość nawiązywania kontaktu z nowymi odbiorcami hurtowymi.

**Wojciech Murzyn**

### Dostępne środki finansowe

Trudno dzisiaj w rzemiośle działać w pojedynkę, dlatego też coraz częściej w Polsce zdarza się, że jeden rzemieślnik zatrudnia pozostałych. Wachlarz wyrobów firmy istotnie się wtedy poprawia, co widać na przykładzie firmy PENO. Dla właścicielki na pewno ważne jest utrzymanie dotychczasowej sprzedaży, jednak kluczowe pytanie to jak zwiększyć wartość obrotów i jak zwiększyć grupę klientów (szczególnie zagranicznych)? Zapewne nie ma problemu ze zwiększeniem wolumenu produkcji wyrobów z wikliny. Dlatego też środki finansowe są potrzebne przede wszystkim na większą promocję (głównie za granicą), a z drugiej strony na zatrudnienie nowych chałupników.

Do dyspozycji przedsiębiorcy są:

- a. kredyty bankowe (inwestycyjny, obrotowy)
- b. pożyczki w Lokalnym Funduszu Pożyczkowym, działającym przy Mieleckiej Agencji Rozwoju Regionalnego ([www.marr.com.pl](http://www.marr.com.pl))

Informacje nt. pomocy ze środków UE przedsiębiorca znajdzie w:

- a. biurze powiatowym ARiMR w Leżajsku
- b. Agencji Rozwoju Regionalnego MARR S.A. w Mielcu
- c. Stowarzyszeniu Promocji Przedsiębiorczości w Rzeszowie

Wiadomo już, że PROW na lata 2007-2013 przewiduje wsparcie dla drobnej wytwórczości, rzemiosła lub rękodzielnictwa (50% kosztów kwalifikowanych projektu przy maksymalnej kwocie wsparcia do 500 tysięcy zł). Ponadto w ramach Regionalnych Programów Operacyjnych (instytucjami odpowiedzialnymi będą Zarządy województw, działania finansowane będą z EFRR) oraz Programu Operacyjnego Kapitał Ludzki (działania finansowane z EFS) dostępne mają być środki na szkolenia, doradztwo czy podnoszenie kwalifikacji.

**Marek Panfil**



## Szlak Ginących Zawodów

Bogusław Gorczyński  
ul. Chrobrego 43 a  
57-350 Kudowa-Zdrój  
(074) 86 55 512



[www.kudowa.pl/wiatrak](http://www.kudowa.pl/wiatrak) [www.agrinpol.pl/wiatrak\\_kudowa](http://www.agrinpol.pl/wiatrak_kudowa)

### **Krótki opis – na czym polega prowadzona działalność pozarolnicza:**

W gospodarstwie pana Gorczyńskiego można zapoznać się z ginącymi zawodami: kowalstwem, młynarstwem i garncarstwem. Gospodarz organizuje również pokazy wypieku chleba wiejskiego, ręcznego toczenia naczyń z gliny.

### **Od kiedy prowadzona jest pozarolnicza działalność gospodarcza**

Pozarolnicza działalność gospodarcza prowadzona jest od 2002 roku.

### **Skąd wziął się pomysł lub krótka historia jak to się zaczęło**

Pomysł na tego typu działalność rozpoczął się od przywiezienia starego wiatraka z okolic Sandomierza. Następnie gospodarz wziął udział w różnych szkoleniach organizowanych przez Dolnośląski Ośrodek Doradztwa Rolniczego dotyczących agroturystyki i dziedzictwa kulturowego. Jeżdżąc po całej Polsce i Czechach, szukał wzoru do realizacji pomysłu - „Szlak Ginących Zawodów”. Później zaczął analizować swoje możliwości w zakresie wzbogacenia atrakcji turystycznych w rejonie. Pomysł utworzenia w gospodarstwie „Szlaku Ginących Zawodów” okazał się bardzo trafionym projektem.

### **Jakie produkty lub usługi są oferowane**

W gospodarstwie organizowane są pokazy: wypieku wiejskiego chleba tradycyjnym sposobem, ręcznego toczenia naczyń glinianych. Przedsiębiorca organizuje imprezy integracyjne w wiejskim stylu - połączenie zabawy w blasku ogniska przy muzyce biesiadnej, wraz z pieczeniem kielbasek. W gospodarstwie prowadzone jest również mini ZOO.

### **Do kogo skierowana jest oferta firmy**

Oferta przedsiębiorstwa skierowana jest do turystów krajowych i zagranicznych, grup zorganizowanych oraz do młodzieży szkolnej.

### **Zasięg geograficzny działalności**

Gospodarstwo odwiedzają turyści z całego kraju oraz z zagranicy.

### **Dodatkowa informacja o prowadzonej działalności**

W okresie wakacyjnym w gospodarstwie odbywa się codziennie pokaz wypieku chleba wiejskiego, a później degustacja wiejskiej pajdy ze smalcem. W mini ZOO, tzw. „Safari Ptasim” znajdują się strusie, 10 gatunków bażantów, kurki chińskie i koguty ozdobne. Wizyta w pracowni garncarskiej jest niezapomnianym przeżyciem dla osób miłujących się w sztuce plastycznej. Gospodarz rozpoczyna przyjęcie gości opowiadaniem ciekawostek o sztuce garncarskiej, następnie prezentuje efektowny pokaz toczenia naczyń na kole garncarskim. Każdy z gości ma możliwość wykonania własnego dzieła na pamiątkę wizyty na „Szlaku Ginących Zawodów”.

### **Czy na początku korzystano z zewnętrznego wsparcia finansowego**

Nie.

### **Największe problemy w prowadzeniu działalności (3 najważniejsze)**

- brak wsparcia finansowego,
- duże wydatki na reklamę.

### **Ocena obecnej sytuacji lub plany na przyszłość**

Obecna sytuacja przedsiębiorstwa jest dobra. W przyszłości właściciel planuje rozwój firmy: budowę kuźni, uruchomienie wiatraka oraz zorganizowanie stałej ekspozycji strojów ludowych.

### **Orientacyjna skala prowadzonej działalności**

W 2004 roku gospodarstwo odwiedziło 40 tys. turystów.

### **Ogólny opis gospodarstwa rolnego, jeżeli przedsiębiorca je nadal prowadzi**

Gospodarstwo rolne ma powierzchnię 4 ha - składają się na nią użytki zielone. Siano przeznaczone jest dla zwierząt z mini ZOO.

### **Czy prowadzący działalność poszukuje partnerów gospodarczych?**

Prowadzących taką samą działalność,

**kategoria działalności (statystyczna)** Produkcja, Usługi,

**Lokalizacja siedziby** Województwo: dolnośląskie, Powiat: kłodzki, Gmina: Kudowa-Zdrój,

## Komentarze ekspertów

### Marketing

Pomysł stworzenia Szlaku dojrzał długo. Pan Bogusław Gorczyński rozpoczął od przywiezienia do Kudowy wiatraka. W każdej wsi znaleźć można eksponaty świadczące o dawnych zwyczajach, tradycjach, czy codziennych pracach, dziś już zapomnianych, które stanowiły podstawę jej wielofunkcyjności (większość wsi w XIX wieku była samowystarczalna jeśli chodzi o produkcję przedmiotów codziennego użytku). Pomysł Szlaku polega nie tylko na wyeksponowaniu używanych dawniej przedmiotów, ale na ponownym ich użytkowaniu. Możliwość uczestniczenia w pieczeniu chleba wiejskiego, lepieniu garnków z gliny czy wykuwaniu podków jest, tak naprawdę, sposobem na stworzenie nowoczesnego muzeum (odwiedzający staje się aktywnym uczestnikiem procesu zwiedzania, jest wciągany do zabawy z historią wsi).

Istnieje pogląd, że turystykę można rozwijać tylko nad morzem lub w górach. Kudowa jest kurortem górskim, ale pomysł na „nowoczesne muzeum” (choć tej nazwy nie użyto w wizytówce przedsiębiorstwa) jest możliwy do powielenia praktycznie w każdym regionie, może stać się atrakcją turystyczną nawet na terenach o niskiej lesistości i jeziorności. Trzeba spełnić jeden warunek: odwiedzający muszą wziąć udział w konstruktywnej zabawie, której nie mają na co dzień. Problem, przed którym stanął Pan Bogusław polegał na wysokich kosztach promocji (reklamy). Podobne przedsięwzięcie, by ograniczyć początkowe koszty promocji, powinno na wstępie docierać do lokalnych mieszkańców (szczególnie darczyńców), którzy zachęcani atrakcjami sami staną się w przyszłości „tubą informacyjną”.

**Robert Romanowski**

### Internet

Witryna internetowa gospodarstwa ([www.kudowa.zdroj.pl/wiatrak](http://www.kudowa.zdroj.pl/wiatrak)) daje przegląd atrakcji dostępnych w gospodarstwie (pokazy wypieku chleba, pokazy garncarskie, wizyta w wiatraku i ptasim mini-zoo). Z pewnością może być użyta jako skuteczne medium reklamowe pozwalające na dotarcie do potencjalnych klientów – turystów odwiedzających region lub poszukujących ciekawych miejsc do zwiedzenia.

Na stronie znajdują się też odsyłacze – linki do opisów innych atrakcji regionu. To dobry sposób na zwiększanie ruchu na stronach tego typu – wzajemne połączenia, które sprawiają, że potencjalny klient-turysta odwiedzając (najpierw w Internecie, potem w rzeczywistości) jedno miejsce jest z niego kierowany do innych. W przypadku takich serwisów trzeba zadbać o jak największą liczbę tego rodzaju połączeń, a także obecność swojej wizytówki w serwisach regionalnych i turystycznych oraz „branżowych” – na przykład na innych witrynach poświęconych garncarstwu, piekarstwu czy historii wiatraków.

**Wojciech Murzyn**

## Sklep internetowy z odzieżą Disney'a dla dzieci



Andrzej Fołtyn  
ul. Dolna 3  
59-900 Łągów  
075 771 56 67, 886 54 30 63  
andrzej2af@wp.pl  
www.2af.pl, www.agrinpol.pl/2af



### Krótki opis - na czym polega prowadzona działalność pozarolnicza

Sprzedaż wysyłkowa odzieży z kolekcji DISNEY dla dzieci w wieku 0-15 lat, pościeli, koców z polaru i ręczników. W ramach działalności wykonywana jest bezpłatna usługa „ZRÓB PREZENT” czyli pakowanie w ozdobny papier i wysyłanie towarów zakupionych w sklepie na adres wskazany przez zamawiającego. Na terenie Zgorzelca i w okolicy o promieniu 5 km dowóz towarów gratis.

### Od kiedy prowadzona jest pozarolnicza działalność gospodarcza

Luty 2006

### Skąd wziął się pomysł lub krótka historia jak to się zaczęło

Wysokie ceny lokali do wynajęcia w pobliskim Zgorzelcu wymusiły na sprzedawcy wybór mniej konwencjonalnej metody prowadzenia sklepu jaką jest sprzedaż wysyłkowa. Proponowany towar jest na tyle unikalny i atrakcyjny, że może być sprzedawany w taki właśnie sposób. Oprogramowanie sklepu internetowego, które dzierżawione jest na platformie istore jest bardzo funkcjonalne i tanie w użytkowaniu. Koszty są nieporównywalnie niższe od kosztów utrzymania tradycyjnego sklepu.

### Jakie produkty lub usługi są oferowane

Produkty – głównie odzież z motywami Disney dla dzieci w wieku 0-15 lat, pościel, koce z polaru i ręczniki.  
Usługi - sprzedaż wysyłkowa, usługa „Zrób prezent”, wysyłanie przesyłek jako prezenty, wybór gratisów.

### Do kogo skierowana jest oferta firmy

Osoby dokonujące zakupów za pośrednictwem internetu.

### Zasięg geograficzny działalności

Polska, Czechy, Niemcy

### Dodatkowa informacja o prowadzonej działalności

Wpis do ewidencji działalności gospodarczej prowadzonej przez Wójta Gminy Zgorzelec, nr wpisu 001313/2006, NIP 615-104-47-25, REGON 020210704

### Czy na początku korzystano z zewnętrznego wsparcia finansowego

Tak

### Największe problemy w prowadzeniu działalności (3 najważniejsze)

1. Utrudniony dostęp do kredytów na rozpoczęcie pierwszej działalności gospodarczej (zakup środków trwałych, towarów, wyposażenia).
2. Wysokie koszty internetowych kampanii reklamowych, na które mogą sobie pozwolić tylko duże znane firmy.
3. W związku z pkt. 2 trudno szybko i skutecznie dotrzeć z informacją o ofercie sklepu do grupy docelowej.

### Orientacyjna skala prowadzonej działalności

Na razie mała

### Ogólny opis gospodarstwa rolnego, jeżeli przedsiębiorca je nadal prowadzi

Przedsiębiorca nie posiada gospodarstwa rolnego, ale działalność gospodarczą prowadzi na wsi.

### Czy prowadzący działalność poszukuje partnerów gospodarczych?

Innych, Odbiorców/hurtowników, Dostawców,

### Jeżeli innych, to jakich?

Małe portale internetowe dla rodziców. Współpraca na zasadzie barterowej wymiany np. banerów.

### kategoria działalności (statystyczna)

Odzież i obuwie, Handel, Odzież i obuwie,

### Lokalizacja siedziby

Województwo: dolnośląskie, Powiat: zgorzelecki, Gmina: Zgorzelec,

## Komentarze ekspertów

### Internet

Sklep internetowy ([www.2af.pl](http://www.2af.pl)) ma wszystkimi cechami dobrze przygotowanego biznesu internetowego:

- dobrze określoną specjalizację (odzież i artykuły dla dzieci, specjalizacja – seria 'Disney')
- wykorzystanie gotowego rozwiązania programowego: dzierżawa „platformy e-commerce”, co z jednej strony zapewnia profesjonalny wygląd i pewną unifikację serwisu (klientom łatwo się poruszać po witrynie), a z drugiej – optymalizację kosztów. Nie trzeba bowiem wydawać pieniędzy na jednorazowy zakup oprogramowania – płaci się za korzystanie z usługi, której jakość i poziom gwarantuje dostawca. Nie trzeba więc także inwestować w infrastrukturę (serwery, szybkie łącza, itp)
- wykorzystanie atutu miejsca prowadzenia biznesu – wsi: mniejsze koszty magazynowania i pracy. W biznesie internetowym nie ma żadnego znaczenia czy biuro jest w wielkim biurwcu w centrum miasta czy na uboczu, bez marmurów i luksusowych wind. Dla klienta wizytówką sklepu nie jest jego przeszklona witryna w centrum handlowym, gdzie kupujący przychodzą na weekendowe zakupy i gdzie trzeba zatrudniać wykwalifikowany personel. Wizytówką sklepu jest jego witryna internetowa, klienci trafiają z dowolnego miejsca i o dowolnej porze, a obsługiwani są w dużej mierze automatycznie
- dodatkowe usługi (np. pakowanie prezentów) – to dodatkowa zachęta do zakupów
- współpraca z witrynami o tematyce dziecięcej (opieki nad dziećmi i ich wyposażenia) – to sposób na pozyskiwanie odwiedzających, którzy na pewno mogą być zainteresowani asortymentem sklepu
- obsługa na odległość (płatności przelewem lub za pobraniem) - wysyłka lub dowóz towaru. Można się spodziewać, że w przyszłości pojawią się kolejne możliwości (płatność kartą, transfery elektroniczne z banków internetowych), co także ma wpływ na podejmowanie przez klientów decyzji o zakupie (wygoda to jeden z fundamentów powodzenia sklepów internetowych)
- dobry przegląd artykułów dostępnych w sklepie, katalog, zdjęcia, wyróżnienia (promocje, wyprzedaże itp.) – to wszystko są mechanizmy, które zwiększają sprzedaż
- wykorzystanie innych możliwości zawierania transakcji – na przykład obecność w serwisie aukcyjnym Allegro
- umożliwienie kontaktu ze sklepem w sposób tradycyjny (telefon, e-mail) oraz tradycyjny-internetowy: Gadu-gadu (komunikator internetowy - chat) lub Skype (telefon internetowy - bezpłatne rozmowy w sieci).

**Wojciech Murzyn**

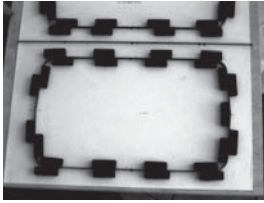
### Księgowość i podatki

Najkorzystniejszą formą opodatkowania dla tego sklepu będzie karta podatkowa. Jest to najprostszy sposób obliczania podatku, przeznaczony dla małych przedsiębiorstw. Wielkość podatku nie jest zależna od przychodów uzyskiwanych z działalności gospodarczej, a od jej rodzaju, ilości zatrudnionych pracowników i wielkości miejscowości, w której działalność jest prowadzona. Ostateczną wielkość podatku ustala Naczelnik Urzędu Skarbowego właściwy dla miejsca wykonywania działalności. Jest to uprzywilejowana forma opodatkowania, w związku z tym może być stosowana tylko w ściśle określonych rodzajach działalności gospodarczej (np. usługi grawerskie, sprzątanie wnętrz, usługi kosmetyczne, krawieckie, tapicerskie). Dodatkowym ograniczeniem jest liczba zatrudnianych pracowników – w zależności od rodzaju działalności może ona obejmować od 0 do 5 osób. Wybór karty podatkowej jako formy opodatkowania wiąże się z koniecznością prowadzenia tylko najprostszycych ewidencji: zatrudnienia, karty wynagrodzeń pracowników, ewidencji wartości sprzedaży. Wymaga również przechowywania wystawionych rachunków z tytułu sprzedaży. W związku z tym właściciel takiego przedsiębiorstwa zazwyczaj nie musi korzystać z usług księgowego czy też biura rachunkowego i samodzielnie prowadzi swoją „mini księgowość”.

W przypadku sklepu internetowego z odzieżą - zakładając, że działalność jest prowadzona we wsi Łągów (która ma mniej niż 5.000 mieszkańców) oraz, że właściciel nie zatrudnia żadnych pracowników - wysokość podatku wyniesie między 398 zł a 878 zł miesięcznie (bez względu na wysokość dochodów). Dokładną wielkość stawki tego podatku ustala Naczelnik Urzędu Skarbowego właściwego dla siedziby przedsiębiorcy. Wysokość podatku będzie rosła wraz z zatrudnianiem kolejnych pracowników i osiągnie przedział od 531 do 1.248 zł w przypadku zatrudnienia 2 pracowników (jest to maksymalna dopuszczalna ilość). Pragnąc zatrudnić większą ilość pracowników należy wybrać inną formę opodatkowania, np. ryczałt w wysokości 3%.

**Remigiusz Orzechowski**





## „Jata” - produkcja wykrojników

Jan Kopeć  
Pęgów, ul. Kościelna 9  
55-120 Oborniki Śląskie  
(071) 310-73-83  
[www.agrinpol.pl/wykrojniki\\_jata](http://www.agrinpol.pl/wykrojniki_jata)



### Krótki opis - na czym polega prowadzona działalność pozarolnicza

Pozarolnicza działalność polega na wykonywaniu wykrojników na potrzeby drukarni, agencji reklamowych i producentów opakowań. Wykrojniki te wykonuje się pod indywidualne zamówienia klientów, w zależności od ich potrzeb dobiera się parametry noży i bigów. Obecnie w zakładzie dostępnych jest 60 rodzajów noży i bigów. Poza wykonywaniem wykrojników zakład zajmuje się ich naprawą oraz konserwacją (naprawa lub wymiana noży).

Wykrojniki zaopatrywane są również w gotowe otwory ze sprężynkami do wybijania oczek.

Oferta przedsiębiorstwa zawiera pełną gamę wykrojników płaskich do wycinania różnorodnych materiałów: karton, tektura falista, papier i folia samoprzylepna, blister itp.

### Od kiedy prowadzona jest pozarolnicza działalność gospodarcza

Działalność gospodarcza prowadzona jest od 1994 roku.

### Skąd wziął się pomysł lub krótka historia jak to się zaczęło

Właściciel z wykształcenia jest mechanikiem. Z wykrojnikami pierwszy raz zetknął się w pobliskim dużym zakładzie produkującym opakowania i tekturę, gdzie pracował jego szwagier. Wtedy, oprócz dwóch firm we Wrocławiu, nie było w okolicy innych przedsiębiorstw zajmujących się wykrojnikami. Praca przy wykrojnikach bardzo mu się spodobała i podjął decyzję o rozpoczęciu takiej działalności wspólnie ze szwagrem. Pierwszą wyrzynarkę sprowadzili wspólnie z Niemiec. Z czasem dokupili jeszcze giętarke i kolejną wyrzynarkę.

### Jakie produkty lub usługi są oferowane

Zakład specjalizuje się w produkcji narzędzi do wycinania określonego kształtu z arkusza zazwyczaj zadrukowanego, stosowanych w poligrafii i w masowej produkcji opakowań.

Produktami końcowymi zakładu są płaszczyzny z trwale umocowanymi ostrzami, które przyciskane do zadrukowanego arkusza jednym uderzeniem wycinają cały złożony wzór np. siatkę pudełka. Wykrojniki produkowane w zakładzie, oprócz noży tnących i sztancujących, posiadają również listwy bigujące, bigi, a czasem listwy perforujące. Zatem wykrojniki te oprócz zasadniczej funkcji wycinania mogą również służyć do przygniatań, bigowania lub perforowania.

W zakładzie wykonuje się klasyczne wykrojniki, tzn. podstawą dla elementów metalowych jest sklejka. Dodatkowo zaopatruje się je w gumowe listwy, których rolą jest wypchnięcie wykrawanego materiału z wnętrza wykrojnika. W zakładzie produkuje się wykrojniki płaskie, które poruszają się w kierunku: góra – dół (w odróżnieniu o wykrojników rotacyjnych). Służą one do obróbki takich materiałów jak: papier, skóra, gąbka, korek, aluminium, inne

### Do kogo skierowana jest oferta firmy

Oferta skierowana jest do drukarni i agencji reklamowych oraz firm produkujących opakowania.

### Zasięg geograficzny działalności

Zasięg działalności to całe województwo dolnośląskie i śląskie, a także miasto Ostrzeszów.

### Dodatkowa informacja o prowadzonej działalności

Obecnie zakład prowadzony jest przez dwóch wspólników i zatrudnionych jest dwóch pracowników.

Zakład „Jata” współpracuje ściśle z około 30 firmami.

### Czy na początku korzystano z zewnętrznego wsparcia finansowego

Wszelkie nakłady finansowe poniesione zostały ze środków własnych właścicieli.

### Największe problemy w prowadzeniu działalności (3 najważniejsze)

Właściciel nie wskazuje żadnych większych problemów, sporadycznie kontrahentom zdarzają się opóźnienia w płatnościach.

### Ocena obecnej sytuacji lub plany na przyszłość

Sytuację firmy właściciel określa jako dobrą, ale niestabilną.

Obecnie zakład jest w trakcie przeprowadzki do nowo wybudowanego, dużego budynku (o powierzchni 100 m<sup>2</sup>). Właściciel chciałby dokupić urządzenia (jedna nowa giętarke pozwoliłaby utworzyć dodatkowe miejsce pracy).

### Orientacyjna skala prowadzonej działalności

Średnio w ciągu jednego dnia wykonuje się 2 wykrojniki, choć zależy to od wielkości wykrojnika i stopnia jego skomplikowania.

**Ogólny opis gospodarstwa rolnego, jeżeli przedsiębiorca je nadal prowadzi** Właściciel nie prowadzi gospodarstwa rolnego, ale od urodzenia jest mieszkańcem wsi.

**Czy prowadzący działalność poszukuje partnerów gospodarczych?** Nie poszukuję,

**kategoria działalności (statystyczna)** Usługi, Produkcja,

**Lokalizacja siedziby** Województwo: dolnośląskie, Powiat: trzebnicki, Gmina: Oborniki Śląskie,

## Komentarze ekspertów

### Internet

Firma nie ma własnej strony internetowej. Podobnie jak w przypadku innych firm działających w sektorze B2B (Business to Business - transakcje pomiędzy firmami) podstawowe wykorzystanie Internetu w przyszłości może polegać na poszukiwaniu nowych kontrahentów.

Obecnie firma ma stałych odbiorców i wielkość produkcji zaspokajającą te potrzeby. W przypadku podjęcia decyzji o rozwoju i zwiększeniu możliwości produkcyjnych Internet daje możliwość znajdowania nowych odbiorców – poza rynkiem lokalnym. Jedynym ograniczeniem może być tu kwestia precyzyjnych uzgodnień dotyczących zamówień (które mogą być trudniejsze przy braku bezpośredniego kontaktu). Jednakże możliwość poszerzenia potencjalnego rynku zbytu (odbiorcy, czyli drukarnie i firmy produkujące artykuły reklamowe znajdują się wszędzie) skłania do podjęcia takich prób.

Wśród firm obecnych w bazie [www.agrinpol.pl](http://www.agrinpol.pl) są zarówno takie, które prowadzą regularną sprzedaż swoich produktów przez Internet z wykorzystaniem zaawansowanych mechanizmów e-biznesowych jak i takie, których obecność ogranicza się do prostych stron informacyjnych. Są wreszcie i takie, które z Internetu nie korzystają prawie wcale.

Warto jednak zauważyć, że już samo wpisanie firmy do bazy Agrinpol, to pierwszy krok do obecności sieciowej. Firma, która jest obecna w portalu [www.agrinpol.pl](http://www.agrinpol.pl) może być odnaleziona przez potencjalnych kontrahentów, którzy tą drogą poszukują partnerów handlowych. Charakter kontaktów nawiązanych w ten sposób może być zresztą różny. W bazie Agrinpol mogą firmę znaleźć zarówno klienci, jak i partnerzy handlowi, z którymi można potem prowadzić wspólne przedsięwzięcia. Internet, jako że sam jest siecią, w naturalny sposób ułatwia nawiązywanie połączeń i tworzenie sieci powiązań, także biznesowych.

Obecność firmy w bazie Agrinpol może mieć dwa etapy: samo wpisanie do bazy oraz umieszczenie informacji o ofercie i cennika, a to już wstęp do biznesu internetowego. Każda z tych form pozwala na poczynienie wstępnych obserwacji: czy obecność w Internecie owocuje jakimiś skutkami biznesowymi (kontaktami, zainteresowaniem), a jeśli tak, można podejmować dalsze decyzje o poszerzeniu swojej obecności przez założenie własnej strony internetowej, przekazywanie tą drogą informacji, pozyskiwanie klientów i w końcu - sprzedaż przez Internet.

**Wojciech Murzyn**

### Księgowość i podatki

W przypadku działalności gospodarczych, które polegają na sprzedaży produktów lub świadczeniu usług dla innych przedsiębiorstw, warto zastanowić się nad zostaniem płatnikiem VAT-u (...). W takim przypadku ceny naszych produktów (usług) będą musiały wzrosnąć o jego wielkość. Jednak podatek VAT jest często kluczem otwierającym drzwi do dużych przedsiębiorstw, z którymi chcielibyśmy współpracować. Niektóre w ogóle nie rozmawiają z przedsiębiorcami nie będącymi płatnikami VAT, ponieważ nie mogą odliczyć podatku VAT od zakupów dokonywanych u takich kontrahentów. W związku z tym przedsiębiorstwa, które nie są płatnikami VAT-u muszą oferować na tyle atrakcyjną cenę, aby zniwelować brak korzyści z odliczeń podatkowych. Oznacza to, że jeżeli kontrahent ma kupić wykojniki za 12 200 zł to ofertą przedsiębiorstwa nie będącego płatnikiem VAT zainteresuje się tylko wtedy, jeżeli zapłaci maksymalnie 10 000 zł.

Przy okazji rozważań nt. VAT-u warto wspomnieć o szczególnej kategorii podatników VAT – małym podatniku. Mały podatnik to taki podatnik VAT, który charakteryzuje się stosunkowo niewielkimi obrotami rocznymi (nie przekraczające 800 000 euro, ale przekraczające 10.000 €, do których obowiązuje zwolnienie podmiotowe przedsiębiorców z podatku VAT – tak więc znacząca część mikro i małych przedsiębiorców mieści się w tym właśnie przedziale). Dzięki temu posiada on dodatkowe uprawnienia, m.in. możliwość wyboru kasowej metody rozliczania VAT. Jest to bardzo istotne dla małych przedsiębiorstw, które często mają problemy z zachowaniem płynności finansowej z powodu opóźniających się zapłat przez kontrahentów. W metodzie kasowej podatek VAT odprowadza się dopiero wtedy, gdy kontrahent dokona zapłaty, a odlicza - gdy samemu zapłaci się kontrahentowi. Metoda kasowa oznacza również wyłącznie kwartalne (a nie miesięczne) rozliczenia VAT oraz obowiązek wystawiania faktury VAT MP.

Mały podatnik VAT to polski podatnik:

- u którego wartość sprzedaży (wraz z kwotą podatku) nie przekroczyła w poprzednim roku podatkowym wyrażonej w złotych równowartości kwoty 800.000 euro
- prowadzący przedsiębiorstwo maklerskie, zarządzający funduszami powierniczymi, będący agentem, zleceniobiorcą lub inną osobą świadczącą usługi o podobnym charakterze, z wyjątkiem komisji - jeżeli kwota prowizji lub innych postaci wynagrodzenia za wykonane usługi (wraz z kwotą podatku) nie przekroczyła w poprzednim roku podatkowym wyrażonej w złotych kwoty odpowiadającej równowartości 30.000 euro;

Przeliczenia kwot wyrażonych w euro dokonuje się według średniego kursu euro ogłaszanego przez Narodowy Bank Polski na pierwszy dzień roboczy października poprzedniego roku podatkowego, w zaokrągleniu do 1.000 zł.

Aby zarejestrować się dla celów VAT należy złożyć we właściwym urzędzie skarbowym wypełniony formularz VAT-R i uiścić opłatę w wysokości 150 zł.

**Remigiusz Orzechowski**

## Instytucje wspierające rozwój przedsiębiorczości wiejskiej w Polsce

Nazwa instytucji	Działania
<b>Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości</b> ul. Pańska 81/83 00-834 Warszawa tel. (22) 432 80 80 fax (22) 432 86 20, 432 84 04 e-mail: biuro@parp.gov.pl www.parp.gov.pl	Celem działania Agencji jest realizacja programów rozwoju gospodarki, zwłaszcza w zakresie wspierania rozwoju małych i średnich przedsiębiorstw, eksportu, rozwoju regionalnego, wykorzystania nowych technik i technologii, tworzenia nowych miejsc pracy, przeciwdziałania bezrobociu oraz rozwoju zasobów ludzkich. Zadania te realizują instytucje skupione w rejestrze Krajowy System Usług ( <a href="http://ksu.parp.gov.pl/">http://ksu.parp.gov.pl/</a> ) oraz Regionalne Instytucje Finansujące ( <a href="http://www.parp.gov.pl/rif.php">http://www.parp.gov.pl/rif.php</a> ).
<b>Agrolinia</b> <b>Fundacja Fundusz Współpracy</b> <b>Biuro Programów Wiejskich</b> ul. Górnośląska 4a 00-444 Warszawa e-mail: agro2000@cofund.org.pl www.agro-info.org.pl	Program realizowany przez Fundację Fundusz Współpracy Biuro Programów Wiejskich. Ma za zadanie wspierać przygotowania wiejskich społeczności lokalnych do funkcjonowania w warunkach integracji Unii Europejskiej. Działania realizowane są poprzez linię kredytową na inwestycje w sektorze rolno-spożywczym, pomoc dla banków spółdzielczych, przygotowanie społeczności wiejskich do działań typu Leader, wspieranie rozwoju przedsiębiorczości wiejskiej.
<b>Punkty Doradztwa Unijnego</b> <b>Spółdzielcza Grupa Bankowa</b> ul. Mielżyńskiego 22 61-725 Poznań e-mail: office@gbw.com.pl www.sgb.pl	Podstawowym zadaniem systemu jest ułatwienie zarządzania relacjami z klientem przez konsultantów Punktów Doradztwa Unijnego (PDU) w bankach Spółdzielczej Grupy Bankowej (SGB). PDU mają na celu udzielanie informacji nt. funduszy unijnych i doradztwo w zakresie możliwości ich wykorzystania przez potencjalnych beneficjentów – rolników, rybaków, przedsiębiorców i jednostki samorządu terytorialnego.
<b>Fundacja Wspomagania Wsi</b> ul. Bellottiego 1 01-022 Warszawa tel. (22) 636 25 70 - 75 fax (22) 636 62 70 e-mail: fww@fww.org.pl www.fww.org.pl	Misją Fundacji jest wspieranie inicjatyw gospodarczych, społecznych i kulturalnych mieszkańców wsi i małych miast, oraz inicjatyw związanych z poprawą infrastruktury technicznej obszarów wiejskich. Fundacja wspiera również rozwój niekonwencjonalnych źródeł energii.
<b>Forum Aktywizacji Obszarów Wiejskich</b> ul. Górnośląska 4a 00-444 Warszawa tel. (22) 45 09 974, (22) 45 09 850 e-mail: faow-sekretariat@cofund.org.pl www.fao.org.pl	FAOW to pierwsze ogólnopolskie porozumienie organizacji działających na rzecz wsi. Organizacje uczestniczące w FAOW współdziałają na rzecz lepszego funkcjonowania polskiej wsi w ramach Unii Europejskiej poprzez aktywizowanie społeczności wiejskich i zwiększanie ich udziału w procesie przemian na wsi, a także promowanie zrównoważonego rozwoju terenów wiejskich.
<b>Fundacja Programów Pomocy dla Rolnictwa FAPA</b> ul. Wspólna 30 00-930 Warszawa tel. (22) 623 15 15 fax. (22) 623 19 09 e-mail: fapa@fapa.com.pl www.fapa.com.pl	FAPA w imieniu Ministerstwa Rolnictwa i Rozwoju Wsi zajmuje się administrowaniem środkami pomocy zagranicznej kierowanej do rolnictwa i sektorów z nim związanych (m.in. wsparcie merytoryczne we wdrażaniu Programu Leader w Polsce). Działalność Fundacji polega na: wspieraniu rozwoju obszarów wiejskich, pomocy w przekształcaniach polskiej wsi, wprowadzeniu nowoczesnych metod produkcji rolnej, doradztwie, odbudowie spółdzielczości na wsi, przygotowaniu polskiego rolnictwa do funkcjonowania w Unii Europejskiej.
<b>Fundacja na Rzecz Rozwoju Polskiego Rolnictwa (FDPA)</b> ul. Marymoncka 32b m 19 01-869 Warszawa, tel. (22) 864 03 90, 834 20 02 faks (22) 864 03 61 fdpa@fdpa.org.pl www.fdpa.org.pl	Fundacja wspiera mikro, małych i średnich przedsiębiorców, zarówno tych, którzy prowadzą działalność od dłuższego czasu, jak i też bez doświadczenia w tym zakresie. Wspiera także osoby, które dopiero planują założenie własnej firmy. Oferuje im wszystkim szkolenia, doradztwo oraz wsparcie finansowe.
<b>Ośrodek Promowania i Wspierania</b> <b>Przedsiębiorczości Rolnej w Sandomierzu</b> pl. Ks. J. Poniatowskiego 2 27-600 Sandomierz tel. 015 833 34 00, fax 015 833 34 60 fundacja@opiwpr.org.pl www.opiwpr.org.pl	Misją Fundacji jest działanie na rzecz rozwoju lokalnych społeczności w Polsce. Fundacja zajmuje się również świadczeniem usług szkoleniowych, doradczych, informacyjnych i finansowych.
<b>Agencja Restrukturyzacji i Modernizacji Rolnictwa</b> Al. Jana Pawła II 70 00-175 Warszawa tel. 0-800 38-00-84 fax: 0-22 318-53-30 e-mail: info@arimr.gov.pl www.arimr.gov.pl	Celem ARiMR jest wspieranie działań służących rozwojowi rolnictwa i obszarów wiejskich. Agencja zajmuje się wdrażaniem instrumentów współfinansowanych z budżetu Unii Europejskiej oraz udziela pomocy ze środków krajowych. (działania w ramach realizacji PROW, płatności bezpośrednie, inne).
<b>Europejski Fundusz Rozwoju Wsi Polskiej</b> ul. Miedziana 3A 00-814 Warszawa tel. (22) 639 87 63 fax. (22) 620 90 93 e-mail: efrwp@efrwp.com.pl www.efrwp.com.pl	Cele działalności fundacji obejmują rozwój infrastruktury technicznej i społecznej obszarów wiejskich oraz rozwój szeroko rozumianej pozarolniczej małej i średniej przedsiębiorczości na terenach wiejskich.