



SIEĆ NA RZECZ
INNOWACJI W ROLNICTWIE
I NA OBSZARACH WIEJSKICH



Krajowa Sieć
Obszarów Wiejskich



Program
Rozwoju
Obszarów
Wiejskich
na lata 2014-2020

„Europejski Fundusz Rolny na rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich: Europa inwestująca w obszary wiejskie.”

Projekt realizowany przez Kujawsko-Pomorski Ośrodek Doradztwa Rolniczego w Minikowie.

Projekt współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach pomocy technicznej

Programu Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2014-2020

Materiał opracowany na zlecenie Kujawsko-Pomorskiego Ośrodka Doradztwa Rolniczego w Minikowie

Instytucja Zarządzająca Programem Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2014-2020 - Minister Rolnictwa i Rozwoju Wsi

Operacja „Wspieranie procesu tworzenia partnerstw na rzecz innowacji w serowarstwie”



KUJAWSKO - POMORSKI
OŚRODEK DORADZTWA ROLNICZEGO
w Minikowie



Organizacyjne aspekty tworzenia partnerstw w obszarze produkcji rolniczej i małego przetwórstwa

Zenon Lewandowski

DLACZEGO WARTO WSPÓŁPRACOWAĆ?

Uwarunkowania zewnętrzne

- trendy rynkowe

Globalizacja:

- ▶ Centra produkcyjne, wielkie sieci sprzedaży, standaryzacja, unifikacja, obniżenie kosztów produkcji
- ▶ Malejące znaczenie kosztu transportu
- ▶ Wzrost znaczenia ICT w handlu - Internet

Trendy przeciwstawne do efektów globalizacji:

- ▶ Wzrost znaczenia tzw. „zdrowej żywności”
- ▶ Powrót do tradycji - np. „smaki dzieciństwa”
- ▶ „Indywidualizm” (związany ze wzrostem zamożności)

Innowacje - cel działania „Współpraca”

§ 2. Pomoc przyznaje się grupie operacyjnej EPI, o której mowa w art. 56 rozporządzenia UE nr 1305/2013 z dnia 17 grudnia 2013 r. [...]. **jeżeli ta grupa, zwana dalej „grupą operacyjną”:**

2) działa w celu opracowania i wdrożenia innowacji w zakresie

- ▶ **nowych produktów lub znacznie udoskonalonych produktów**, objętych załącznikiem nr 1 do Traktatu o funkcjonowaniu Unii Europejskiej, lub
- ▶ **nowych lub znacznie udoskonalonych praktyk, procesów, technologii lub metod organizacji lub marketingu dotyczących produkcji, przetwarzania lub wprowadzania do obrotu produktów** objętych załącznikiem nr 1 do Traktatu o funkcjonowaniu Unii Europejskiej;

Innowacje - czyli co?

Joseph A. Schumpeter

Innowacje to wprowadzenie

- ▶ **nowych towarów oraz**
- ▶ **nowej metody produkcji,**
- ▶ **to otwarcie nowego rynku,**
- ▶ **zdobycie nowego źródła surowców,**
- ▶ **wprowadzenie nowej organizacji procesów gospodarczych.**

Rodzaje innowacji

Innowacje technologiczne/techniczne

- ▶ Bazują na wynikach prac naukowych i działalności badawczej.
- ▶ Przyczyniają się do rozwoju produktów i usług.
- ▶ Są także źródłem innowacji organizacyjnych oraz procesowych.

Innowacje organizacyjne

- ▶ Polegające na zmianie w sposobie funkcjonowania przedsiębiorstwa, zmianie organizacji pracy, czy organizacji zarządzania.

Rodzaje innowacji

Innowacje marketingowe

- ▶ Dotyczą sfery sprzedaży i dystrybucji gotowych produktów i usług.
- ▶ Są to na przykład nowe opakowania, nowe formy reklamy, czy nowe strategie cenowe.

Innowacje procesowe

- ▶ Bardzo często powiązane z wprowadzeniem innowacji technicznych.
- ▶ Dotyczą wprowadzenia zmian w procesie produkcji, czy też procesie świadczenia usług.

Rolniczy Handel Detaliczny (RHD)

- jako innowacja dla rolników

- ▶ **Rolniczy Handel Detaliczny ma umożliwić rolnikom prowadzenie produkcji i sprzedaży konsumentom końcowym żywności wyprodukowanej w całości lub w części (minimum 50%) w gospodarstwie z własnej uprawy lub chowu.**
- ▶ **RHD sprawia, że łańcuch dostaw zostaje maksymalnie skrócony do relacji rolnik – konsument, bez udziału pośredników. Ten ostatni nie może wykorzystywać zakupionej żywności w ramach działalności przedsiębiorstwa spożywczego.**

Innowacje + PARTNERSKA WSPÓŁPRACA

Klastry/grona (clusters) ...są to geograficzne skupiska

- ▶ wzajemnie powiązanych firm, wyspecjalizowanych dostawców, jednostek świadczących usługi,
- ▶ firm działających w pokrewnych sektorach
- ▶ i związanych z nimi instytucji (na przykład uniwersytetów, jednostek normalizacyjnych i stowarzyszeń branżowych) w poszczególnych dziedzinach,
- ▶ konkurujących między sobą, ale także współpracujących.

Definicja klastra wg M. E. Porter'a

Dlaczego klastry?

- ▶ Klastry czyli grona w decydującym stopniu przyczyniają się do podnoszenia regionalnej konkurencyjności i w konsekwencji wysokiej dynamiki wzrostu.
- ▶ W ramach koncepcji rozwoju klastrów, **przedsiębiorstwa i branże, postrzegane są jako elementy większego systemu, a nie jako wyizolowane podmioty.**

Formy i doświadczenia współpracy

- ▶ Grupy producenckie - rolnicy podejmujący wspólnie działalność przetwórczą i handlową - idea „od pola do stołu”, „krótkie łańcuchy dostaw”
- ▶ Klastry przemysłowe - np. wspólne zaopatrzenie w półprodukty i public relations dla branży
- ▶ Producenci ekologiczni - standardy, promocja
- ▶ Firmy handlowe - organizujące producentów w sieci dostawców pod swoją marką np. „Krakowski Kredens”
- ▶ Alianse strategiczne - konkutowanie, ale współpraca w wybranych obszarach
- ▶ Sieciowe produkty turystyczne

Krakowski kredens

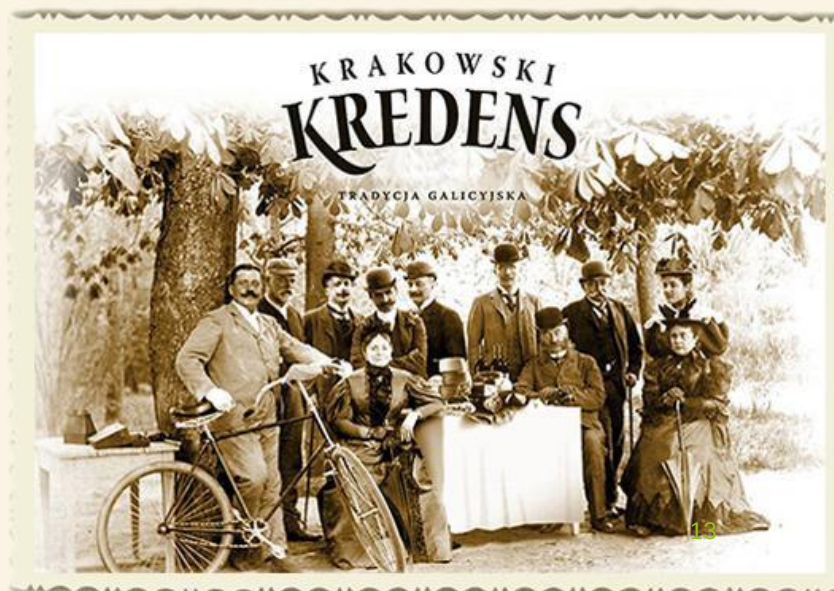
- ▶ Informacje o firmie
- ▶ Wydarzenia
- ▶ Targi międzynarodowe
- ▶ Przepisy kulinarne
- ▶ Degustacje
- ▶ Oferty pracy
- ▶ Kampania TV
- ▶ Dotacje Unijne

Informacje o firmie

Krakowski Kredens Tradycja Galicyjska S.A. rozpoczęła działalność 15 maja 2007 roku. W ramach prowadzonej działalności tworzy produkty spożywcze Premium pod nazwa Krakowski Kredens oraz rozwija własną sieć sprzedaży. 100% udziałów w spółce posiada Alma Market S.A.

Produkty Krakowskiego Kredensu znajdują się w ofercie każdego sklepu Alma Delikatesy oraz w ofercie sklepu internetowego prowadzonego przez Alma Market.

Marka Krakowski Kredens powstała w odpowiedzi na rosnące zapotrzebowanie na wysokiej jakości produkty spożywcze.



Asortyment

► Nasze produkty:

- Wędliny
 - Nabiał
 - Przetwory owocowe
 - Przetwory warzywne
 - Przetwory mięsne
 - Przetwory garmażeryjne
 - Miody
 - Grzyby
 - Musztardy
 - Makarony
 - Słodycze
 - Ciastka
 - Nalewki
 - Kawy
 - Herbaty
 - Wina
 - Syropy
 - Porcelana
- Nowości

Nasze produkty



Informacje o naszych produktach znajdziecie Państwo w zakładkach obok. Nasze produkty dostępne są w sklepach firmowych Krakowski Kredens, w Delikatesach Alma-adresy i telefony: patrz 'Kontakt'.

Dla klientów z miejscowości w Polsce, w których nie posiadamy sklepów zrealizuje dostawy towarów marki Krakowski Kredens (z wyłączeniem alkoholu) sklep wysyłkowy Alma działający w ramach sklepu internetowego www.alma24.pl

Turystyka kulinarna

Smaki Szwajcarii



Kulinarna marszruta po kraju pozwala odkryć Szwajcarię jako kraj wina i różnorodnej kuchni w słynnych restauracjach i prostych lokalach z regionalnymi daniami. Układ kantonów podzielił kuchnię szwajcarską na odrębne strefy smakowe.

[więcej »](#)

Tajemnice Tokaju



Przez cztery dni grupa podkarpackich przedsiębiorców, związanych z tradycyjną żywnością, przemierzała region Tokaj. Głównym celem wyprawy było podpatrywanie pomysłów na promocję oraz dystrybucję regionalnych produktów.

[więcej »](#)

Lwów pełen kulinarnych tajemnic



Wspaniały, wiekowy Lwów. Z czym nam się kojarzy to miasto? Kresowiakom z Semper fidelis i Cmentarzem Łyczakowskim, przewodnikom turystycznym z zabytkowym Rynkiem i katedrą Ormiańską, wielbicielom muzyki poważnej ze elitarną sceną operową.

[więcej »](#)

Szlakami serów Francji



W tym kraju istnieje tyle serów, ile dni w roku – powiedział kiedyś generał Charles de Gaulle. Tak naprawdę w 22 regionach Francji powstaje ponad 500 gatunków serów z mleka owczego, koziego i krowiego.

[więcej »](#)

Znajdź nas na Facebooku



Podkarpackie Smaki

1.204 osoby lubią obiekt Podkarpackie Smaki.



Wtyczka społecznościowa Facebooka

Polecane strony:



BIESZCZADY NOCLEGI

Spiżarnia Kujawsko-Pomorska

Klaster żywności tradycyjnej, regionalnej i ekologicznej



Spizarnia Kujawsko-Pomorska



The image displays a variety of food items from the Aldi brand, arranged on a rustic wooden surface. In the top left, a wooden bowl contains small, ring-shaped pasta. Next to it is a jar of mustard labeled 'MUSZTARDA KCYŃSKA' and 'PEŁNOZIARNISTA'. A green bottle of 'OSTROMECKO' pickles is prominently featured in the center. To the right is a jar of 'KAJMAK' cream, specifically 'KREM MLECZNY WANILOWY' (Vanilla Milk Cream), with a net weight of 530g. In the foreground, a yellow and green bag of 'MAKARON' (pasta) is visible. The background includes a wooden spoon and some flour scattered on the surface.

Specjały Kujaw i Pomorza

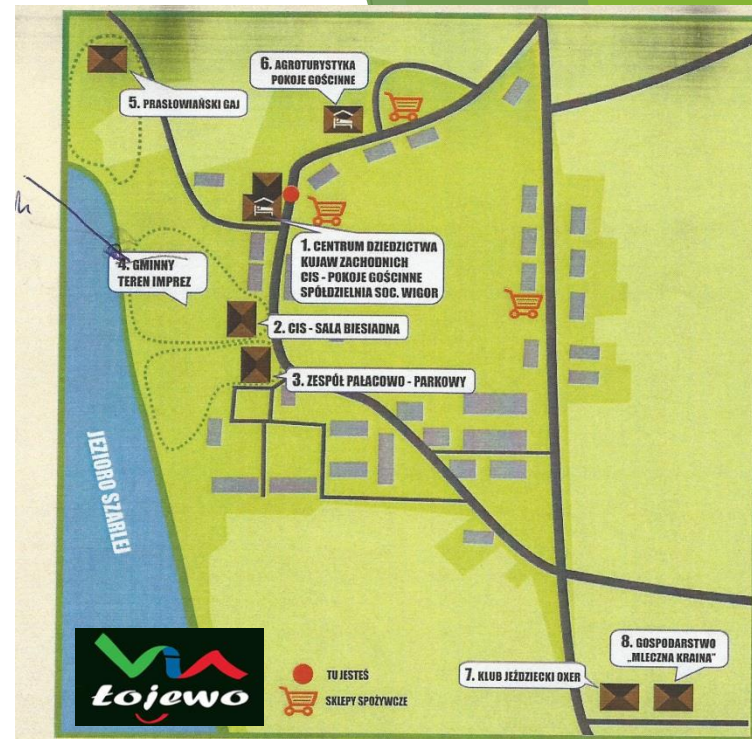
OD PONIEDZIAŁKU 8.10

Przystanek Łojewo

1. **CENTRUM DZIEDZICTWA KUJAW ZACHODNICH** – Izba Kujawska, Sala St. Przybyszewskiego, Sala Askaukalis
2. **CENTRUM INTEGRACJI SPOŁECZNEJ** - reintegracja społeczna i zawodowa, sale szkoleniowe i warsztatowe,
3. **CIS - SALA BIESIADNA I KUCHNIA** - usługi cateringowe, imprezy okolicznościowe, szkolenia i konferencje, pokoje gościnne
4. **TEREN GMINNYCH IMPREZ PLENEROWYCH NAD JEZIOREM SZARLEJ**
5. **PRASŁOWIAŃSKI GAJ** - imprezy plenerowe i warsztaty historyczno-edukacyjne, eventy firmowe
6. **KLUB JEŹDZIECKI OXER** – nauka jazdy konnej i hipoterapia, zawody hippiczne, spotkania edukacyjno-sportowe
7. **AGROTURYSTYKA MLECZNA KRAINA** - naturalne produkty rolnicze, warsztaty kulinarne
8. **POKOJE GOŚCINNE**

W przyszłości:

INKUBATOR - małe przetwórstwo rolne
ZESPÓŁ PAŁACOWO-PARKOWY - usługi opiekuńcze



Obiekty na terenie Łojewa

1. CENTRUM DZIEDZICTWA KUJAW ZACHODNICH

Sala St. Przybyszewskiego
 Izba Kujawska
 Sala Askaukalis
 Galeria rzeźb drewnianych

Łojewo 21, tel. 52 351 05 75

1. CENTRUM INTEGRACJI SPOŁECZNEJ

Reintegracja społeczna i zawodowa
 Pokoje gościnne CIS
 Sale szkoleniowe i warsztatowe

Łojewo 21, tel. 52 353 73 17

1. SPÓŁDZIELNIA SOCJALNA WIGOR

Usługi opiekuńcze i porządkowe

Łojewo 21, tel. 52 353 73 17

2. CENTRUM INTEGRACJI SPOŁECZNEJ

Sala biesiadna
 Usługi cateringowe
 Imprezy okolicznościowe
 Szkolenia i konferencje

Łojewo 34a, tel. 52 353 73 17

3. ZESPÓŁ PAŁACOWO - PARKOWY

Łojewo 34, Teren prywatny

4. TEREN IMPREZ PLENEROWYCH NAD JEZIOREM SZARLEJ

5. PRASŁOWIAŃSKI GAJ

Imprezy plenerowe
 Imprezy firmowe i rodzinne
 Warsztaty historyczno-edukacyjne

Łojewo 86, tel. 600 88 02 88

6. AGROTURYSTYKA - POKOJE GOŚCINNE

Łojewo 9, tel. 605 240 842

7. KLUB JEŹDZIECKI OXER INOWROCŁAW

Nauka jazdy konnej
 Treningi sportowe
 Hipoterapia, zawody hippiczne
 Spotkania edukacyjno - sportowe

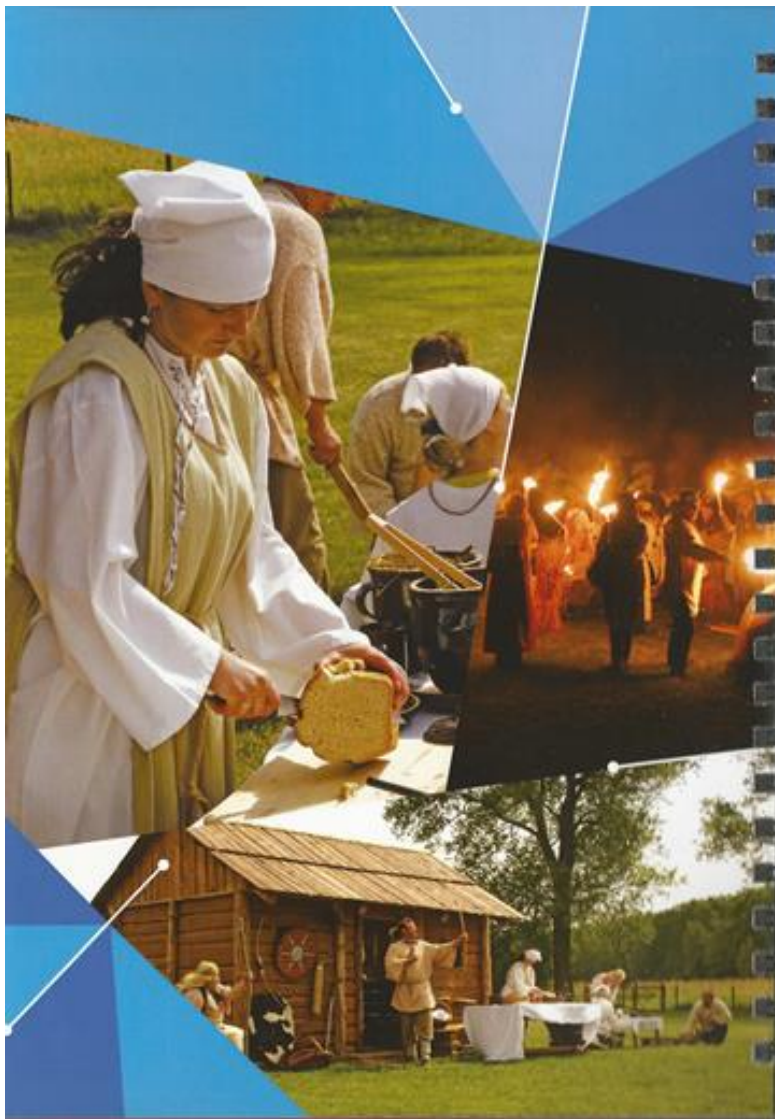
Łojewo 62, tel. 502 033 128

8. GOSPODARSTWO „MLECZNA KRAINA”

Naturalne produkty rolnicze
 Warsztaty kulinarne

Łojewo 64, tel. 798 687 108

Partnerstwo ➡ Przystanek Łojewo



04 Kujawy kujawsko-pomorskie STR 77

Przystanek Łojewo dobre miejsce na Kujawach

W Łojewie - pomiędzy Inowrocławiem a Kruszwicą, nad Małym Gopłem - można zapoznać się z dziedzictwem Kujaw Zachodnich. Przyjazne konie, naturalne masło i mleko, prawdziwy chleb, kujawskie potrawy, historia sięgająca czasów rzymskich i Gopło - Słowiańskie Morze.

OFERTA DOSTĘPNA W SEZONIE:
maj - wrzesień. Grupa min. 50 osób

CENA BRUTTO: 185/OS. ZAWIERA:

- zwiedzanie Centrum Dziedzictwa Kujaw Zachodnich - sala Archeologiczna Askaukalis, Izba Kujawska, sala Stanisława Przybyszewskiego (projekcja krótkich filmów)
- zwiedzanie plenerowej galerii rzeźby Międzynarodowych Mistrzostw w Rzeźbieniu w Drewnie (ponad 60 rzeźb - tematyka: Wład Polska, Ginące zawody, Muzyka Kujawska zaklęta w drewnie)
- impreza plenerowa w Prastowińskim Gaju, ukazująca słowiańskie obyczaje i wierzenia sprzed 1000 lat, włączająca wszystkich uczestników w tajemnicze obrzędy, pieczenie podłomyków, na zakończenie - ognisko z kielbaskami

PONADETO W PROGRAMIE:

- wizyta w Klubie Jeździeckim OKER - możliwość spróbowania jazdy konnej pod opieką instruktora w plenerze lub w ujeżdżalni
- warsztaty robienia masła i sera z prawdziwego mleka z gospodarstwa Mieczna Kraina
- kujawskie potrawy - regionalny obiad w sali biśiadnej Centrum Integracji Społecznej

DANE TELEADRESOWE
Łojewo 21
88-300 Inowrocław
cis.łojewo@wp.pl
+48 52 353 75 17
facebook.com/
/Gmina-Inowroclaw

www.centrumdziedzictwakujaw.pl



Przystanek Łojewo

Certyfikat zakup **pro**społeczny

dla wspólnej oferty turystyczno-rekreacyjnej Łojewa



Gospodarstwo
Mleczna Kraina



Partnerstwo Przystanek Łojewo

ŁOJEWÓ - dobre miejsce na Kujawach

JAK SIĘ ORGANIZOWAĆ?

Proces powstawania grupy

- ▶ **Spotkania** ogółu zainteresowanych inicjatywą (rolnicy, przedsiębiorcy i instytucje z otoczenia biznesu, w tym ODR, UTP),
- ▶ **Prace warsztatowe** zespołów roboczych,
- ▶ **Badania i ekspertyzy** sporządzone przez ekspertów zewnętrznych,
- ▶ **Formalne zebrania** mające na celu utworzenie nowego podmiotu prawnego/porozumienia dla prowadzenia działalności gospodarczej
- ▶ **Spotkania robocze** członków organów/zespołów inicjatywnych nowo utworzonej grupy

Wsparcie procesu powstawania klastra

K-PODR - Moderowanie procesu powstania klastra SK-P:

- ▶ Zorganizowano łącznie 20 spotkań roboczych, o charakterze spotkań plenarnych i warsztatowych z udziałem członków inicjatywy.
- ▶ 16 spośród 41 uczestniczących w całym procesie podmiotów prawnych i osób fizycznych prowadzących działalność gospodarczą zostało członkami Klastra.
- ▶ Rejestrowanie efektów kolejnych spotkań - warunek postępu całego procesu - ustalanie konkretnych rozwiązań, tak aby widać było postęp prac.
- ▶ Prezentacja efektów prac zespołów eksperckich i analiza propozycji eksperckich przez uczestników.
- ▶ Wnioski z analiz były uwzględniane w koncepcji organizacyjnej klastra i strategii jego rozwoju.

Współpraca w grupie

Buldog - typ kłótlivy

Małpa - typ wszytkowiedzący

Żaba - typ gaduły

Jeź - typ nieprzychylny

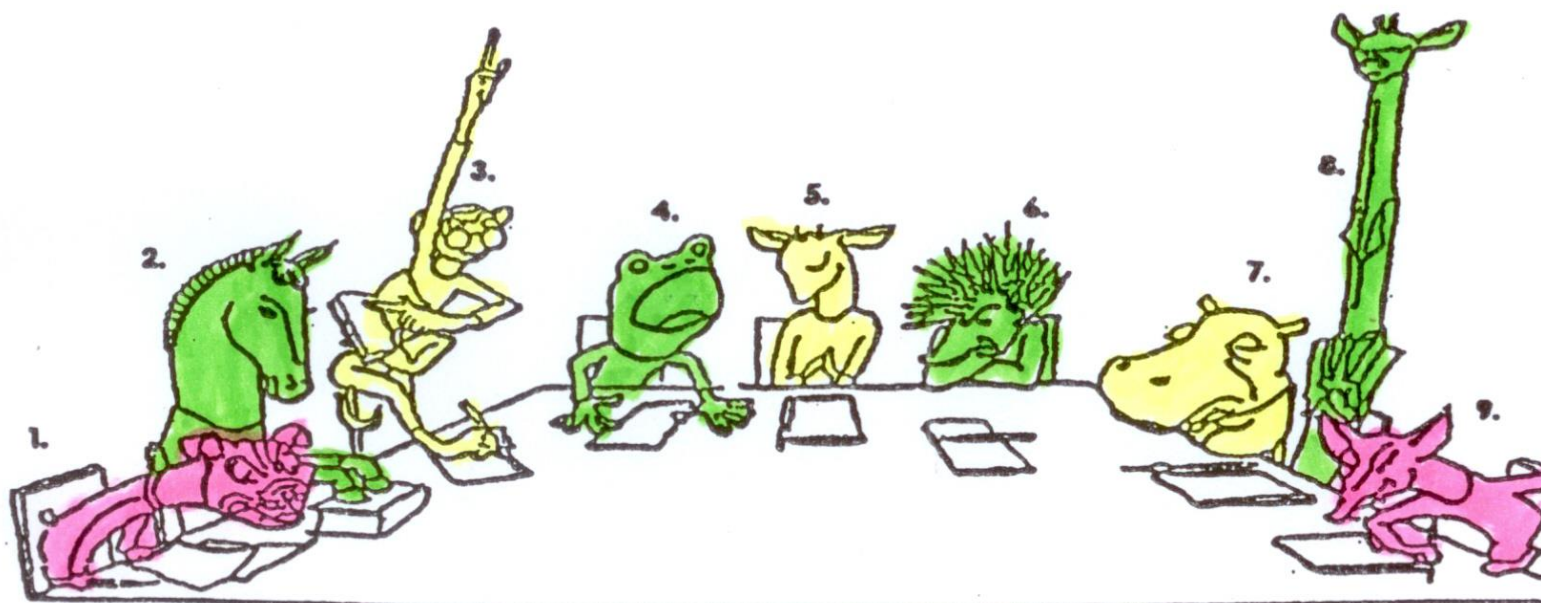
Hipopotam - typ gruboskórny

Lis - typ stale kwestionujący

Koń - typ pozytywny

Sarna - typ nieśmiały

Żyrafa- typ intelektualisty



Wsparcie procesu powstawania klastra

Tematyka spotkań

1. Podpisanie porozumienie dla inicjatywy utworzenia klastra 2. Ogólna koncepcja klastra 3. Założenia organizacyjne 4. Forma prawna, zasady budowania oferty klastra 5. Ogólna koncepcja strategii 6. Współpraca z sektorem nauki 7. Zasady certyfikacji produktów 8. Regulaminy klastra 9. Warsztat - SWOT i cele strategii 10. Zasady finansowania projektu współfinansowanego z FPK	11. Forma prawna i zasady budowania oferty Klastra 12. Koncepcja kampanii promocyjnej 13. Warsztat – statut spółdzielni i regulamin członkowski 14. Zasady certyfikacji produktów Klastra 15. Regulamin kapituły Klastra i certyfikacji 16. Zakres kampanii promocyjnej 17. Zebranie założycielskie Spółdzielni - regulaminy i treść umowy dla wdrażania przedsięwzięcia
--	--

Wsparcie procesu powstawania klastra

Opracowania eksperckie:

1. „Audyt potencjału członków Klastra Spiżarnia Kujawsko-Pomorska. Analiza sektora przetwórstwa produktów tradycyjnych regionalnych, ekologicznych oraz branży HoReCa” - analiza sektora.
2. „Konsument na rynku żywności wysokiej jakości w województwie kujawsko - pomorskim” - badania rynkowe.
3. „Ekspertyza finansowa dla Klastra Spiżarnia Kujawsko-Pomorska” - zarys biznes planu.
4. „Analiza formy prawnej klastra, w tym porównanie wad i potencjalnych problemów oraz zalet i potencjalnych korzyści, które towarzyszą zastosowaniu różnych form prawnych”
5. „Kujawsko-Pomorska Spiżarnia - klaster żywności tradycyjnej, regionalnej i ekologicznej” - kampania promocyjna

Warunki dobrego działania grupy

1. Grupa powinna dostarczać wyraźnych zysków swoim członkom.
2. Członkowie powinni posiadać realne oczekiwania wobec grupy.
3. Całe przedsięwzięcie powinno być opłacalne.
4. Potrzebna jest dobrze przygotowana kadra zarządzająca i jasno wytyczone cele.
5. Dobra współpraca z członkami grupy i akceptacja wspólnego celu.
6. Realne oczekiwania wobec rynku i wyraźne określenie pozycji grupy na rynku.

PLAN JEST NICZYM - PLANOWANIE JEST WSZYSTKIM

gen. Dwight D. Eisenhower

JAKICH PLANÓW POTRZEBUJEMY?

- ▶ **STRATEGIA** – określa przyszły pożądany stan organizacji i pokazuje ścieżki dojścia do tego stanu
- ▶ **PROGRAM DZIAŁANIA** – to zbiór konkretnych zadań do wykonania w danej dziedzinie
- ▶ **PROJEKT** – to konkret, szczegółowy opis jednego z naszych działań np. projekt współfinansowany z działania „Współpraca”

PYTANIA O STRATEGIĘ

- ▶ Czym będzie się zajmowała Wasza ORGANIZACJA ?
- ▶ Czym być powinna Wasza ORGANIZACJA za kilka lat?
- ▶ Jak to osiągnąć?

Są to pytania o:

- *sens istnienia organizacji dzisiaj,*
- *wizję jej funkcjonowania w przyszłości,*
- *główny obszar aktywności,*
- *dominujący model działania.*

DEFINIOWANIE STRATEGII

- kluczowy aspekt tworzenia PARTNERSTWA

- ▶ Określenie strategii dla organizacji jest zadaniem o kluczowym znaczeniu dla jej przyszłości.
- ▶ Budowanie strategii polega na dokonywaniu strategicznych wyborów.
- ▶ Strategia oznacza, że organizacja decyduje się skoncentrować najcenniejsze zasoby, uwagę i wysiłek swoich członków, na wybranym kierunku działania.

Przykładowe cele strategii grupy partnerskiej

1. **Wzrost sprzedaży produktów** poszczególnych udziałowców wchodzących w skład klastra
2. **Poszerzenie rynków zbytu dla produktów** członków partnerstwa (np. nowe kanały dystrybucji)
3. Poprawa **konkurencyjności rynkowej podmiotów** wchodzących w skład klastra
4. Wypromowanie **wspólnej oferty** grupy

Założenia strategii - przykład SK-P

Ulokowanie **konkretnego produktu członka grupy partnerskiej** w ofercie klastra „Kujawsko-Pomorska Spizarnia” będzie polegało na:

1. Oznakowaniu produktu marką „Kujawsko-Pomorska Spizarnia”;
2. **Promowaniu produktu w ramach kampanii promocyjnych palety asortymentowej klastra;**
3. Umieszczeniu produktu i jego „historii” na stronie WWW „Kujawsko-Pomorska Spizarnia”;
4. Dystrybucji (II etap) we własnych kanałach sprzedaży (np. wysepki handlowe w galeriach, autosklepy, „koszyki produktów”).

Onet.pl

spozarnia kujawsko-p

Spizarnia Kujawsko-f

Zenon

← → ↻

spizarniakujawskopomorska.pl

🔍 ⭐ 🔒 ☰

Aplikacje

Gaj -promocja

Urzędy

Mitologia

Ciekawe

Portale INFO

Sklepy

Gaj techniczne

Komp i RTV

Branża- szkol i ...

»

Inne zakładki

STRONA GŁÓWNA

AKTUALNOŚCI

O KŁASTRZE

CZŁONKOWIE

PRODUKTY

PRZEPISY

NASZ SKLEP ON-LINE

KONTAKT

KUJAWSKO
SPIŻARNIA
POMORSKA

ZAWSZE NATURALNE ZAWSZE SMACZNE

*Tu znajdziecie ekologiczną i zdrową żywność.
Spizarnia to gwarancja produktów najlepszej jakości.*



O KŁASTRZE

Klaster pod nazwą "Spizarnia Kujawsko-Pomorska" powstał z inicjatywy Urzędu Marszałkowskiego i przy wsparciu Kujawsko-Pomorskiego Ośrodka Doradztwa Rolniczego w Minikowie. Misją klastra jest promocja markowej żywności tradycyjnej, regionalnej oraz ekologicznej będącej wizytówką województwa kujawsko-pomorskiego. To bezprecedensowe przedsięwzięcie, w skali nie tylko województwa, ale też kraju tworzy 11 firm: podmiotów z branży przetwórstwa rolno-spożywczego, sektora hotelarsko-gastronomicznego oraz

[zobacz więcej »](#)

Oleje naturalne, len Łącz



SKLEP Z NASZYM
PRODUKTAMI

na zimno odolejony

371-29-38-977

DL: 0,0 OL: 0,0





Onet.pl x spożarnia kujawsko-p x Spizarnia Kujawsko-f x Zenon

spizarniakujawskopomorska.pl/czlonkowie/?pg=2

Aplikacje Gaj -promocja Urzędy Mitologia Ciekawe Portale INFO Sklepy Gaj techniczne Komp i RTV Branża- szkol i ... » Inne zakładki

STRONA GŁÓWNAAKTUALNOŚCIO KLASTRZECZŁONKOWIEPRODUKTYPRZEPISYNASZ SKLEP ON-LINEKONTAKT



Zakład Skupu Przetwórstwa trzody, bydła i dziczyzny
„Myśliwiec”
Śliwice



B.J. Pawlowski
Miody Polskie



Piekarnia Cukiernia
Głogowo
B.K. Rumiński



Polder
Spółka z o.o.

“MYŚLIWIEC”

Na terenach Borów Tucholskich od niepamiętnych czasów pielęgnowano tradycje myśliwskie. Dostatek zwierzyny w tutejszych lasach sprawił, że mieszkańcy wypracowali własne regionalne receptury wg których przerabiano się upolowaną zwierzynę na różnego rodzaju kielbasy i wędzonki.

[zobacz więcej »](#)

PASIEKA KUJAWSKA APICOM

Pasieka Kujawska powstała z zamiłowania właścicieli do pszczelarstwa, a jej początki sięgają 1921 roku. Firma nastawiona jest na pozyskiwanie miodów najlepszych gatunków.

[zobacz więcej »](#)

PIEKARNIA-CUKIERNIA B.K. RUMIŃSCY

Piekarnia – Cukiernia Barbara Krzysztof Rumiński mieści się w Głogowie, niedaleko Torunia. Historia firmy sięga 1986 roku. Wówczas to powstał zakład cukierniczy, zajmujący się produkcją cukierków, krówek, murzynków i marcepanków. W miarę upływu lat, posiadając coraz to nowsze doświadczenia, dokładnie od 1992 roku, firma rozpoczęła działalność jako piekarnia i cukiernia. Od tego momentu, produkuje przeróżne

[zobacz więcej »](#)

POLDER

Polder jest największym w Polsce producentem kajmaków. Produkcja opiera się na tradycyjnych składnikach i recepturach zgodnie z metodami stosowanymi w kuchni polskiej od pokoleń. Kajmak został wpisany w 1997 roku na ministerialną Listę Produktów Tradycyjnych i Regionalnych jako produkt tradycyjny Pomorza i Kujaw.

[zobacz więcej »](#)

35



KAJMAKOWE BROWNIES

- 120g masła
- 170g gorzkiej czekolady
- 25g kakao
- 3 jajka
- 200g cukru
- 140g mąki pszennej
- aromat waniliowy
- 350g kajmaku tradycyjnego
- 100g orzechów włoskich

[zobacz więcej »](#)



ORYGINALNY TORT KAJMAKOWY

- 7 jajek
- 150g cukru
- 250g mąki pszennej
- 10g proszku do pieczenia
- 50g kakao
- 480g kajmaku
- 300g serka mascarpone
- 500ml śmietany 36%
- 100g cukru pudru
- płatki migdałowe

[zobacz więcej »](#)



KAJMAKÓWKA

- 250g kajmaku tradycyjnego
- 2 żółtka
- 500ml wódki

[zobacz więcej »](#)



GULASZOWA Z DZICZYZNY

- 2 l bulionu warzywnego
- 400 g mięsa z dzika
- 400 g sarniny
- 600 g ziemniaków
- 50 g makaronu - typu zacierka
- 2 łyżki smalcu
- 2 cebule
- 5 ząbków czosnku
- 2 czerwone papryki
- 3 pomidory
- 2 marchewki
- 50 g selera
- 1 pietruszka
- 100 g białej części pora
- 5 ziaren ziela angielskiego
- 2 liście laurowe
- 4 ziarna pieprzu
- 1 łyżka słodkiej papryki
- majeranek, kminek, sól, pieprz

[zobacz więcej »](#)



JAKA FORMA ORGANIZACYJNA DLA PARTNERSTWA

Formy prawne dla partnerstwa

Dla organizowania się w różnego rodzaju związki przedsiębiorcy mogą korzystać ze swobody zawierania umów dwustronnych i wielostronnych, znanych polskiemu prawu (umowy nazwane). W Polsce mogą przybrać formę:

- ▶ **umowy konsorcjum** (Ustawa z dnia 23 kwietnia 1964 r. Kodeks Cywilny);
- ▶ **stowarzyszenia** (Ustawa z dnia 7 kwietnia 1989 r. Prawo o stowarzyszeniach);
- ▶ **fundacji** (Ustawa z dnia 6 kwietnia 1984 r. o fundacjach);
- ▶ **spółki** (Ustawa z dnia 15 września 2000 roku Kodeks Spółek Handlowych)
- ▶ **spółdzielni** (Ustawa z dnia 16 września 1982 r. Prawo spółdzielcze);

Kryteria wyboru formy prawnej

1. Zróżnicowanie wkładu/udziału finansowego - **czy jest potrzeba zróżnicowanego zaangażowania finansowego poszczególnych członków**, stosownie do skali ich działania i możliwości finansowych.
2. **Posiadanie osobowości prawnej** niezbędnej do dokonywania czynności gospodarczych i podejmowania zobowiązań finansowych.
3. Kwestia dominowania jednego podmiotu w ramach organizacji:
 - ▶ **niedopuszczenie do zdominowania nowego podmiotu** przez jednego lub kilku udziałowców o silnej pozycji finansowej lub rynkowej.
 - ▶ **potrzeba uzyskania dominującej pozycji w nowym.**

Kryteria wyboru formy prawnej

4. Kwestia łatwości przyjmowania nowych członków:

- ▶ otwarta formuła organizacji, która będzie sukcesywnie poszerzała swój zakres działania, a tym samym przyjmowała nowych członków.
- ▶ zamknięta formuła organizacji - nie przewiduje się przyjmowania nowych podmiotów.

5. Odrębność majątkowa członków od nowego podmiotu gospodarczego:

- ▶ członkowie będą odpowiadali tylko do wysokości swoich udziałów.
- ▶ członkowie będą odpowiadali całym swoim majątkiem.

6. Odpisy od korzyści wynikających ze zrealizowanego projektu:

- ▶ rezygnacja z korzyści finansowych
- ▶ możliwość wprowadzenia odpisów/prowizji od przychodów uzyskiwanych przez członków z inwestycji zrealizowanej przez organizację.
- ▶ podział zysków wg skali zaangażowania finansowego w utworzenie nowego podmiotu i dokonywanych inwestycji.

Kryteria wyboru formy prawnej

7. Łatwość rejestracji nowego podmiotu i koszt jego funkcjonowania (KRS, forma księgowości, udział notariusza na zebraniu członków itp.)
8. Wizerunek nowego podmiotu dla instytucji publicznych i partnerów gospodarczych:
 - ▶ tymczasowy podmiot o niepewnej przyszłości.
 - ▶ **wiarygodny, przyszłościowy partner gospodarczy.**
9. Sposób zarządzania organizacją:
 - ▶ **kolektywnie** - partnerska forma podejmowania decyzji, ale wydłużająca czas.
 - ▶ **jednoosobowo** - szybkie decyzje, zdecydowane przywództwo.

Procedury adekwatne do formy prawnej

Przygotowanie i uchwalenie statutu/umowy, ustalenie struktury organizacji:

- ▶ członkowie
- ▶ ciała decyzyjne
- ▶ ciała wykonawcze
- ▶ ciała kontrolne

Ustalenie regulaminów wewnętrznych:

- ▶ regulamin obrad walnego zebrania członków/wspólników
- ▶ regulamin pracy rady nadzorczej
- ▶ regulamin pracy zarządu, komisji rewizyjna

Treść regulaminów:

Skład, sposób zwoływania, prowadzenia obrad, głosowania
wyboru władz, zakres odpowiedzialności członków władz i inne
regulacje

PROBLEMY I CZYNNIKI SUKCESU

Problemy - *wspólnie czyli jak?*

Główne przyczyny rezygnacji z udziału w klastrze – inne podejście do zasad funkcjonowania Klastra:

- 1.koncepcja wspólnej marki,
- 2.liczba produktów danego producenta w ofercie Klastra,
- 3.zasady partycypowania firm w finansowaniu wspólnego przedsięwzięcia z udziałem wsparcia zewnętrznego,
- 4.koncepcji prowadzenia działań promocyjnych i marketingowych (treść kampanii promocyjnej),
- 5.zasady i termin uruchomienia sprzedaży we własnych kanałach dystrybucji.

Problemy merytoryczne - prawne

Problemy formalno-prawne:

- ▶ Niejednoznaczna identyfikacja regionalna - Kujawy i Pomorze (a w tym: Krajna, Pałuki, Kociewie, Ziemia Dobrzyńska itp.) - województwo kujawsko-pomorskie?
- ▶ Zdefiniowanie oferty klastra - co to znaczy regionalna, tradycyjna, ekologiczna?
- ▶ Wpływ uregulowań prawnych np. znaki żywności w UE: Chroniona Nazwa Pochodzenia (ChNP), Chronione Oznaczenie Geograficzne (ChOG), Gwarantowana Tradycyjna Specjalność i krajowe lista Produktów Tradycyjnych
- ▶ Regulacje krajowe - stanowisko stowarzyszeń ekologicznych, regulacje państwowe - certyfikacja, etykietowanie itp.

Problemy merytoryczne - rynkowe

Problemy rynkowe:

- ▶ Wspólna oferta - różnice trwałości produktów, wymagań sanitarnych, możliwości pakowania, transportu i magazynowania itp.
- ▶ Kanały dystrybucji - sieci handlowe, własna sieć sprzedaży, Internet itp.
- ▶ Dotychczasowe powiązania handlowe
- ▶ Koncepcja produktu - powszechnie dostępny („marketowy”), markowy, luksusowy, niszowy ???
- ▶ Konflikt między marką klastra a marką członka klastra

Problemy merytoryczne - społeczne i mentalne

Kapitał ludzki:

- ▶ Lider i jego rola – założyciel, prezes, dyktator, wizjoner, kolega, konkurent ?
- ▶ Personel – kompetencje i zaangażowanie a poziom wynagrodzeń
- ▶ Formalne władze klastra – wykonawcy czy „wodzowie”

Kapitał społeczny:

- ▶ Skłonność do współpracy i kompromisu
- ▶ Lojalność i uczciwość
- ▶ Zaufanie do innych ludzi (innych przedsiębiorców)
- ▶ Presja rynkowa na poszukiwanie nowych rozwiązań
- ▶ Skłonność do ryzyka

Czynniki sukcesu

1. Dobry klimat polityczny – przychylne stanowisko władz regionu
2. Wsparcie finansowe procesu – dotacja na projekt
3. Motywacja finansowa – dotacja na funkcjonowanie
4. Solidny lider instytucjonalny - K-PODR
5. Wsparcie merytoryczne – solidne doradztwo na każdym etapie
6. Lider inicjatywy – traktujący ideę klastra jako swoją ambicję
7. Determinacja moderatora – przełamywanie kryzysów motywacji
8. Lider wdrożeniowy – sprawny organizator wdrożenia projektu



Dziękuję za uwagę!

Zenon Lewandowski

zenonlew@by.onet.pl

600 88 02 88