



UNIA
EUROPEJSKA



WOJEWÓDZTWO
KUJAWSKO-POMORSKIE



KUJAWSKO-POMORSKI
OŚRODEK DORADZTWA ROLNICZEGO
w Minikowie



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

Operacja realizowana przez Kujawsko-Pomorski Ośrodek Doradztwa Rolniczego w Minikowie

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

Operacja współfinansowana ze środków Unii Europejskiej w ramach Schematu II Pomocy Technicznej „Krajowa Sieć Obszarów Wiejskich” Programu Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2014–2020

„Problemy bezpieczeństwa i rozwoju produkcji żywności oraz jej dystrybucji
przez rolników, gospodarstwa agroturystyczne i Koła Gospodyń Wiejskich”

Koło Gospodyń Wiejskich jako marka lokalna



KUJAWSKO-POMORSKI
OŚRODEK DORADZTWA ROLNICZEGO
w Minikowie

Dawne czasy

Pierwsze Koło Gospodyń Wiejskich powstało w 1866 roku, na terenie zaboru pruskiego, w Piasecznie koło Gniewa. Nieco później na terenie zaboru rosyjskiego, w 1877 roku, nauczycielka i działaczka Filipina Płaskowicka zorganizowała tego typu stowarzyszenie we wsi Janisławice pod Skierniewicami. Na pierwsze Koło Gospodyń Wiejskich najdłużej czekały kobiety z zaboru austriackiego, bo do 1903 roku, kiedy to w Albigowej pod Łańcutem powstaje tego typu organizacja.



Cele

W zakresie pracy kulturalnej: umoralnianie wsi, uszlachetnianie obyczaju, szerzenie zamiłowania do pracy, pielęgnowanie tradycji chłopskich, propagowanie wstrzeźliwości w używaniu alkoholu, pomoc w urządzaniu zebrań towarzyskich, prowadzenie gospód chrześcijańskich, urządzanie popisów wokalnych i teatralnych.

W zakresie działalności gospodarczej: dążenie do poszerzenia wiedzy zwłaszcza w zakresie: mleczarstwa, sadownictwa, warzywnictwa i ogrodnictwa. Organizowanie kursów gospodyń wiejskich i znajomości ziół leczniczych.

W zakresie organizacji handlu: oczekiwano od organizacji kobiecych, że wesprą lokalny handel zaopatrując się w pobliskich sklepach w artykuły spożywcze, jak też będą je zaopatrywać w takie produkty jak: jajka, masło, mleko, sery itp.

W dziedzinie uprzemysłowienia: kobiece organizacje miały dążyć do rozwoju tzw. przemysłu domowego, tj. koronkarstwa, kwiaciarstwa, guzikařstwa.

Popieranie działalności OSP: dla kobiet zarezerwowane było prowadzenie apteczki ratunkowej i niesienie pomocy w nagłych wypadkach.

I wojna światowa

Stabilny, powolny rozwój organizacji kobiecych przerwał wybuch wojny. Po wojnie w nowych realiach, podjęto próby reaktywacji wcześniej istniejących stowarzyszeń kobiecych. Wojna zmusiła wiele kobiet do samodzielnego kierowania gospodarstwem, była więc paradoksalnie elementem przyspieszającym emancypację i demokratyzację życia na wsi i w rodzinie. Dodatkowo kobiety zostały wsparte prawnie poprzez nadanie im czynnego i biernego prawa wyborczego (listopad 1918 r.). W 1937 roku organizacje Kół Gospodyń Wiejskich istniały we wszystkich powiatach ówczesnej Polski.



Źródło: <https://dzieje.pl/wideo/100-lat-temu-polki-uzyskaly-prawa-wyborcze-0>

Tak było

W 1948 roku Międzynarodowy Ruch Robotniczy ogłosił kolektywizację wsi, co spowodowało zawieszenie na krótki czas działalności ruchów kobiet.

Koniec lat 50. to odejście od kolektywizacji i rozkwit kół gospodyń. Utworzenie w 1957 roku Funduszu Rozwoju Rolnictwa, pozwoliło kołom gospodyń pozyskiwać środki pieniężne na rozwój zaplecza technicznego gospodarstw. Największy rozwój działalności kół gospodyń wiejskich przypadł na lata 60., 70. i 80. ubiegłego wieku. Innowacyjnym rozwiązaniem było kształcenie, a następnie zatrudnianie instruktorek kół gospodyń wiejskich.



Źródło: <https://przystanekhistoria.pl/pa2/tematy/partia-omunistyczna/31669,Sprzeciw-kobiet-wobec-kolektywizacji-wsi-i-sowieckim-represjom.html>

Działalność

- kursy gotowania, pieczenia, rękodzieła
- świadczenie opieki nad dziećmi w trakcie np. prac polowych
- promowanie kultury ludowej (prowadzenie zespołów muzycznych, tanecznych, teatralnych)
- ułatwianie pozyskiwania trudno dostępnych dóbr, takich jak: pasza, pisklęta drobiu
- podejmowanie działań mających na celu podniesienia estetyki wsi
- promowano rękodzieło ludowe i agroturystykę, np. organizując konkurs na „najpiękniejszą wieś letniskową”
- organizowanie wyjazdów do kina, teatru



Źródło: <https://docplayer.pl/104970659-70-lat-kgw-w-zarkach-70-lat>

Kryzys

Na początku lat dziewięćdziesiątych liczba kół gospodyń wiejskich gwałtownie spadła. Jako główny powód podaje się brak uregulowań prawnych dotyczących KGW. Przemiany społeczno-gospodarcze również nie sprzyjały rozwojowi tego typu stowarzyszeń.



Źródło: <https://gk24.pl/tag/polska-lat-90>

Jak jest dzisiaj?

Współcześnie formuła działania KGW jest na tyle otwarta i elastyczna, że w zależności od potrzeb członkiń i warunków panujących w miejscowości może być ona wypełniona dowolną treścią. Członkinie organizacji działają w obszarze aktywności społecznej, kulturalnej, sportowej. Zdarza się, że od czysto towarzyskiej aktywności, członkinie koła w sposób płynny przechodzą do aktywności na rzecz lokalnej społeczności.



Źródło: <http://www.swieszyno.pl/strona/ko%C5%82-gospody%C5%84-wiejskich>

Związek z historią

Zgodnie z badaniami przeprowadzonymi w 2014 roku, aż 60% członkiń obecnych kół gospodyń należało do kół gospodyń z XX wieku. W swojej działalności w ok. 40% inspirują się działaniami dawnych kół gospodyń wiejskich, niektóre nawet deklarują kontynuację niektórych działań dawnego koła, które funkcjonowało we wsi.



Źródło: <https://dziennikzachodni.pl/kolo-gospodyn-wiejskich-choronianski-swietowalo-jubileusz-70lecia-kolo-ma-niezwykle-bogata-i-ciekawa-historie-zdjecia/ga/13173043/zd/28980097>

Czym zajmują się KGW?

Z badań przeprowadzonych w 2014 roku w 300 gminach i ankiet przeprowadzonych z członkiniami działających na ich terenie kół gospodyń wiejskich wynika, że:

- 92% zajmuje się kulinariami i gotowaniem,
- 77 % rękodziełem i sztukami plastycznymi,
- 28% organizuje warsztaty, zajęcia edukacyjne,
- 22 % prowadzi zespół muzyczny,
- 12% organizuje wycieczki/pielgrzymki,
- 10% rekonstruuje historie i tradycję regionu,
- 7 % współorganizuje święta i imprezy.



Źródło: <https://www.facebook.com/Ko%C5%82o-Gospody%C5%84-Wiejskich-w-Kruszynie-1547573075546477/photos/>

Tworzenie i promocja produktów regionalnych

Wiele działających wspólnie Kół Gospodyń Wiejskich stawia sobie za cel wypromowanie i wprowadzenie na Listę Produktów Tradycyjnych jakiejś lokalnej potrawy/produktu. To dzięki takim działaniom powszechnie rozpoznawalna w danym regionie potrawa/produkt urasta do rangi czegoś, czym dany region chce się chwalić na zewnątrz.

Bywa również, że kwestia „zakorzenienia” potrawy/produktu w danym regionie jest dość umowna. To podczas różnego rodzaju lokalnych imprez/festynów budowana jest kulinarna „tradycja”, o której część mieszkańców słyszy pierwszy raz.



Źródło: <https://krajna-paluki.cna.org.pl/aktualnosci/2192-darcie-pierza-w-michalinie.html>

KGW „Jagna” z Tłuchowa

Koło to wypromowało pączki z dyni i ziemniaka, które obecnie są specjalnością województwa kujawsko-pomorskiego. Przepis na nie pochodził ze starej książki kucharskiej, jednej z członkiń koła, dla której gotowanie było pasją. Pozostałe członkinie podchwyciły pomysł produkcji i promocji pączków, choć dla wielu pączki te były nowością.



Źródło: <https://pomorska.pl/gospodynie-z-jagny-siegaja-po-przepisy-swoich-babc-i-mam/ar/c15-14132327>, <https://pomorska.pl/paczki-alternatywne-z-ziemniakami-i-dynia>

Kruszynianki

Koło Gospodyń Wiejskich w Kruszyńce działa w sposób nieprzerwany od 1948 roku. Za swoje główne cele wyznaczyło: rozwijanie kultury, promowanie tradycji regionalnych oraz działanie na rzecz lokalnej społeczności.



Źródło: http://gok.sicienko.sam3.pl/strona-263-zespol_ludowy_kruszynianki.htm

Jarmark Kruszyński

Od 2008 roku KGW Kruszynianki organizuje jarmark z produktami lokalnymi. Na jarmarku tym można kupić warzywa i owoce z ogrodów członkiń koła oraz przetwory domowe.



Źródło: <https://www.facebook.com/Ko%C5%82o-Gospody%C5%84-Wiejskich-w-Kruszynie-1547573075546477/photos>

Z wizytą



Źródło: archiwum własne



Lokalny stół



Źródło: archiwum własne

Marka nowej generacji

Koncepcja brandingu w ostatnich dziesięcioleciach przechodzi proces wyraźnych zmian.

W latach 50. XX wieku dominowała koncepcja **Unikatowej Cechy Oferty** (o rynkowej wyjątkowości produktu nie świadczyła marka produktu i unikatowe cechy produktu).

W latach 60. pojawiła się koncepcja **Emocjonalnej Cechy Oferty**, klienci byli przywiązani do określonej oferty firmy. Przykładem ich będą Coca-cola i Pepsi, gdzie konsumenci wybierają raczej etykietę produktu, niż sam produkt, który nieznacznie różni się smakiem.

W latach 80. powstaje **Organizacyjna Cecha Oferty**, gdzie marka staje się organizacją, która ją stworzyła. Poszczególne firmy różniły się filozofią funkcjonowania (np. zgodnie z deklarowaną filozofią marki w życiu nie chodzi o zwycięstwo nad przeciwnikami, co raczej nad własnymi słabościami). W latach 90. narodziła się **Markowa Cecha Oferty**, gdzie sama marka oddziałuje silniej na klienta, niż sam produkt (to wówczas pojawiają się marki różnych produktów na pościeli, tapetach itp.). Nowy wiek rozpoczyna **Własna Cecha Oferty**, kiedy w proces tworzenia wizerunku produktu włączani są konsumenci (marka Jones Soda pozwoliła konsumentom projektować własną etykietę napoju tej firmy).

Przyszłość

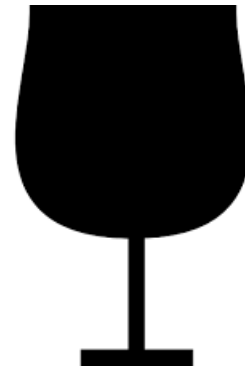
Przyszłość będzie należała do koncepcji **Holistycznej Cechy Oferty**. Marki budowane zgodnie z nią będą wykorzystywały elementy brandingu tradycyjnego, jednocześnie stosując branding zmysłowy. Wykorzystanie wszystkich pięciu zmysłów okazało się niezwykle skuteczne w przekonywaniu ludzi do rytuałów związanych z wiarą. W systemach religijnych całego świata znalazły zastosowanie: migotliwy blask świec, zapach kadzideł, specjalne śpiewy, odświętne stroje i specjalne potrawy.



Źródło: <http://www.garnek.pl/popish/9934541/sielskosc>

Obraz

Wzrok jest naszym najbardziej uwodzicielskim zmysłem, często przeważa nad innymi, potrafi nawet nas mylić. W roku 1988 badania prowadzone przez H. Rotha, wykazały, iż kolor napoju może zmieniać odbiór zmysłu smaku. Zabarwił on na różne kolory napój o smaku cytryny i limonki, następnie prosił studentów o wskazanie napoju najśłodszego. Większość wskazywała błędnie. Im kolor był bardziej intensywny, tym napój słodszy, było zaś dokładnie na odwrót.



Źródło: <https://pl.freepik.com/darmowe-ikony/kieliszek-do-wina-czarny-ksztalt-symbol>

Dźwięk

Dźwięk umiejscawia nas w kontekście obrazu i czyni go czymś więcej niż tylko tym, co widzimy. Eskimosi w ten sposób witają ludzi wchodzących do ich domostw: „Przemów, abym mógł cię zobaczyć. Wydobądź głos, szept choćby, aby twój obraz stał się rzeczywisty”.

David Rothenberg

Muzyka tworzy nowe wspomnienia, przywraca przeszłość i w jednej chwili potrafi przenieść w inne miejsce. Badania nad wpływem muzyki na ilość dokonywanych zakupów w sklepach i restauracjach wskazały, iż im wolniejsze tempo muzyki tym przeciętny rachunek klienta sklepu czy restauracji wyższy o ok. 30 %.



Źródło: <https://www.rp.pl/Konsumenci/312279995-Te-chipsy>

Zapach

Coraz bardziej uświadamiamy sobie potęgę zapachu. Thomas Pink brytyjskie sklepy z wysokiej jakości koszulami, mają zamontowane specjalne czujniki, które rozpylają wokół wchodzących do sklepu ludzi aromat świeżo pranej bawełny.



Źródło: <https://www.odkrywamyzakryte.com/zmysl-wechu/>

Smak

Smak jest do wykorzystania bardzo trudny, ma bardzo ulotny charakter, niemniej uczestniczy w tworzeniu wspomnień. Skojarzenia smakowe nazywamy efektem Prousta. Nazwa pochodzi od nazwiska Marcela Prousta, wielkiego francuskiego powieściopisarza, który na początku XX wieku załapał swoimi wspomnieniami.



Źródło: <http://kuchnia.ugotuj.to/szukaj/kuchnia/magdalenki>

Dotyk

Bardzo ważne dla doświadczenia smaku jest to co czujemy dotykiem. Nie tylko ustami, ale też dłońmi.



Źródło: <https://beszamel.se.pl/porady/jak-zrobic/truskawka>

Wzrok



Źródło: <https://mojakruszwica.pl>, https://www.sicienko.pl/opis-48-kolo_gospodyn_wiejskich_w_kruszynie.html

Zapach



Źródło: <https://kgwgasewo.blogspot.com/2019/05/piknik-poznaj-dobra-zywnosc>, <http://www.radomysl.pl>

„Kto z Was pamięta beztroskie czasy dzieciństwa, kiedy podjadało się z babci ogródka rabarbar? Maczało się go w cukrze, by poczuć ten orzeźwiający słodko-kwaśny smak. A pamiętacie ciasto drożdżowe? Puszyste, z kruszonką. Do tego szklanka ciepłego mleka...”



Źródło: <https://kgw-letowice.pl/ciasto-drozdzowe-z-rabarbarem>

Inkubator przedsiębiorczości

Wiele kół gospodyń chętnie uczestniczy w festynach, piknikach, gdzie promują swoją wieś, gminę, województwo. Często wiąże się to z przygotowaniem stoiska, na którym sprzedawane są wykonane przez członkinie kół potrawy, rękodzieło, itp. Coraz częściej jest to początek zakładania własnych działalności przez kobiety, które dzięki KGW mogły się przekonać, że na ich produkty jest zapotrzebowanie.



Źródło: <https://www.facebook.com/Urząd-Gminy-w-Sicienku>

Bibliografia

M. Lindstrom, Brand sense – marka pięciu zmysłów, tłum. B. Sałbut, Gliwice 2009.

J. Mencwel, K. Milczewska, J. Wiśniewski, Koła Gospodyń Wiejskich nie tylko od kuchni. Raport z badania, Fundacja Pracownia Badań i Innowacji Społecznych „Stocznia”, Warszawa 2014.

W. Michna, Organizacje wiejskie i rolnicze oraz ich rola w rozwoju obywatelskiej demokracji i krajowej gospodarki, Warszawa 2010.

J. Poszepczyński, Historia Kółek Rolniczych, Kół Gospodyń Wiejskich na ziemiach polskich 1862-2012, Warszawa 2012.

M. Skorniwski, Źródła do dziejów działalności Kół Gospodyń Wiejskich w Gminie Ulhówek w okresie międzywojennym XX. Stulecia, „Rocznik Historyczny Muzeum Historii Polskiego Ruchu Ludowego” 2018, nr 34.

Ch. Spence, Gastrofizyka. Nowa wiedza o jedzeniu, tłum. A. Wyszogrodzka-Gaik, Warszawa 2018.

B. Szczepańska, J. Szczepański, Współczesne role kół gospodyń wiejskich w społecznościach lokalnych (na przykładzie województwa dolnośląskiego), „Acta Universitatis Lodzensis. Folia Sociologica” 2019, nr 68

J. Zajko-Czochańska, Koła gospodyń wiejskich na łamach „Przyjaciółki” w początkach lat 60. XX wieku, [w:] M. Dajnowicz, A. Miodowski (red.), Polityka i politycy w prasie XX i XXI wieku. Prasa organizacji politycznych, Białystok 2017.



Odwiedź portal KSOW – www.ksow.pl

Zostań Partnerem Krajowej Sieci Obszarów Wiejskich.