



Podręcznik LOWE Staż - model lokalnych ośrodków wiedzy i edukacji zintegrowany z KmZERO jako symulacja rynku pracy w ramach stażu zawodowego



Publikacja powstała w ramach projektu
„CZAS NA STAŻ – granty dla innowatorów społecznych
oferujących nowe rozwiązania praktycznej nauki zawodu
w przejściu z edukacji do pracy”

publikacja bezpłatna

Spis treści

LOWE STAŻ - OPIS INNOWACJI	4
MODEL LOWE STAŻ I KMZERO	4
KORZYŚCI I GRUPY DOCELOWE	5
WIZYTA STUDYJNA	6
IDEA KMZERO	8
ORGANIZACJA COLDIRETTI	8
PRZYKŁADY DZIAŁAŃ LOKALNYCH W RAMACH KMZERO	9
STOWARZYSZENIE CONFESERCENTI	10
CESCOT VENETO	11
PRAWO INICJATYWY KMZERO REGIONU VENETO	11
KREOWANIE POSTAWY PRZEDSIĘBIORCZEJ U MŁODZIEŻY	15
ĆWICZENIE. NASZE MARZENIA REALIZUJĄ NASZE POMYSŁY	16
ĆWICZENIE. NAZYWANIE MARZEŃ	17
SKĄD WZIĄĆ POMYSŁ?	19
CO SPRAWIA, ŻE TWOJA DZIAŁALNOŚĆ JEST UNIKALNA?	25
NAZWIJ SWOJĄ DZIAŁALNOŚĆ, OKREŚL JEJ WIZERUNEK, LOGO I SLOGAN	27
OSOBOWOŚĆ PRZEDSIĘBIORCZA	30
TWÓJ BIZNES PLAN	33
<i>Wzór biznes planu</i>	<i>34</i>
<i>Dodatkowe ważne informacje dotyczące biznes planu</i>	<i>49</i>

LOWE STAŻ - opis innowacji

Model LOWE Staż i KmZERO

LOWE Staż to model edukacji środowiskowej na wzór lokalnych ośrodków wiedzy i edukacji zintegrowany z włoskim modelem sprzedaży bezpośredniej KmZERO. Integracja obu innowacyjnych rozwiązań wiązała się opracowaniem międzynarodowego programu stażu dla uczniów szkół zawodowych w branży gastronomicznej, rolnej i turystycznej inicjujących w lokalnym środowisku na obszarach wiejskich współpracę przedsiębiorców, szkoły oraz gminy na rzecz promocji produktów regionalnych i walorów turystycznych gminy. Innowacją społeczną jest nowe zastosowanie modelu LOWE, czyli zaangażowanie osób dorosłych z otoczenia szkoły w aktywność o charakterze edukacyjnym, wykraczającą poza typowe formy zaangażowania rodzica dowiadującego się o postępy edukacyjne swojego dziecka. W podejściu takim rodzic angażujący się w sprawę ważną i dobrą dla swojego dziecka, stopniowo angażuje się we wspólną sprawę ważną dla szerszej lokalnej społeczności, angażując na zasadach sieci współpracy inne osoby dorosłe z otoczenia szkoły kluczowe lub przydatne dla sprawy. W ujęciu tym model LOWE angażuje lokalną społeczność w wyzwanie zapewnienia zdrowej żywności np. w sklepiku i stołówce szkolnej wzorowany na włoskich rozwiązaniach Coldiretti, CampagneAmica i KmZERO (Kilometr ZERO). Innowacyjne jest zastosowanie promowanego przez MEN modelu aktywizacji edukacyjnej lokalnych społeczności (osób dorosłych) w temacie kreujących nowe wyzwania edukacyjne oraz nową, całkowicie innowacyjną przestrzeń zdobywania doświadczeń praktycznych dla uczniów szkół zawodowych. Innowacyjność tego podejścia polega więc na zastosowaniu znanego rozwiązania w nowym obszarze oraz w stosunku do nowej grupy docelowej (uczniowie szkół zawodowych obok osób dorosłych). Innowacyjne jest też nowe podejście do modelu dualnego kształcenia (DSK), gdzie partnerem edukacyjnym nie jest firma przyjmując na staż, lecz społeczność lokalna tworząca ośrodek doświadczeń praktycznych o wymiarze lokalnym (promocja dziedzictwa kulturowego, produktów i usług miejsca zamieszkania) oraz ponadnarodowym (staż zagraniczny we Włoszech w zakresie dobrych praktyk lokalnej współpracy i edukacji praktycznej w modelu KmZERO). Rozwiązanie to, poprzez innowacyjne podejście, staje się atrakcyjne dla młodzieży jak też jej otoczenia społecznego. Staje się wspólną sprawą całej społeczności. W ramach grantu przetestowany został model organizacji staży zawodowych we Włoszech dla uczniów szkół z obszarów wiejskich, a w przyszłości także miejsca pracy, zorientowanego na zysk, ale także na promocję, wytwarzanie i sprzedaż produktów regionalnych. Stażyści uczestniczący w programie staży krajowych i zagranicznych pełnią, także po zakończeniu udziału w realizacji grantu, rolę ambasadora włoskiego rozwiązania KmZERO oraz lidera LOWE w szkole, gminie i w miejscu zamieszkania. Testowana innowacja związana jest bezpośrednio z działalnością autora niniejszej publikacji w zakresie wsparcia doradczego instytucji oraz samorządów lokalnych poszukujących nowych szans rozwoju czy budowania nowoczesnego wizerunku.

Korzyści i grupy docelowe

Z rozwiązań LOWE mogą korzystać bezpośrednio gminy (samorządy lokalne) zorientowane na promocję swojego dziedzictwa kulinarnego i kulturowego, które mogą być kluczowym użytkownikiem rozwiązania. Dodatkowo użytkownikiem rozwiązania mogą być również instytucje finansujące szkolnictwo zawodowe, zarówno w ramach środków unijnych, jak też i subwencji oświatowej. Od 1 stycznia 2017 r. zaczęła obowiązywać tzw. sprzedaż bezpośrednia żywności z domowej produkcji rolników. Na jej mocy rolnicy mogą sprzedawać nie tylko surowce, ale także przetworzone produkty. Warunkiem koniecznym, żeby taka sprzedaż bezpośrednia miała miejsce, jest wytwarzanie jej w domach i niezatrudnianie przy niej dodatkowych osób, czyli musi to być produkcja z wykorzystaniem własnych środków. W przypadku sprzedaży produktów przetworzonych, warunkiem koniecznym jest także, aby minimum 50% surowców pochodziło z własnego gospodarstwa. Żywność może być sprzedawana przez rolników w każdym miejscu do tego przeznaczonym, tj. do sklepów i sklepików, placówek zbiorowego żywienia, stołówek szkolnych, a także w ramach agroturystyki i przez Internet. Pomimo ułatwień legislacyjnych wprowadzonych na poziomie kraju, wielu rolników nie decyduje się na sprzedaż detaliczną przetwarzanych przez siebie produktów rolnych. Innowacja odpowiada na ten problem i może zwiększyć wiedzę i zainteresowanie rolników dostarczaniem takiej żywności. Ambasadorami tego rozwiązania mogą być uczniowie szkół zawodowych pobierających naukę w tym kierunku, którzy będą rozpropagowywać ten model. Odbiorcą innowacji są w ostatecznym rozrachunku szkoły zawodowe i ich uczniowie oraz lokalne społeczności (samorządy) korzystający z nowej formy stażu i zdobywania doświadczeń zawodowych na rynkach europejskich przez młodych mieszkańców gminy, jednak w takim rozwiązaniu, które zwiększa szanse ich pozostania i rozwoju zawodowego w miejscu zamieszkania. Grupą docelową grantu było 3 uczniów szkoły zawodowej z obszaru kształcenia gastronomicznego, wytypowanych przez szkołę jako najlepsi uczniowie posiadający cechy lidarskie, przywódcze. Należy jednak zwrócić uwagę, iż działania opisywanej innowacji wspierają pośrednio również grupy dyskryminowane społeczeństwa, jakimi są osoby starsze zamieszkujące obszary wiejskie, gdyż dzięki rozwiązaniu promowane są usługi i produkty wykonywane z udziałem tych osób.

Wizyta studyjna

W czwartym miesiącu testowania modelu LOWE Staż trzech uczniów (Maciej, Marcin i Patryk) z Zespołu Szkół Zawodowych im. Stanisława Staszica w Wysokiem Mazowieckiem, wraz z opiekunem uczestniczyli w wizycie studyjnej do Wenecji i Bassano del Grappa w Włoszech. Celem wizyty studyjnej we Włoszech w ramach modelu LOWE STAŻ – WYJAZD STUDYJNY było zapoznanie się z modelem KmZERO w zakresie bezpośredniej sprzedaży detalicznej. Uczniowie podczas wyjazdu „na własne oczy” przekonali się, jak może działać sprzedaż detaliczna i w jaki sposób jest prowadzona. Staż ten miał na celu wskazanie uczniom nowych możliwości i rozbudzić u nich kreatywne myślenie w zakresie pracy w obszarze gastronomicznymi i rolniczym.



uczestnicy wizyty studyjnej w gospodarstwie rolnym specjalizującym się w uprawie winorośli

Podczas wyjazdu uczniowie zapoznali się z narzędziami i rozwiązaniami składającymi się na włoski model KmZERO możliwymi do wykorzystania przez potencjalnych użytkowników tych rozwiązań w Polsce. Dlatego też wizyta studyjna organizowana została w kraju, który jest liderem w zakresie wdrożenia modelu KmZERO. Uczestnicy wizyty zapoznali się funkcjonowaniem modelu we Włoszech oraz z możliwościami ich zastosowania w praktyce we własnym otoczeniu. Prezentacja tych rozwiązań uczniom powiązana była z dyskusją nad możliwością ich zastosowania w Polsce. Wizyta studyjna była doskonałą okazją do zapoznania się z włoskimi standardami modelu we Włoszech związanymi z obszarem grantu LOWE STAŻ, a uczestnicy mieli okazję do dyskusji, wymiany uwag i dobrych praktyk z przedstawicielami instytucji, przedsiębiorców i gospodarstw rolnych działających na rzecz promocji modelu KmZERO. Wizyta odbyła się w dniach 4-6 czerwca 2018. Na miejscu grupę wspierał tłumacz języka włoskiego oraz przedstawiciel Partnera z Włoch. Ze względu na fakt, że byli to uczniowie kierunku technik żywienia i usług gastronomicznych, w czasie wizyty studyjnej odwiedzono producentów i dystrybutorów pracujących zgodnie z modelem KM Zero, którzy związani są z profilem edukacji uczestników. Odwiedzono m.in. targi z lokalnymi produktami, restauracje, winnice, muzeum lokalnych produktów, sklepy oferujące towary modelu KM Zero, hodowlę osłów, winiarnię oraz producentów grappy. Uczestnicy mieli okazję uczestniczyć w pracach związanych z produkcją żywności, jej pakowaniem oraz

uczestniczyli w procesie sprzedaży bezpośredniej produktów. Po wizycie studyjnej opracowano koncepcję sklepiku oraz przygotowano biznes plan, na podstawie którego uczniowie prowadzić będą sklepik oraz przygotowywane będą produkty finalne innowacji.



podczas wizyty studyjnej uczestnicy mogli zobaczyć, jak odbywa się sprzedaż bezpośrednia lokalnych produktów

Idea KmZERO

Organizacja Coldiretti



źródło: <http://www.veneto.coldiretti.it>

Projekt KmZero to inicjatywa, poprzez którą organizacja Coldiretti chce przekonać restauracje, stołówki, sklepy, hotele, sklepy, itd. z regionu Veneto (Wenecja Euganejska), aby oferowali konsumentom głównie sezonowe produkty lokalne. Poprzez termin KmZERO - pożyczony od Protokołu z Kioto - promowana jest inicjatywa, która ma na celu zmianę stylu życia społeczeństwa mając na uwadze, że „jeśli do obiadu serwujesz wino australijskie, śliwki argentyński, pomidory marokańskie i argentyńską wołowinę, twój obiad zużywa bardzo dużo energii”. Inicjatywa ta promowana jest w całych Włoszech poprzez wiele organizacji. Wino, które przyleciało z Australii i mięso, które dostarczono z Argentyny znacząco przyczynia się do emisji dwutlenku węgla, zużycia paliwa, eksploatacji surowców naturalnych, itd. Jest więc nieekonomiczne. Zaś jedząc „energetycznie prawidłowe” lokalne produkty oszczędza się naszą planetę, mieszkańcy mają pracę, a lokalna gospodarka kwitnie. Skrócenie odległości transportu oznacza zatem ochronę środowiska, promowanie regionalnego dziedzictwa rolno-spożywczego, obniżanie cen i zwiększenie dochodów lokalnej społeczności. Inicjatywa ta jest bardzo popularna we Włoszech. Na rynkach rolnych rozproszonych na całym obszarze regionalnym, typowe produkty sprzedawane są bez pośrednictwa, bez opakowania i bez kosztów przechowywania. Jednym z przykładów są z sukcesem wprowadzone na rynek automaty do sprzedaży mleka, które są coraz powszechniejsze, ponieważ sprzyjają świadomemu zakupowi i bezpieczeństwu identyfikowalnego produktu. W regionie Veneto istnieje zrzeszenie restauratorów, którzy zobowiązali się do serwowania „menu o zerowej odległości” lub posiłków przyrządzanych ze składników pochodzących z okolicznych wsi. Administracja publiczna ukierunkowuje przetargi np. na stołówki szkolne zgodnie z kryteriami priorytetowymi określonymi w proponowanym prawie inicjatywy wspieranej przez Coldiretti. Dzięki 25 tysiącom podpisów zebranych w ciągu 4 miesięcy, inicjatywa KmZERO stała się ustawą regionalną w dniu 25 lipca 2008 roku. Ustawa regionalna jest następstwem ustawy na szczeblu krajowym, która wspiera restauracje, stołówki, supermarkety, itd., wykorzystujące produkty pochodzące z regionu Veneto w ilości od 30 do 50 procent swojej sprzedaży lub produkcji.

Przykłady działań lokalnych w ramach KmZERO

PAKIETY WAKACYJNE KM ZERO

Stowarzyszenie Terranostra reprezentuje w Veneto około 600 gospodarstw zrzeszonych w Coldiretti. Gospodarstwa te stanowią ponad połowę całkowitej regionalnej oferty agroturystycznej. Z chęci promowania obszarów wiejskich z ogromnymi zasobami krajobrazowymi, wielkim dziedzictwem gościnności i gościnności, ale także tradycji, historii i sztuki, narodziła się współpraca Terranostra Veneto i najlepszej agencji turystycznej DMC z Mirano. Stworzono pakiety wakacyjne z opcją all inclusive, których celem jest zaproponowanie nowego sposobu dostępu do odpoczynku wiejskiego, charakteryzującego się przystępnymi kosztami, krótkim czasem trwania i maksymalną dbałością o zrównoważony rozwój, oczywiście związanym z propozycją żywności zgodnym z ideą KmZERO.

AUTOMATYCZNE DYSTRYBUTOR MLEKA (tzw. fontanny mleka)

Świeże mleko jest prawdopodobnie najbardziej spontanicznym i widocznym produktem, które konsument postrzega jako produkt „codziennie używany”. We Włoszech firma Coldiretti naliczyła ponad 300 (w tym 35 w Veneto) automatów sprzedających mleko, które oprócz zapewnienia świeżego mleka przez około 48 godzin, umożliwiają znaczną redukcję opakowań (zero odpadów przy użyciu szklanych butelek). Są to prywatne inicjatywy podejmowane przez indywidualnych rolników, którzy instalują odpowiednią maszynę w swojej firmie lub w centrach miasteczek, bezpośrednio trafiając do konsumenta i zapewniając litr świeżego mleka za 1 euro. To przykład bardzo udanej inicjatywy, będącej przykładem krótkiego łańcucha dostaw i obniżania kosztów.

RYNEK FARMERA

To kolejna inicjatywa KmZERO - doskonała oferta dla winiarni, olejarni i gospodarstw rolnych, które coraz częściej angażują się w bezpośrednią sprzedaż od producenta do konsumenta. Siedmiu Włochów na dziesięciu, kierujących się różnymi przyczynami, co najmniej raz w roku jeździ na zakupy na rynek farmera. Niskie ceny na (niższe niż w tradycyjnych sklepach o około 30%), ale także chęć dowiedzenia się, co i od kogo kupują, to główne powody, dlaczego Włosi chętnie odwiedzają to miejsce. Oprócz oczywiście chęci mniejszego zanieczyszczenia wspierają lokalne rolnictwo (w oparciu o zasadę zero kilometrów). Wśród przeszkód, które utrzymują wielu potencjalnych klientów z dala od obszarów wiejskich, jest lokalizacja gospodarstw: dlatego rynki rolników pojawiają się niemal wszędzie, tj. na rynkach miejskich, w których producenci sprzedają towary bezpośrednio, bez pośredników.

Stowarzyszenie Confesercenti



źródło: <http://www.confesercenti.it/>

Założone w 1971 roku w Rzymie, Confesercenti jest jednym z wiodących stowarzyszeń przedsiębiorczych w kraju i jest członkiem-założycielem Rete Imprese Italia. Reprezentuje interesy ponad 350 tysięcy MŚP z sektora handlu, turystyki, usług, rzemiosła i przemysłu, które zatrudniają łącznie ponad 1 000 000 osób. Confesercenti to lider w propagowaniu idei KmZERO w całych Włoszech. Confesercenti to stowarzyszenie z ponad 5 tysiącami pracowników, 120 biurami wojewódzkimi, 20 regionalnymi i ponad 1000 terytorialnymi. Jego celem jest przyczynienie się do rozwoju przedsiębiorstw, gospodarki i rozwoju demokracji poprzez współpracę z instytucjami, organizacjami społecznymi, gospodarczymi, kulturalnymi i humanitarnymi, w tym promocja idei KmZERO. W odniesieniu do tych celów Confesercenti promuje inicjatywy, w które angażuje instytucje włoskie i europejskie oraz siły społeczne. Głównym powodem sukcesu Confesercenti jest motywacja, która doprowadziła założycieli do utworzenia nowej konfederacji: silny popyt na reprezentację sektora MŚP, jego ochronę, wsparcie dla wzrostu i innowacji przez małe i średnie przedsiębiorstwa. Confesercenti jest nadal powiązany z tą misją. Zaangażowanie Confesercenti polegało na zapewnieniu małym i średnim przedsiębiorstwom wartości gospodarczej i społecznej oraz na rozwoju i innowacjach poprzez gęstą sieć wykwalifikowanych struktur terytorialnych. W związku z tym ważne są Konferencje Gospodarcze prowadzone od 1978 r., które charakteryzują się ciągłym i skutecznym wysiłkiem, aby umieścić MŚP w pozycji głównych bohaterów podstawowych procesów gospodarczych w kraju. Confesercenti walczy, aby przywilejem nie tylko wyłącznie dla dużych firm było wprowadzanie innowacji, tworzenie miejsc pracy i ograniczanie dynamiki cen. Pojawiły się także inne pomysły, które zmieniły postrzeganie MŚP i wpłynęły na krajową politykę tego sektora, począwszy od przepisów podatkowych, a skończywszy na handlu i turystyce. Jednym z takich pomysłów jest idea KmZERO.

Cescot Veneto



źródło: www.cescotveneto.it

Cescot Veneto jest organem szkoleniowym regionalnego Confesercenti obszaru Veneto. Od 1986 r. misją Cescot Veneto są szkolenia zawodowe i rozwój zasobów ludzkich poprzez wdrażanie ścieżek finansowanych przez Europejski Fundusz Społeczny. Zajmuje się również proponowaniem i zarządzaniem projektami europejskimi w celu zachęcenia do rozwoju obszaru kompetencji w dziedzinie turystyki, handlu, kreatywności i innowacji technologicznych. Cescot Veneto propaguje ideę KmZERO we wszystkich swoich działaniach. W tym celu współpracuje z instytucjami prywatnymi i instytucjami publicznymi - regionalnymi i zagranicznymi - i zarządza szerokimi partnerstwami w skali krajowej i europejskiej.

Prawo inicjatywy KmZERO regionu Veneto

W 2010 roku wprowadzono nowelizację ustawy z lipca 2008 roku. Na jej mocy wskazano inicjatywę KmZERO jako działanie, które należy wspierać i popularyzować. Wprowadzono ustawę regionalną pt. „Zasady kierowania konsumpcją i wspierania konsumpcji produktów rolnych na poziomie zero kilometrów”. Oto najważniejsze zapisy tej ustawy:

Artykuł 1 Cele i definicje

1. Region promuje jakościowe polepszanie produkcji rolnej do „zero kilometrów”, zachęcając do konsumpcji i marketingu, zapewniając konsumentom większą przejrzystość cen i zapewniając konsumentom odpowiednią informację o pochodzeniu i specyfice tych produktów.
2. W tym celu, również w celu zagwarantowania większej równowagi środowiskowej, Region niniejszym reguluje interwencje w:
 - a) zapewnianiu zgodność z prawodawstwem dotyczącym prezentacji i etykietowania świeżych i przetworzonych produktów rolnych poprzez odpowiednie działania kontrolne, w tym poprzez wykorzystanie narzędzi technologicznych w celu ochrony konsumenta,
 - b) zwiększeniu konsumpcji produktów rolnych „zero kilometrów”,
 - c) zachęcaniu do korzystania przez podmioty publiczne z usług zbiorowego żywienia produktów rolnych o „zerowym kilometrze” przy przygotowywaniu posiłków,
 - d) faworyzowaniu wzrostu bezpośredniej sprzedaży produktów rolnych „zero kilometrów” przez producentów,

e) wspieraniu stosowania produktów rolnych „zero kilometrowych” przez firmy prowadzące działalność cateringową lub hotelarską na terytorium regionalnym.

3. Do celów niniejszej ustawy termin „produkty rolne o zerowej odległości” odnosi się do produktów rolnych i rolno-spożywczych przeznaczonych do spożycia przez ludzi, które należą do następujących kategorii:

a) „produkty wysokiej jakości”: produkty określone w art. 2 ust. 3 lit. a), b) i d) ustawy regionalnej z dnia 12 grudnia 2003 r., nr 40 „Nowe zasady interwencji w rolnictwie”,

b) „produkty tradycyjne”: produkty określone w art. 8 dekretu z mocą ustawy z dnia 30 kwietnia 1998 r., nr 173 „Przepisy dotyczące ograniczania kosztów produkcji i wzmocnienia strukturalnego przedsiębiorstw rolnych, zgodnie z art. 55 ust. 14 i 15 ustawy z 27 grudnia 1997 r., Nr 449”,

c) „produkty sezonowe”: produkty oferowane do sprzedaży lub dostarczane świeże w celu spożycia lub przygotowywania posiłków w działalności gastronomicznej, pod warunkiem, że sprzedaż lub dostawa do przedsiębiorstw użytkowników odbywa się podczas typowego okresu produkcyjnego tych obszarów rolnych,

d) „produkty o potwierdzonej trwałości środowiskowej”: produkty, dla których wykazano niższy udział emisji gazów cieplarnianych (GHG) w porównaniu z innymi równoważnymi produktami na rynku (...)

2. W tym celu Region niniejszym reguluje interwencje w:

a) zachęcaniu podmiotów zajmujących się publicznymi usługami zbiorowego żywienia do wykorzystywania produktów rolnych pochodzenia regionalnego w przygotowywaniu posiłków,

b) sprzyjaniu wzrostowi bezpośredniej sprzedaży regionalnych produktów rolnych przez przedsiębiorców rolnych,

c) wspieraniu zakupu produktów rolnych pochodzenia regionalnego przez firmy prowadzące działalność cateringową lub hotelarską na terytorium regionalnym,

d) zapewnianiu zgodności z prawodawstwem dotyczącym prezentacji i etykietowania świeżych i przetworzonych produktów rolnych poprzez odpowiednie działania kontrolne, w tym poprzez wykorzystanie narzędzi technologicznych w celu ochrony konsumenta,

e) faworyzowaniu wzrostu sprzedaży produktów rolnych pochodzenia regionalnego poprzez dystrybucję.

3. Region i władze lokalne są odpowiedzialne za wprowadzenie w życie tego prawa, zgodnie z ich odpowiednimi uprawnieniami.

Art. 2 Wykorzystanie produktów rolnych „zero kilometrów” w usługach zbiorowego żywienia, powierzonych przez organy publiczne

1. W zamówieniach publicznych na usługi lub dostawy żywności i artykułów rolno-spożywczych przeznaczonych do publicznego żywienia można uprzywilejować stosowanie produktów rolnych „zero kilometrów”.

2. Stosowanie produktów rolnych „zero-kilometrowych” w przygotowywaniu posiłków dostarczanych przez operatorów usług zbiorowego żywienia, powierzonych przez organy publiczne, musi być wyraźnie wyrażone poprzez użycie odpowiednich narzędzi informacyjnych dla użytkowników usług.

3. W przetargach publicznych na usługi lub dostawy żywności i artykułów rolno-spożywczych przeznaczonych do spożycia zbiorowego stosowanie produktów rolnych o pochodzeniu

regionalnym powyżej wartości procentowej, o której mowa w ust. 1, jest preferencyjne w odniesieniu do udzielania zamówień.

4. Wykorzystanie produktów rolnych pochodzenia regionalnego do przygotowywania posiłków dostarczanych przez operatorów usług zbiorowego żywienia, powierzonych przez organy publiczne, musi być wyraźnie wyrażone poprzez użycie odpowiednich narzędzi informacyjnych dla użytkowników usług.

Artykuł 3 Przepisy dotyczące sprzedaży bezpośredniej przez przedsiębiorców rolnych

1. Gminy, w przypadku otwarcia nowych rynków detalicznych w miejscach publicznych lub dostępności stoisk na rynkach już działających zgodnie z prawem regionalnym z dnia 6 kwietnia 2001 r., Nr 10 „Nowe zasady handlu w przestrzeni publicznej”, zastrzegająca bezpośrednią sprzedaż produktów rolnych dla przedsiębiorców rolnych, zgodnie z art. 4 dekretu z mocą ustawy z 18 maja 2001 r., Nr 228 „Orientacja i modernizacja sektora rolnego zgodnie z art. 7 ustawy z 5 marca 2001 r., Nr 57”, na co najmniej 15 procentach łącznej liczby miejsc sprzedażowych.

2. Aby zachęcić do zakupu produktów rolnych „zero kilometrów” i zapewnić konsumentom odpowiednie informacje na temat specyfiki tych produktów, gminy na swoim terytorium i w swoim biznesplanie, przydzielają obszary tworzenia rynków rolnych, zarezerwowane wyłącznie dla przedsiębiorców rolnych, również w ramach odstępstwa od ustawy regionalnej z dnia 6 kwietnia 2001 r., nr 10.

3. W celu promowania zakupu regionalnych produktów rolnych i zapewnienia konsumentom odpowiednich informacji na temat pochodzenia i specyfiki tych produktów, gminy na swoim własnym terytorium, przeznaczają obszary tworzenia rynków rolnych i rynków lokalnych produktów rolnych zarezerwowanych wyłącznie dla przedsiębiorców rolnych, również w ramach odstępstwa od ustawy regionalnej z dnia 6 kwietnia 2001 r., nr 10.

Art. 4 Promowanie wykorzystania produktów rolnych „zero kilometrów”

1. Przedsiębiorstwa prowadzące działalność cateringową, hotelarską i sprzedaż publiczną działającą na terytorium regionalnym, które w kontekście zakupów produktów rolnych wytworzonych w ciągu roku nabywają co najmniej 30% pod względem wartości, produkty rolne „zero kilometrów” przyznaje się, w celu reklamowania działalności, specjalne logo, które należy wykorzystać w działaniach promocyjnych.

2. Zamówienia produktów określonych w ust. 1, w procentach tam wskazanych, muszą być udokumentowane na fakturach zakupu, które muszą wskazywać pochodzenie, charakter, jakość i ilość zakupionych produktów.

3. Przedsiębiorstwa, o których mowa w ust. 1, włącza się do specjalnego obwodu regionalnego przekazywanego w ramach działań promocyjnych regionu Veneto.

4. Rada regionalna określa cechy i metody używania logo oraz w ramach wymiany programu promocji produkcji w sektorze pierwotnym, o którym mowa w ustawie regionalnej z 14 marca 1980 r., Nr 16 „Dyscyplina targów i regionalnych inicjatyw promujących promocję gospodarczą”, konkretne inicjatywy promujące produkcję rolną „zero kilometrów”.

5. Przedsiębiorstwom działającym w sektorze gastronomicznym lub detalicznym i działającym na terytorium regionalnym, które w kontekście zakupów produktów rolnych wyprodukowanych w ciągu roku nabywają co najmniej 30% pod względem wartości, produkty rolne pochodzenia regionalnego, przyznaje się, w celu reklamowania działalności, specjalny znak z godłem regionu, którego cechy są określone specjalną uchwałą Rady Regionalnej.

6. Dostawa produktów, o których mowa w ust. 2, w procentach tam wskazanych, musi być udokumentowana na fakturach zakupu, które muszą wskazywać pochodzenie, charakter, jakość i ilość zakupionych produktów.

7. Przedsiębiorstwa, o których mowa w ust. 2, zostaną włączone do specjalnego obwodu regionalnego przekazanego w ramach działań promocyjnych regionu Veneto. Rada regionalna w ciągu stu osiemdziesięciu dni od opublikowania tej ustawy stworzy regulamin używania znaku i programu waloryzacji toru, w tym także ulg podatkowych i szczególnych składek.

Artykuł 5 Przepisy dotyczące handlu produktami rolnymi „zero kilometrów”

1. W strukturach sprzedaży, o których mowa w ustawie regionalnej z dnia 13 sierpnia 2004 r., Nr 15 „Zasady planowania dotyczące prowadzenia działalności handlowej w regionie Veneto”, z wyłączeniem przedsiębiorstw sąsiedzkich, w których sprzedawane są produkty rolne „zero kilometrów”, specjalne i ekskluzywne pomieszczenia są dla nich przewidziane.

2. W przypadku obiektów, o których mowa w ust. 1, obowiązujących w dniu wejścia w życie niniejszej ustawy, obowiązek rozpoczyna się z dniem 1 stycznia 2009 r.

Art. 6 Czynności kontrolne i kary.

1. Region, prowincje i gminy, w ramach swoich uprawnień, sprawują kontrolę w celu weryfikacji naruszeń przepisów niniejszej ustawy.

2. W celu wykonywania działań, o których mowa w ust. 1, właściwe administracje korzystają z lokalnych organów policji administracyjnej, również za pośrednictwem instytucji w ramach tych samych organów, określonych grup interwencyjnych.

3. W celu przeprowadzenia kontroli zgodności, o których mowa w rozporządzeniu Ministerstwa Rolnictwa i Leśnictwa z dnia 1 sierpnia 2005 r. W sprawie obrotu świeżymi owocami i warzywami oraz produktami przetworzonymi, Region korzysta z lokalnej policji administracyjnej.

Art. 7 Opinia wspólnotowa w sprawie kompatybilności

1. Skutki niniejszej ustawy uzależnione są od uzyskania pozytywnej opinii o zgodności ze strony Komisji Europejskiej zgodnie z art. 87 i 88 Traktatu WE oraz publikacji odnośnego zawiadomienia w Biuletynie Urzędowym regionu Veneto. Ta ustawa zostanie opublikowana w Oficjalnym Biuletynie Regionu Veneto. Jest obowiązkowe dla każdego, kto jest odpowiedzialny za przestrzeganie go i za przestrzeganie go jako prawa regionu Veneto.

Kreowanie postawy przedsiębiorczej u Młodzieży

Uczniowie podczas wyjazdu do Włoch „na własne oczy” przekonali się, jak może działać sprzedaż detaliczna, w jaki sposób jest prowadzona. Testowana innowacja miała za zadanie ułatwienie przejścia z etapu kształcenia do etapu pracy w obszarze rolno-gastronomicznym. Uczniowie zanim skończyli naukę w szkole zdobyli praktyczne doświadczenie w prowadzeniu detalicznej sprzedaży produktów rolniczych oraz produktów przetworzonych. Jednocześnie w działanie to ukształtowało przedsiębiorczość uczniów poprzez przetestowanie dostarczania tego typów produktów do sklepiku szkolnego, sprzedaży sąsiadom, sprzedaży na targach bądź innych miejscach. Uczniowie zdobyli wiedzę o prowadzeniu produkcji rolnej i zwierzęcej z nastawieniem na dostarczanie surowców do odbiorców. Innowacją tą pokazano im dodatkowe źródła dochodów z gospodarstwa rolnego, gdzie w większości przypadków i tak wytwarzane są produkty przetwarzane na własny użytek. Zdobywanie doświadczeń kluczowych dla tego typu wykształcenia jak poszukiwanie odbiorców własnych surowców i ich promocja jest bardzo ważnym etapem nauki i nie może być pomijane. Praktyczność rozwiązania polega na braku konieczności wprowadzania rozwiązań prawnych lub proceduralnych na szczeblu krajowym czy regionalnym, nie występują bariery formalne, prawne czy organizacyjne. Jedynymi barierami są czas i wysiłek jaki trzeba włożyć w prowadzenie sprzedaży detalicznej własnych wyrobów. Bariery jest jednak niska przedsiębiorczość osób młodych. Dlatego też, aby młodzież otworzyła się na możliwość „pracy na własny rachunek” oraz nauczyła się myśleć kreatywnie o swojej działalności zawodowej, poniżej przedstawiono kilka ćwiczeń, które z pewnością w znacznym stopniu pomogą zniwelować tę barierę.

Ćwiczenie. Nasze marzenia realizują nasze pomysły

Zanim przystąpisz do tych ćwiczeń, musisz poznać kilka reguł. Nie są to zasady, które będą Cię ograniczały, lecz reguły, które zapewnią Ci pełną swobodę marzenia o tym, czego pragniesz, bez ograniczania Twojej kreatywności przez innych.

Pamiętaj, że wszyscy musimy doskonalić umiejętność rozwijania pomysłów - jednego z czterech podstawowych warunków powodzenia.

1. Można marzyć o wszystkim.
2. Można mówić innym o cudzych marzeniach.
3. Można pragnąć opowiedzieć o czyichś marzeniach.
4. Nie wolno ranić innych osób, opowiadając czyjeś marzenia.

Nie możemy Ci powiedzieć, o czym powinieneś marzyć. I nie zamierzamy tego robić, jednak pamiętaj:

**TWOJE MARZENIA TO PIERWSZY KROK DO PRZYSZŁYCH POMYSŁÓW,
W TYM RÓWNIEŻ POMYSŁÓW NA PROWADZENIE DZIAŁALNOŚCI GOSPODARCZEJ.**

Ćwiczenie

Poniżej sugerowane są pewne marzenia. Jeżeli żadne z nich Ci nie pasuje, podaj własne propozycje.

- Zostanę swoim własnym szefem.
- Będę samodzielnie podejmować decyzje.
- Będę zarabiać więcej pieniędzy.
- Dostanę pracę.
- Pokażę innym, że jestem kimś wyjątkowym.
- Będę prowadzić własną działalność, skoro inni tak robią.
- Będę decydować o swoim życiu i przyszłości.
- Będę traktowany poważnie.
- Będę robić to, na co mam ochotę.
- Dostanę nagrodę za swoje starania.
- Stworzę coś dla swojej rodziny i siebie samego.
- Wypróbuję swoje pomysły.
- Sprawdzę siebie i odniosę sukces.
- Wykorzystam swoje umiejętności.
- Możliwie najbardziej udoskonalam swoje umiejętności.
- Stanę się osobą niezależną.
- Spróbuję czegoś nowego.
- Będę żyć w zgodzie z sobą samym.
- Zostanę dziewczyną/żoną Jacka
-
-
-
-

Ćwiczenie. Nazywanie marzeń

Możesz pomyśleć, że całe to gadanie o marzeniach jest wydumane, a nawet trochę zawstydzające. Jednak już po chwili, kiedy staniesz się prawdziwym staromodnym marzycielem, poczujesz się szczęśliwy, wiedząc, że masz już podwalinę wielu swoich przyszłych sukcesów. Zanim zaczniesz marzyć, prześledź uważnie poniższe cztery kroki i zastanów się nad ich znaczeniem.

Krok 1

Usadów się wygodnie - możesz siedzieć, leżeć, stać, nawet na głowie, byle w spokojnym miejscu w budynku lub na dworze, tam gdzie będziesz miał najlepsze warunki do marzenia na jawie.

Krok 2

Wyobraź sobie siebie w wymarzonej sytuacji. Wypowiedz krótkie życzenie czegoś specjalnego dla siebie. Niech to będzie coś, czego naprawdę pragniesz. Może to wydawać się samolubne, ale tak jest w porządku. Przecież to jest marzenie, a marzenia prawie zawsze są samolubne. Marząc, należy skupić się na własnym ego. Tylko w ten sposób przekujesz swoje marzenia na dobre pomysły ku własnej korzyści.

Krok 3

Początki mogą okazać się trudne. Marzenie na rozkaz i to w ramach szkolenia może Ci się wydać dziwne. Jednak jest możliwe. Wkrótce nie będziesz już potrzebować poleceń. Po prostu nie będziesz mógł żyć bez marzenia.

Kiedy Twoje marzenie jest tuż, tuż, spróbuj skupić się na jego najistotniejszych szczegółach. Detale są konieczne, aby później przekształcić marzenie w pomysł. Dzięki skupieniu się na szczegółach pozwolisz swojemu marzeniu rozwinąć się jak kwiatu.

Krok 4

Kiedy poczujesz, że poznałeś już wszystkie zakamarki marzenia i że nic więcej już nie wymyślisz, pozwól swojej fantazji na chwilę się oddalić. Ale by niczego nie uronić z treści marzenia i nic z niego nie zapomnieć, musisz nadać mu nazwę. Zanotuj ją w bezpiecznym miejscu, na przykład w kalendarzu lub notatniku, tak abyś mógł ją później bez problemu odszukać. Samo nazywanie nie jest ważne, jednak dobrym pomysłem jest nadanie nazwy, która kojarzyć się będzie z głównymi elementami marzenia.

RAZ ZAPAMIĘTAWSZY NAZWĘ MARZENIA, BĘDZIESZ MÓGŁ ZAWSZE PRZYWOŁAĆ JE Z PAMIĘCI.

Potrzebna Ci będzie cała kolekcja marzeń. To, ile marzeń się w niej znajdzie, zależy tylko od Ciebie. Może ich być 10 lub więcej, jednak dla początkującego marzyciela wskazana jest raczej niewielka kolekcja złożona z 5 pozycji.

Ćwiczenie

Wypisz 5 marzeń niezwiązanych z pracą:

- 1.
- 2.
- 3.

- 4.
- 5.

Kiedy już zgromadziłeś w swojej kolekcji wystarczającą liczbę marzeń, usuń z niej najmniej interesujące pozycje. W ten sposób w Twojej kolekcji zawsze znajdzie się miejsce na nowe, być może bardziej interesujące marzenie.

Po pewnym czasie stwierdzisz, że coraz trudniej przychodzi Ci usuwanie marzeń z kolekcji. Oznacza to, że nadszedł czas na poszerzenie kolekcji o 2 do 5 marzeń. Także i teraz liczba nie jest istotna; ważne jest to, abyś przez cały czas zachował zdolność do marzenia nowych marzeń.

Ćwiczenie

- Moja sytuacja po pięciu latach. Teraz możesz oddać się marzeniu jednemu z największych w Twojej kolekcji. Oto będziesz marzyć o własnym życiu za pięć lat.
- Wyobraź sobie, że to marzenie się spełniło.

A. Opisz w formie narracji, jak będzie wyglądał Twój dzień po spełnieniu się tego marzenia. 10-15 linijek powinno wystarczyć, abyś mógł wyczerpująco opisać własne marzenie i wizję. Jest to ćwiczenie indywidualne, gdyż chodzi tu o TWOJE marzenia, TWOJĄ wizję i TWOJE pomysły.

B. 1. Teraz musisz opisać to, czego oczekujesz od swojego otoczenia, abyś mógł osiągnąć sukces i żyć tak, jak sobie wymarzyłeś.

2. Masz już pewną wizję przyszłości. Teraz musisz się zastanowić nad sposobem realizacji swojego marzenia.

Skąd wziąć pomysł?

Może masz już pomysł, a może dopiero go szukasz. W obu przypadkach sesja na temat kreatywności ułatwi Ci nadanie temu pomysłowi formy bardziej użytkowej. Bycie przedsiębiorczym biznesmenem czy przedsiębiorczym rolnikiem to stan umysłu - to umiejętność dostrzegania możliwości i przekształcania ich w dochodowy biznes.

Podam tutaj tylko jeden z wielu możliwych przykładów.

Na początku ubiegłego stulecia pewien amerykański weterynarz mieszkający w słabo zaludnionym stanie musiał codziennie przemierzać samochodem setki mil, aby dotrzeć do farmerów i leczyć ich bydło. Drogi były nieutwardzone i bardzo wyboiste. Czasem były to drogi polne, innym razem zupełnie bezdroża. Motoryzacja w tych czasach była jeszcze w powijakach, a samochód weterynarza, który był jedynym autem w mieście, wyposażono w masywne opony. Jazda nim po złych drogach stała się w końcu przyczyną kłopotów zdrowotnych weterynarza. Po każdym dniu pracy bolały go plecy. Zaczął marzyć o samochodzie poruszającym się na poduszce powietrznej. W końcu wpadł na pomysł zastąpienia masywnej opony gumową rurą wypełnioną powietrzem. Doktor Dunlop zmarł wiele lat temu, lecz efekt jego marzenia przetrwał do dziś dnia.

Techniki dochodzenia do pomysłów

Burza mózgów

Metoda burzy mózgów jest powszechnie stosowanym i sprawdzonym narzędziem służącym do generowania pomysłów przez grupę osób dążących do tego samego celu. Osiągane są przy tym znakomite rezultaty. Trzeba jednak przestrzegać kilku reguł, aby sesja burzy mózgów nie przekształciła się w chaos.

- Wyznacz w grupie jedną osobę, która będzie zapisywać wszystkie propozycje, najlepiej na czarnej lub białej tablicy, chociaż duże arkusze papieru mogą okazać się równie przydatne. Najważniejsze, żeby wszyscy widzieli i mogli przeczytać zapisywane propozycje.
- Wszystkie propozycje zgłoszone podczas sesji są dobre, nawet jeśli niektórym wydają się śmieszne.
- Wszelkie reakcje negatywne na pomysły i propozycje zgłaszane przez innych są zabronione. Negatywne podejście może zablokować nawet najbardziej kreatywną osobę, która nie zgłosi już innych propozycji. Wystarczy śmiech lub chichot.
- Wyznacz nieprzekraczalny czas trwania sesji burzy mózgów. Zazwyczaj w ciągu 15-30minut zgłaszane są setki propozycji.

Po spisaniu wszystkich pomysłów zaczyna się najbardziej interesująca część sesji.

Porządkowanie propozycji

A. Wszystkie propozycje należy podzielić na 3 grupy:

- Pomysły zdecydowanie realne.
- Pomysły, które mogą okazać się realne.
- Pomysły nierealne.

Porządkowanie należy przeprowadzić z zachowaniem ogólnie przyjętych demokratycznych reguł:

- Pomysłami zdecydowanie realnymi są te pomysły, które w drodze głosowania wszyscy uznają za możliwe do zrealizowania.
- Pomysłami, które mogą okazać się realne, są te pomysły, które przynajmniej jeden członek grupy uzna za możliwe do zrealizowania, wbrew opinii innych członków grupy.
- Pomysłami nierealnymi są te pomysły, które głosami wszystkich zostaną uznane za niemożliwe do zrealizowania.

B. Pierwsza grupa pomysłów musi zostać podzielona na następujące kategorie:

- Pomysły, które można łatwo zrealizować (= pomysły skopiowane).
- Pomysły, których realizacja wymagać będzie przeprowadzenia dalszych badań.

Etap ten może zająć grupie najwięcej czasu i często stanowi najgłośniejszą część burzy mózgów. Dobrym pomysłem jest wyznaczenie przez grupę arbitra. Każdy członek grupy może przedstawiać argumenty przemawiające na korzyść jego pomysłu. Jednak kontrargumenty są surowo wzbronione. Burza mózgów powinna być procesem twórczym, a nie destrukcyjnym.

Wyznaczona osoba wpisuje pomysły obydwu kategorii do tabeli:

	1. pomysły realne	2. pomysły, które mogą okazać się realne	3. pomysły nierealne
a. pomysły, które można łatwo zrealizować	- - - - - - -	- - - - - - -	- - - - - - -
b. pomysły wymagające przeprowadzenia dalszych badań	- - - - - - -	- - - - - - -	- - - - - - -

- Pomysły, które mogą okazać się realne, trafiają do rubryki 2b, a pomysły nierealne do rubryki 3b;
- Pomysły z grupy 2b, którym poświęconych zostanie więcej uwagi i badań, mogą z czasem awansować do kategorii 1 b;
- Pomysły z kategorii 3b są najbardziej ekscytujące. Stanowią wyzwanie dla osób kreatywnych i być może pewnego dnia, gdy technologia osiągnie wyższy poziom zaawansowania, zostaną zrealizowane.

Mapa mózgu

Szukanie rozwiązań dla rozwiązań

Poniżej przedstawiam ogólną i uproszczoną strukturę topografii wyobraźni. Topografia wyobraźni jest odmianą burzy mózgów. Jej podstawową ideą jest poszukiwanie coraz to nowych i bardziej skomplikowanych rozwiązań (dla rozwiązań).

Sesja topografii wyobraźni przebiega według podstawowych reguł prowadzenia burzy mózgów, z wyjątkiem czynnika czasu. Sesja bowiem kończy się dopiero wtedy, kiedy nie można już znaleźć nowych rozwiązań.

Grupa może jednak ograniczyć czas trwania sesji. Musisz tylko przeznaczyć na ten cel więcej czasu niż w przypadku burzy mózgów.

Kiedy nie można już wyszukać żadnego nowego rozwiązania, „sekretarz” grupy określa wszystkie propozycje, które dotyczą przynajmniej jednego „kierunku wyobraźni” i zapisuje je na tablicy widocznej dla wszystkich członków grupy. Od tego momentu proces przebiega tak jak w przypadku burzy mózgów:

Porządkowanie propozycji:

Wszystkie propozycje należy podzielić na 3 grupy:

- Pomysły zdecydowanie realne.
- Pomysły, które mogą okazać się realne.
- Pomysły nierealne.

Porządkowanie należy przeprowadzić z zachowaniem ogólnie przyjętych demokratycznych reguł:

- Pomysłami zdecydowanie realnymi są te pomysły, które w drodze głosowania wszyscy uznają za możliwe do zrealizowania.
- Pomysłami, które mogą okazać się realne, są te pomysły, które przynajmniej jeden członek grupy uznaje za możliwe do zrealizowania, wbrew opinii innych członków grupy.
- Pomysłami nierealnymi są te pomysły, które głosami wszystkich zostaną uznane za niemożliwe do zrealizowania.

Rozwiązywanie problemów

Wiele obecnie dostępnych na rynku produktów powstało w wyniku badań mających na celu rozwiązywanie problemów zarówno ogólnych, jak i szczegółowych, np.:

- wywabiacz plam,
- alarmy samochodowe,
- okulary przeciwstoneczne, itd.

W ciągu 10 minut można podać piętnaście razy więcej przykładów. A takich produktów są tysiące czy nawet setki tysięcy.

Wraz z upływem czasu będzie pojawiać się coraz więcej towarów i usług opracowanych z myślą o rozwiązaniu określonych, ciągle pojawiających się nowych problemów. Posłuchaj tylko, o czym mówią Twoi koledzy w szkole, Twoja rodzina, przyjaciele, współpasażerowie w autobusie i pociągu. Słuchaj uważnie, a przekonasz się, jakie problemy występują najczęściej.

Dotychczas nie znaleziono rozwiązania tylko dla trzech problemów:

- pogoda
- podeszły wiek
- przeszłość

POMYSŁY POWSTAJĄ DZIĘKI MYŚLENIU!

Mimo że mózg to nie mięsień, jednak ćwiczenie powoduje, że pracuje on lepiej. Zauważysz, że regularne sesje myślenia kreatywnego zmieniają Twoją percepcję świata wokół Ciebie i zaczniesz zauważasz więcej możliwości i rozwiązań.

Ćwiczenie

- Wielokrotna burza mózgów
- Wybierzcie przedmiot codziennego użytku, na przykład długopis lub filiżankę i zróbcie dwuminutową burzę mózgów na temat innego wyglądu tego przedmiotu:
- Po 2 minutach wybierzcie jedną z wymienionych możliwości i kontynuujcie burzę mózgów przez 2 kolejne minuty:
- Na koniec wybierzcie jeden pomysł z drugiej listy i przez kolejne 2 minuty róbcie burzę mózgów, tworząc nowe pomysły:

Jeśli macie trudności z tworzeniem nowych pomysłów, możecie posłużyć się jedną z metod wymienianych w literaturze, na przykład kwestionowaniem założeń (długopis powinien mieć tusz), wymyślaniem metafor (długopis jest jak zbiornik) lub wymuszaniem porównań (długopis jest jak kurczak, ponieważ...).

Inne pomysły mogą pochodzić z codziennego życia, na przykład: moje rachunki za ogrzewanie są bardzo wysokie. Inni ludzie radzą sobie z tym problemem poprzez ocieplanie ścian, eliminowanie przeciągów, ocieplanie dachu lub wyłączanie ogrzewania i noszenie ciepłych swetrów.

Moim pomysłem na rozwiązanie tego problemu byłoby sprawdzenie, gdzie następuje utrata ciepła i przeprojektowanie domu w celu eliminacji tego zjawiska. Albo produkcja tapet i farb do ścian, które odbijają ciepło. Zamieszkanie pod ziemią, która stanowi świetną izolację. Albo instalacja odnawialnych źródeł energii, na przykład baterii słonecznych lub wiatraka.

Jeśli pozwolisz myślom swobodnie płynąć, wprowadzając się w twórczy nastrój poprzez ćwiczenia takie, jak to, które właśnie zrobiłeś, zauważysz, że pomysły same wpadają Ci do głowy. Czasami wręcz trudno je powstrzymać - świadczy to o tym, że istnieje mnóstwo możliwości prowadzących do sukcesu w biznesie.

Pomysły nie muszą być aż tak innowacyjne, jak telefon komórkowy lub karteczki samoprzylepne, lecz muszą zapewnić Ci takie życie, jakie sobie wymarzyłeś.

Ćwiczenie:

Poniżej znajdziesz różne rodzaje pomysłów. Do każdego dodaj swój własny pomysł:

Uproszczenie

Inni: długopis zastąpił pióro wieczne

Mój pomysł:

Rozwiązanie problemu

Inni: pampersy zastąpiły pieluszki tetrowe

Mój pomysł:

Usługi

Inni: naprawa samochodów, usługi budowlane, hydrauliczne, elektryczne

Mój pomysł:

Tańszy substytut

Inni: pończochy nylonowe zastąpiły jedwabne

Mój pomysł:

Nisza

Inni: sklepy z odzieżą dla puszystych

Mój pomysł:

Wizerunek i status

Inni: Rolls-Royce, zegarki Rolex,

Mój pomysł:

Pomysły pożyczone

Inni: Franszyza, McDonalds

Mój pomysł:

Jeśli masz już dobry pomysł, sprawdź, czy zadziała on w praktyce. Dokonasz tego poprzez drobiazgową analizę i badania rynkowe. Musisz także zastanowić się nad tożsamością gospodarstwa/firmy, czyli jakiego rodzaju wizerunek będziesz próbował wykreować i przekazać.

LENISTWO JEST CNOTĄ

Wiele wynalazków i pomysłów na prowadzenie działalności rolnej czy gospodarczej bazuje na czynniku czasu, który stał się dzisiaj rzadkim i cennym zasobem. Wiele wynalazków powstało z myślą o zaoszczędzeniu czasu konsumentów, a zwłaszcza z myślą o ich wolnym czasie. Wystarczy powiedzieć, jak wiele produktów, zwłaszcza spożywczych, opracowano specjalnie dla „leniwych” konsumentów. Rynek został zalany obfitością gotowych posiłków, które przed podaniem wystarczy tylko podgrzać w kuchence mikrofalowej; w wielu gospodarstwach domowych znajduje się też zmywarka do naczyń. Przygotowanie posiłków i zmywanie naczyń to przykry i nudny obowiązek, od którego niedawno zostaliśmy uwolnieni.

Przyszły rolnik-przedsiębiorca, taki jak Ty, oczywiście nie jest leniuchem, jednak na pewno jest wiele spraw, na które nie chciałbyś tracić czasu.

Bo kto za ekscytujące uzna na przykład takie zajęcia, jak:

- ścielenie łóżka?
- obieranie kartofli?
- robienie zakupów w supermarkecie na pięć minut przed jego zamknięciem?
- czy setki innych codziennych, nudnych czynności?

Co sprawia, że Twoja działalność jest unikalna?

Bardzo istotną sprawą poza pomysłem na własną działalność, również rolną jest wizja tego, czym będzie się ona odróżniała od innych. Chyba nie trzeba Cię przekonywać, że w biznesie najważniejsze jest, aby klienci Cię zapamiętali i chcieli do Ciebie wrócić. Jeżeli twoja działalność będzie taka sama jak setki innych w okolicy, Twoje szansę na sukces zmniejszą się znacząco. Przypomnij sobie swój ulubiony sklep czy klub, do którego chodzisz regularnie i zastanów się, dlaczego tak chętnie do niego wracasz. Z pewnością odznacza się on miłą obsługą, dobrą lokalizacją, albo po prostu atmosferą, która Ci odpowiada. Bardzo ważne jest, aby tworząc wizję własnej firmy, dokładnie zaplanować, czym będzie się ona odróżniać od innych i co będzie w niej atrakcyjnego? Należy wziąć pod uwagę klienta i jego potencjalne potrzeby, lokalizację oraz produkty\usługi, które Twoja firma czy gospodarstwo będzie oferować. Istota biznesu polega na zdobyciu i utrzymaniu klientów — bez klientów najlepsze na świecie produkty czy usługi nie zarobią na sobie. A co niezwykle ważne, właściciel małej firmy może poznać swoich klientów lepiej niż dyrektor zarządzający wielką bezosobową spółką. Osoby prowadzące działalność gospodarczą muszą wykorzystać każdą sposobność do lepszego poznania potrzeb swoich klientów.

Zanim rozpoczniesz, powinieneś zastanowić się nad tym:

- skąd mogą pochodzić Twoi potencjalni klienci?
- czy będzie ich wielu, czy tylko kilku?
- czy możesz systematycznie śledzić ich potrzeby?

Kto będzie klientem a kto konkurentem?

Pracując u kogoś, zwykle nie musisz martwić się o pozyskiwanie klientów; Twoim zadaniem jest po prostu jak najlepsze wykonywanie swoich obowiązków. Jeżeli natomiast pracujesz dla siebie, nikt nie powie Ci, czego oczekuje klient i co w związku z tym powinieneś zrobić. A zatem przed rozpoczęciem działalności musisz sam zorientować się, jakie są potrzeby Twoich potencjalnych klientów.

Jeśli nie miałeś wcześniej bezpośrednich kontaktów z klientami, rozmowy z nimi i dokonywanie sprzedaży mogą być dla Ciebie czynnościami nowymi i nietłwymi. Musisz poznać potrzeby klientów, zadając odpowiednie pytania.

Niektóre z pytań, na które musisz znaleźć odpowiedź przed rozpoczęciem własnej działalności, mogą wydawać się proste lub nawet głupie. Musisz jednak zorientować się w najdrobniejszych oczekiwaniach klienta - odnoszących się do rodzaju usług, dostawcy, jakości, ceny, sposobu dokonywania płatności.

Powinieneś zatem poznać odpowiedzi na następujące pytania:

- Gdzie obecnie zaopatrują się Twoi potencjalni klienci?
- Jak zaprezentujesz swoje produkty/usługi, aby klient zechciał kupić je od Ciebie, a nie od konkurenta?
- Czy możesz zażądać ceny, która zapewni Ci utrzymanie?
- Jakie czynniki, oprócz ceny, są ważne dla klienta?
- Co powinieneś zrobić, aby klient, który raz okazał swoje zaufanie, nabywając Twój produkt lub usługę, zrobił to ponownie?
- W jaki sposób chcesz wprowadzać potrzebne zmiany i jednocześnie prowadzić bieżącą działalność? Klienci potrzebują odmiany, dlatego powinieneś być pewien, że jesteś w stanie dostosować się do ich potrzeb.

Ćwiczenie

Co sprawia, że się wyróżniasz?

Spróbuj wymienić swoje pozytywne cechy:

Ćwiczenie

1. Jakie produkty masz zamiar wytwarzać lub jakie usługi świadczyć?
2. Spróbuj w krótkim zdaniu opisać rodzaj planowanej działalności
3. Czy ludzie, którzy kupią Twoje produkty lub usługi, staną się Twoimi stałymi klientami?
4. Jeśli tak, dlaczego wybrali właśnie Ciebie, a nie konkurencję?
5. Co wiesz o swojej konkurencji?
6. Czy któryś z Twoich konkurentów udzieliłby Ci pomocy, gdybyś go o to poprosił?
7. Czy niektórzy z Twoich konkurentów odnoszą większe sukcesy niż pozostali?
8. Dlaczego tak się dzieje?
 - są tańsi?
 - zapewniają lepszą jakość produktów/usług?
 - oferują szerszy zakres produktów/usług?
 - są bardziej uprzejmi w kontaktach z klientami?
 - inne powody (podaj jakie)
9. Dlaczego uważasz, że w przyszłości klienci wybiorą Ciebie? Czy zapewnisz im:
 - lepszą jakość?
 - szerszy wybór?
 - bardziej indywidualne podejście?
 - inne powody (podaj jakie)
10. Czy znasz jakieś powody, dla których klienci mogą nie skorzystać z Twoich usług?
 - są zadowoleni z dotychczasowych dostawców
 - są podejrzliwi w stosunku do nowej firmy
 - Twoje usługi są droższe
 - nie znają Cię
 - Twoja działalność ma złą lokalizację
 - inne powody (podaj jakie)

Uwaga! udzielając odpowiedzi, bądź uczciwy — jeśli oszukujesz, tylko jedna osoba będzie cierpieć z tego powodu — Ty sam.

Nazwij swoją działalność, określ jej wizerunek, logo i slogan

Każda firma ma jakiś wizerunek: Pepco (tani), Ferrari (luksusowy).

Ćwiczenie

W grupach czteroosobowych wymieńcie 4 słynne firmy, ich nazwy, logo, slogan, wizerunek i przyczyny sukcesu:

- Nazwa:
- Logo:
- Slogan:
- Wizerunek:
- Sukces:

Ćwiczenie:

Określ cechy charakteryzujące Twój pomysł — odróżniające go od inicjatyw istniejących na lokalnym rynku oraz zastanów się, co może się nie udać przy wprowadzaniu go w życie. Oprócz swojego punktu widzenia staraj się wziąć pod uwagę punkt widzenia swojego potencjalnego klienta. Postaraj się wykonać to ćwiczenie, tak abyś mógł wytłumaczyć swoją wizję pozostałym uczestnikom. Zwróć uwagę na wszystkie sugestie i ewentualne ataki, jakie będą wysuwane pod adresem twojego pomysłu. Pamiętaj, że konstruktywna krytyka może ci pomóc w budowie dobrego biznesplanu.

Ćwiczenie

Moja firma/moja działalność/moje gospodarstwo

Teraz, kiedy już znalazłeś wiele twórczych możliwości, powinieneś zidentyfikować jeden pomysł, który chciałbyś zbadać głębiej. Możesz później zmienić ten pomysł na inny, a nawet będziesz musiał to zrobić, jeśli po przeprowadzeniu badań rynkowych okaże się, że nie ma sposobu, aby jego realizacja zakończyła się sukcesem.

- Mój pomysł gospodarczy:

- Nazwa mojej firmy:

- Logo mojej firmy:

- Slogan mojej firmy:

- Wizerunek mojej firmy:

- Sukces mojej firmy będzie opierać się na:

Osobowość przedsiębiorcza

Dobrze jest czasami zastanowić się, co właściwie chcę osiągnąć w życiu. Może to być sława, majątek, udane życie rodzinne, bezpieczeństwo, niezależność, wolność, podróże, władza, szczęście, twórczość, itd. Jeśli wskazanie tego, co chciałbyś osiągnąć, okaże się trudne, spróbuj zastanowić się, jakim nie chciałbyś uczynić swojego życia. Jeśli Ty sam nie wiesz, czego chcesz, nie powinieneś się dziwić, że to inni podejmują decyzje za Ciebie. Istnieje wiele sposobów bycia. Na przykład Baron i Wagele wyróżniają 9 typów osobowości określanych jako:

- perfekcjonista
- pomocnik
- zdobywca
- romantyk
- obserwator
- wypytyjący
- poszukiwacz przygód
- dyktator
- rozjemca

Podobnie można by spróbować zrozumieć, czym wyróżnia się osobowość przedsiębiorcy poprzez określenie, kim jest przedsiębiorca:

Przedsiębiorca (rzeczownik): osoba podejmująca się przedsięwzięcia, ryzykując zysk lub stratę.

Nie rodzimy się z umiejętnością zarabiania pieniędzy, lecz możemy się tego nauczyć poprzez szkolenie, praktykę i popełnianie błędów. Osobowość przedsiębiorcy wyróżnia się pewnymi wyraźnymi cechami i kolejne zadanie pomoże nam je zidentyfikować.

Przedsiębiorcy mają zdolność do:

- zauważania lub tworzenia możliwości
- oceny, czy można zamienić je na zysk
- zakładania w tym miejscu biznesu, a następnie
- prowadzenia tego biznesu z sukcesem.

Ćwiczenie

Aby przekonać jak to działa, rozejrzyj się po sali (ściany, sufit, meble, itd.) i postaraj się znaleźć przynajmniej 10 możliwości dla produkcji i 10 możliwości dla usług. Na przykład: produkcja farb czy usługa mycia okien.

Produkcja	Usługi

Powyższe ćwiczenie to część pierwsza – zauważenie możliwości. Część druga to ich ocena. Wybierz jedną z możliwości i wypełnij poniższą listę najlepiej, jak potrafisz. Nie martw się, jeśli nie masz wszystkich potrzebnych informacji, ponieważ uzyskiwanie odpowiednich informacji gospodarczych jest umiejętnością, której musisz się nauczyć.

Krótką oceną możliwości gospodarczych:

- Możliwość
- Kto się tym obecnie zajmuje? (jeśli nikt – dlaczego?)
- Czy ludzie gotowi są za to zapłacić? Ile i dlaczego?
- Jaki jest popyt?
- Jakie będą koszty założenia biznesu?
- Czy po wstępnej ocenie możliwość wydaje się realna?

Jeśli odpowiedź na ostatnie pytanie brzmi „nie”, zostaw ten pomysł i zajmij się następnym. Wiedza na temat tego, które możliwości są nierealne, jest jedną z najważniejszych cech dobrego przedsiębiorcy - w złym pomysle pieniądze potrafi utopić każdy. Jeśli odpowiedź na ostatnie pytanie brzmi „tak”, możesz przejść do etapu trzeciego, jakim jest założenie biznesu. I tu zaczyna się ciężka praca, lecz na szczęście jest wiele możliwości uzyskania pomocy, która znacznie Ci to ułatwi. Jeśli odpowiedź na ostatnie pytanie brzmi „nie”, zostaw ten pomysł i zajmij się następnym. Wiedza na temat tego, które możliwości są nierealne, jest jedną z najważniejszych cech dobrego przedsiębiorcy - w złym pomysle pieniądze potrafi utopić każdy.

Jeśli odpowiedź na ostatnie pytanie brzmi „tak”, możesz przejść do etapu trzeciego, jakim jest założenie biznesu. I tu zaczyna się ciężka praca, lecz na szczęście jest wiele możliwości uzyskania pomocy, która znacznie Ci to ułatwi.

Ćwiczenie

Oprócz umiejętności postrzegania świata w szczególny sposób, dobry przedsiębiorca ma także inne cechy. Badał je pewien z niemieckich banków w ramach swojego programu dla rozpoczynających działalność gospodarczą. Cechy te wymieniamy poniżej. Spróbuj ocenić się według nich w skali od 1 do 10 i znajdź swoje słabości, nad którymi będziesz musiał popracować:

- Realistycznie postrzegam swoje możliwości.
- Jestem zdyscyplinowany i nie pozwalam, aby sprawy wymknęły się spod mojej kontroli.
- Moja rodzina w pełni popiera mój pomysł założenia własnej firmy.
- Mogę pracować długo, nawet 7 dni w tygodniu, jeśli trzeba.
- Dobrze dogaduję się z ludźmi.
- Łatwo podejmuję decyzję.
- Radzę sobie ze stresem.
- Nie poddaję się w trudnych sytuacjach.
- Uczę się na własnych błędach.
- Chętnie przyjmuję rady.
- Jestem cierpliwy i wiem, że droga do sukcesu nie jest krótka.
- Potrafię motywować innych.
- Mam dobre zdrowie.
- Mam entuzjazm do pracy we własnym biznesie.
- Potrafię ocenić ryzyko.
- Mam cele długoterminowe.

Wymień po trzy pozycje z najwyższą i najniższą liczbą punktów:

Najwyższa liczba punktów:

- 1.
- 2.
- 3.

Najniższa liczba punktów:

- 1.
- 2.
- 3.

Czy uważasz, że wynik ten odzwierciedla Twoje wady i zalety? Dlaczego?

Twój biznes plan

Należy pamiętać, iż rozpoczęcie działalności gospodarczej bez przygotowania biznes planu jest dobrym ani mądrym rozwiązaniem. Biznesplan jest bowiem podstawą racjonalnego powstania i działania firmy – jest tak ważny jak fundamenty dla budowanego domu. Bez przemyślenia i przełożenia na papier swojej wizji i bez stworzenia biznesplanu możemy mieć w przyszłości poważne problemy. Istnieje dużo większe prawdopodobieństwo, że nasz biznes nie będzie tak rentowny, jak sobie wyobrażaliśmy. W dalszej części niniejszej publikacji przedstawiono wzór biznesplanu wraz z informacją, co powinno znaleźć się w poszczególnych jego częściach. Zapoznaj się z nim dokładnie i przemyśl na jego podstawie swój przyszły biznes. Poniżej przedstawiono powody, dla których warto napisać biznesplan:

- Zbadanie, czy pomysł na biznes będzie dobrze przyjęty przez rynek
Napisanie biznesplanu jest najlepszym sposobem na sprawdzenie, czy pomysł na rozpoczęcie działalności gospodarczej jest realny, możliwy do zrealizowania i czy będzie rentowny. Należy rozumieć to jako pewnego rodzaju zabezpieczenie i pozwoli Ci rozeznąć się, czy zakładanie tej działalności ma sens i czy może lepszym rozwiązaniem będzie inny kierunek działania, a dzięki temu zaoszczędzisz dużo czasu i pieniędzy. Często zdarza się, że pomysł na rozpoczęcie działalności gospodarczej upada na etapie analizy konkurencji, analizy cen na rynku czy też popytu na usługi/towaru.
- Sprawdzenie, czy działalności największą szansę na sukces
Dzięki pisaniu biznesplanu zwrócisz uwagę zarówno na ogólne cele operacyjne i finansowe nowego biznesu, jak i na szczegóły, takie jak budżetowanie i planowanie marketingu. Poświęcenie czasu na pisanie biznesplanu pozwoli ci na płynne uruchamianie firmy i przewidzenie wielu problemów, które bez tego mogłyby ci umknąć.
- Dla zabezpieczenia finansowego, np. w postaci pożyczki bankowej
Najprawdopodobniej będziesz potrzebował kapitału, aby rozpocząć nowy biznes. Pamiętaj, że bez dobrego biznesplanu nie masz szans na pożyczkę z banku czy też dotację np. z lokalnych grup działania. Istniejąca firma czy gospodarstwo rolne też potrzebuje środków finansowych na rozwój, np. na zakup nowych maszyn, budowę magazynów, itd. I na tym etapie biznesplan daje o wiele większe szanse na otrzymanie dofinansowania potrzebnego do dalszego działania, czy też rozwoju.
- Aby planowanie biznesowe było wykonalne i efektywne
Biznesplan jest niezbędny, jeśli myślisz o rozpoczęciu nowego biznesu, ale również jest ważnym narzędziem dla firm już działających. Rentowne przedsięwzięcia są dynamiczne, zmieniają się i rosną. Musi to zostać uwzględnione w pierwotnym biznesplanie. Ponadto przeglądanie biznesplanu pomoże Ci zobaczyć, jakie cele zostały osiągnięte, jakie zmiany należy wprowadzić, jakie powinny być nowe kierunki rozwoju firmy.

Wzór biznes planu

.....

.....

.....

/dane banku/instytucji,
do której składany jest biznes plan/

.....

/data wpływu biznesplanu do banku/instytucji/

BIZNES PLAN

/wzór/

**(związany z planowaniem działalności
lub ubieganiem się o dofinansowanie/kredyt na jej podjęcie)**

OPIS PRZEDSIĘWZIĘCIA

SEKCJA A – INFORMACJE O WNIOSKODAWCY

A.1. Dane dotyczące wnioskodawcy		
1. Imię i nazwisko		
2. PESEL		
3. NIP (jeżeli został nadany)		
4. Adres zameldowania <i>(stałego lub tymczasowego)</i>		
5. Adres zamieszkania <i>(jeżeli jest inny niż zameldowania)</i>		
6. Telefon		
7. Adres do korespondencji		
8. Adres poczty elektronicznej		
9. Dane współmałżonka:	Imię i nazwisko	
	Wykonywany zawód	
	Miejsce pracy (pełna nazwa i adres)	
	W przypadku prowadzenia działalności gospodarczej – dokładna nazwa i profil firmy wraz z numerami PKD	
10. Sytuacja materialna i finansowa wnioskodawcy oraz jego/jej współmałżonka	Łączny dochód wszystkich członków gospodarstwa domowego (netto w zł)	
	Ilość osób pozostających we wspólnym gospodarstwie domowym	
	Posiadane środki finansowe, lokaty bankowe <i>(wymienić z podaniem kwoty w zł)</i>	
	<u>Posiadane nieruchomości</u> <i>(podać informację z zaznaczeniem ewentualnego obciążenia hipotecznego)</i>	
	<u>Stan zadłużenia wnioskodawcy oraz jego/jej współmałżonki(a)</u> <i>(podać czy istnieją)</i>	

	zadłużenia - z jakiego tytułu, gdzie, forma zabezpieczenia i warunki spłaty oraz wykaz udzielonych poręczeń)	
A.2. Kwota wnioskowanej dotacji		
I. Wnioskowana kwota (brutto):	 zł
		słownie:
	 zł

SEKCJA B - PRZYGOTOWANIE DO PROWADZENIA DZIAŁALNOŚCI GOSPODARCZEJ

B.1. Potencjał i wykształcenie uczestnika projektu	
1. Wykształcenie	<i>(tu należy przedstawić wszystkie ukończone szkoły podając profil/kierunek/ specjalność oraz lata nauki, pamiętaj, że każde wykształcenie może wnieść „coś dobrego” do Twojej przyszłej działalności)</i>
2. Inne kwalifikacje pomocne przy realizacji planowanego przedsięwzięcia	<i>(tutaj wypisz wszystkie kursy, szkolenia, posiadane dyplomy, wskaż również umiejętności i kwalifikacje poświadczone dyplomem, certyfikatem, zaświadczeniem, uprawnieniami, mające istotne znaczenie z punktu widzenia prowadzenia planowanej działalności)</i>

3. Doświadczenie zawodowe		
<i>(tutaj pochwal się swoim doświadczeniem zawodowym, opisz go na podstawie np.: umów o pracę, umów cywilno-prawnych, stażu, wolontariatu, itd.)</i>		
Okres zatrudnienia (od/do)	Miejsce Pracy/Nazwa pracodawcy	Stanowisko i zakres obowiązków
		<i>(tu dokładnie opisz swoje obowiązki na każdym ze stanowisk - pamiętaj, że każda czynność wykonywana w firmie jest istotna)</i>
Czy Wnioskodawca prowadził już działalność gospodarczą? <i>Jeśli TAK to jaką oraz w jakim okresie? Należy podać również datę i przyczyny zaprzestania jej prowadzenia. (do biznes planu zazwyczaj należy dołączyć dokument potwierdzający wykreślenie z ewidencji)</i>		
Czy Wnioskodawca posiada udziały w spółkach? Czy Wnioskodawca pełni funkcje w spółkach/fundacjach/ stowarzyszeniach? <i>(należy podać nazwę oraz nr NIP podmiotu)</i>		

SEKCJA C – DANE DOTYCZĄCE PLANOWANEJ DZIAŁALNOŚCI

C.1. Opis planowanego przedsięwzięcia	
1. Forma prawna:	
<i>(skonsultuj z doradcą biznesowym lub z zaufaną księgową, jaka forma działalności będzie dla Ciebie najkorzystniejsza)</i>	
2. Przewidywana nazwa działalności:	<i>(pamiętaj, że zgodnie z zasadą „nomen omen”, czyli</i>

	<i>„imię jest wróżbą” bardzo ważne jest, jak nazwiesz swoją firmę - nazwę dobrze przemyśl, a następnie przetestuj ją na grupie znajomych, rodziny, współpracowników, i dowiedz się, co o niej myślą)</i>
3. Rodzaj działalności (handel, produkcja, usługi)	
4. Symbol podklasy rodzaju działalności określony zgodnie z Polską Klasyfikacją Działalności (PKD) wraz z opisem	<i>(tutaj wymień wszystkie kody PKD, na podstawie których zamierzasz prowadzić planowaną działalność gospodarczą oraz wskazać kod PKD przeważającej działalności - uwaga: zazwyczaj zmiana zakresu prowadzonej działalności będzie wymagała uprzedniej zgody ze strony banku/instytucji, która przydzieli wsparcie finansowe)</i>
5. Przewidywany termin rozpoczęcia planowanej działalności gospodarczej od chwili uzyskania dotacji	
C.2. Siedziba działalności	
I. Adres głównego miejsca wykonywania działalności	
<i>(zazwyczaj do biznes planu należy dołączyć dokument potwierdzający formę użytkowania nieruchomości, mile widziane będą również zdjęcia/wizualizacja tego lokalu)</i>	
1. Województwo	
2. Powiat	
3. Gmina	
4. Miejscowość	
5. Kod pocztowy	
6. Ulica	
7. Numer domu	
8. Nr lokalu	
9. Forma własności lokalu	
10. Wysokość miesięcznej opłaty za najem	
11. Powierzchnia lokalu	
12. Jest to: mieszkanie/ dom/ lokal użytkowy/ mieszkanie w całości dostosowane i przekształcone na lokal usługowy/ garaż/ piwnica/ inne: (właściwe zaznaczyć)	

II. Adres dodatkowego miejsca wykonywania działalności	
<i>(zazwyczaj do biznes planu należy dołączyć dokument potwierdzający formę użytkowania nieruchomości, mile widziane będą również zdjęcia/wizualizacja tego lokalu)</i>	
1. Województwo	
2. Powiat	
3. Gmina	
4. Miejscowość	
5. Kod pocztowy	
6. Ulica	
7. Numer domu	
8. Nr lokalu	
9. Forma własności lokalu	
10. Wysokość miesięcznej opłaty za najem	
11. Powierzchnia lokalu	
12. Jest to: mieszkanie/ dom/ lokal użytkowy/ mieszkanie w całości dostosowane i przekształcone na lokal usługowy/ garaż/ piwnica/ inne: (właściwe zaznaczyć)	
13. Stan dostosowania pomieszczenia /pomieszczeń do planowanej działalności	<p><i>tutaj dokładnie opisz:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – <i>miejsce prowadzenia działalności,</i> – <i>w jaki sposób zostało ono już przystosowane, planowane zmiany,</i> – <i>czego w nim brakuje,</i> – <i>jakie posiada wyposażenie</i> – <i>gdzie będą znajdowały się urządzenia zakupione w ramach przyznanych środków</i> – <i>czy lokal spełnia standardy i wymogi prawne do prowadzenia działalności gospodarczej o wybranym profilu?</i> <p><u><i>UWAGA: Zmiana zakresu prowadzonej działalności będzie wymagała uprzedniej zgody ze strony banku/instytucji, która przydzieli wsparcie finansowe.</i></u></p>
14. Czy w miejscu wskazanym w punkcie I lub II jest już prowadzona lub planowana do prowadzenia działalność gospodarcza?	
Jeżeli TAK, należy wskazać jaka i podać kody PKD z opisem oraz opisać sposób współużytkowania/podziału lokalu	

C.3. Charakterystyka planowanej działalności gospodarczej

Pamiętaj, że ta sekcja jest WYJĄTKOWO WAŻNA. Dlatego też wyczerpująco opisz każdy z poniżej zalecanych elementów:

- motywy rozpoczęcia działalności,*
- przyczyny społeczne, zawodowe do otworzenia własnego przedsiębiorstwa w planowanym zakresie,*
- działalność główną i poboczne,*
- należy wskazać produkt lub usługę, która będzie wytwarzana/sprzedawana/oferowana,*
- w przypadku usług mobilnych należy opisać gdzie będą wykonywane usługi, a w przypadku gdy usługi te będą świadczone w siedzibach/lokalach innych firm dodatkowo wskazać zakres i zasady współpracy z tymi firmami,*
- należy wskazać ogólny zarys działalności, istotę planowanych zamierzeń,*
- czy planowana działalność będzie wymagać uprawnień zawodowych?*
- należy wskazać atuty przedsięwzięcia np.: doświadczenie w branży, kontakty handlowe, cechy charakteru, hobby, itp.*
- należy wskazać plusy i minusy miejsca prowadzenia działalności pod wskazanym powyżej adresem,*
- należy wymienić miejsca i źródła zaopatrzenia oraz czy zawarte zostały umowy wstępne, deklaracje współpracy z dostawcami (dokumenty te należy przedstawić w załączeniu do biznes planu),*
- należy opisać czy w przypadku wystąpienia trudności np. z zaopatrzeniem lub zbytem, planowana jest przez Wnioskodawcę zmiana profilu produkcji lub usług? Należy krótko opisać nowy profil,*
- pamiętaj, aby do biznes planu dołączyć przedwstępne umowy współpracy.*

C.4. Zaangażowane środki własne - jeśli dotyczy

Tutaj wskaż środki pieniężne, maszyny, urządzenia, materiały, surowce, środki transportu, lokale, itd., które posiadasz i zamierzasz wykorzystać w działalności gospodarczej.

Rodzaj posiadanego środka własnego:	Wartość w zł: (na podstawie własnych szacunków i obliczeń)
RAZEM:	

C.5. Informacje o planowanym zatrudnieniu - (jeśli dotyczy)

Tutaj opisz planowane zatrudnienie – opisz stanowiska i zakres czynności oraz planowany termin zatrudnienia.

<u>Stanowisko:</u>	<u>Zakres czynności i termin zatrudnienia:</u>

C.6. Dystrybucja i promocja produktu/usługi

Tutaj należy wyczerpująco opisać:

- w jaki sposób będzie prowadzona sprzedaż i promocja,
- podać metody dotarcia do klientów i scharakteryzować wybrane metody,
- wskazać sposób promowania prowadzonej działalności i jej produktów,
- w jaki sposób klienci będą informowani o produktach/usługach?
- w jaki sposób będzie zdobywany i utrzymywany rynek zbytu na produkt/usługę?

C.7. Charakterystyka rynku i konkurencji

Tutaj wyczerpująco opisz:

- czy występuje realne zapotrzebowanie na oferowany produkt/usługę i jakie są źródła tej informacji?
- jakie są oczekiwania i potrzeby klientów,
- w jakim stopniu Twoja oferta odpowiada na te oczekiwania,
- jakie są rozmiary rynku,
- podaj obszar, który będzie rynkiem zbytu produktów/usług
- opisz, czy Twoje produkty/usługi są przeznaczone na rynek lokalny, regionalny, krajowy czy eksport?
- opisz, czy zawarte zostały umowy wstępne, deklaracje współpracy (dokumenty te należy przedstawić w załączeniu do biznes planu),
- czy prowadzona jest podobna działalność gospodarcza w obrębie terenu działania zakładanej firmy?
- jacy są Twoi konkurenci? Na jakim rynku działają?
- czym różni się Twoja oferta od konkurencji?
- w jakim zakresie Twoja oferta jest lepsza, a w jakim gorsza?
- czy konkurenci są silniejsi, czy słabsi w danym segmencie, w którym działalność jest prowadzona?

Poniżej wskaż firmy stanowiące Twoją konkurencję – firmy oferujące podobny towar lub usługę. Dla każdej grupy usług lub towarów opisz ofertę konkurencji oraz swoją, np. w następujących obszarach: jakości, ceny, reklamy/promocji, grup klientów.

Firma konkurencyjna (nazwa i lokalizacja)	Porównanie oferty wnioskodawcy z ofertą konkurencji
Firma 1:	
Firma 2:	
Firma 3:	

Czy popyt na produkt/usługę będzie podlegał sezonowym zmianom?

Jeżeli TAK – jak będą minimalizowane skutki tej sezonowości?

Jeżeli NIE – należy wyczerpująco uzasadnić.

(uważaj: często „sezonowe” działalności są wykluczone z dotacji!)

SEKCJA D - OPŁACALNOŚĆ I EFEKTYWNOŚĆ PRZEDSIĘWZIĘCIA

D.1. Analiza finansowa planowanej działalności			
a) Kalkulacja kosztów związanych z podjęciem działalności gospodarczej oraz źródła ich finansowania			
Wyszczególnienie	Kwota wydatków ogółem	w tym:	
		w ramach wnioskowanej kwoty	w ramach środków własnych
<p>1. Koszty pomocy prawnej, konsultacji i doradztwa</p> <p><i>(tutaj możesz ująć np. koszty doradztwa gospodarczego, doradztwa podatkowego, księgowego, marketingowego, itd.)</i></p>			
<p>2. Maszyny i urządzenia, oprogramowanie</p> <p><i>(tutaj uwzględnij planowane zakupy w postaci wyposażenia Twojej firmy, pamiętaj, aby do wartości sprzętu dodać niezbędne oprogramowanie, dokładnie przemyśl, co będzie niezbędne w Twojej firmie)</i></p>			
<p>3. Towar, materiały i surowce</p> <p><i>(tutaj uwzględnij towar, materiały i surowce, które będą niezbędne w Twojej firmie, pamiętaj o surowcach do drukarek, do biura, opakowaniach, itd.)</i></p>			
<p>4. Reklama</p> <p><i>(dokładnie przemyśl, w jaki sposób będziesz reklamował swoją firmę, sprawdź ile to będzie kosztowało, a następnie wskaż tu, ile przeznaczysz na promocję w danym okresie)</i></p>			
RAZEM:			

D.2. Analiza finansowa planowanej działalności

Przewidywane efekty ekonomiczne prowadzenia działalności gospodarczej

A. PRZYCHODY <i>(krótka kalkulacja w oparciu o zaplanowaną politykę cenową)</i>	średnio w miesiącu	w 201.... r. (w roku założenia działalności)	w 201....r. (w roku kolejnym)
<u>Przykład kalkulacji:</u> <i>Nazwa produktu/usługi – wartość w zł (ilość x cena)</i> 1. 2. 3. 4. 5. 6. 7. 8.			
RAZEM PRZYCHODY:			
B. KOSZTY			
– koszty zakupu towaru (surowców, materiałów)			
– wynagrodzenia pracowników			
– narzuty na wynagrodzenia			
– czynsz dzierżawy			
– amortyzacja			
– koszty transportu (np. koszt benzyny)			
– koszty opakowań			
– media: energia elektryczna, woda, ogrzewanie, itd.			
– zużycie materiałów i przedmiotów nietrwałych			
– usługi obce/inne koszty (np. usługi księgowe, marketingowe, podwykonawcy, itd.)			
– podatek lokalny			
– telekomunikacja (w tym internet)			

– ubezpieczenie (np. OC, NNW, AC)			
– składka ZUS lub KRUS			
– inne (jakie?)			
RAZEM KOSZTY:			
ZYSK BRUTTO (A-B):			

Założenia, na podstawie których powstał plan sprzedaży oraz wyjaśnienia do analizy:

(tutaj dokładnie opisz, na jakiej podstawie przyjąłeś przewidywane przychody w firmie oraz na jakiej podstawie skalkulowałeś koszty prowadzenia działalności, pamiętaj również o opisaniu, jak będziesz rozwijał firmę, i jak z roku na rok zmieniać się będą jej przychody oraz koszty)

SEKCJA E - SZCZEGÓŁOWA SPECYFIKACJA ZAKUPÓW W RAMACH WNIOSKOWANEJ KWOTY DOTACJI SPORZĄDZONA W OPARCIU O OFERTY HANDLOWE

Uwaga ważne:

- W poniższej tabeli należy wymienić jedynie te zakupy, które mają zostać sfinansowane w ramach dotacji.
- Zakupy umieszczone w specyfikacji powinny być opisane w sposób jasny i zrozumiały – z określeniem rodzaju i przeznaczenia sprzętu.
- W Umowie o dofinansowanie zazwyczaj zostaną umieszczone wyłącznie zakupy, które znajdują się w poniższej tabeli i tylko one będą podlegały rozliczeniu.
- W załączeniu do biznes planu należy przedstawić oferty firm na wszystkie planowane w ramach dofinansowania zakupy (oferty na zakup mebli powinny zawierać zdjęcia lub wizualizację tych mebli).

NALEŻY ZSUMOWAĆ WARTOŚCI W RAMACH POSZCZEGÓLNYCH KATEGORII ZAKUPU, A NA KONIEC ZSUMOWAĆ WSZYSTKIE ZAKUPY W RAMACH WNIOSKOWANEJ KWOTY.

<u>KATEGORIA ZAKUPU</u>	<u>LP.</u>	<u>RODZAJ ZAKUPU</u>	<u>UZASADNIENIE ZAKUPU</u> (pod kątem planowanej działalności)		<u>KWOTA JEDNOSTKOWA BRUTTO</u> (w ZŁ)	<u>LICZBA SZTUK</u>	<u>KWOTA OGÓŁEM BRUTTO</u> (w zł) (5x6)
1	2	3	4		5	6	7
Maszyny, urządzenia, wyposażenie, oprogramowanie <i>(zazwyczaj to od 50% do 100% wnioskowanej kwoty)</i>	1.		zakup nowy/używany*	Uzasadnienie zakupu:			
	2.		zakup nowy/używany*	Uzasadnienie zakupu:			
	3.		zakup nowy/używany*	Uzasadnienie zakupu:			
	4.		zakup nowy/używany*	Uzasadnienie zakupu:			
	5.		zakup nowy/używany*	Uzasadnienie zakupu:			
	6.		zakup nowy/używany*	Uzasadnienie zakupu:			

	7.		zakup nowy/używany*	Uzasadnienie zakupu:			
	8.		zakup nowy/używany*	Uzasadnienie zakupu:			
	9.		zakup nowy/używany*	Uzasadnienie zakupu:			
	10.		zakup nowy/używany*	Uzasadnienie zakupu:			
	11.		zakup nowy/używany*	Uzasadnienie zakupu:			
<u>Razem Maszyny, urządzenia, wyposażenie, oprogramowanie:</u>							
Materiały i surowce, towar <i>(zazwyczaj to max. 30% wnioskowej kwoty)</i>	12.						
	13.						
	14.						
<u>Razem Materiały i surowce, towar:</u>							
Reklama <i>(zazwyczaj to max. 20% wnioskowej kwoty)</i>	15.						
	16.						
	17.						
<u>Razem Reklama:</u>							
Koszty pomocy prawnej, konsultacji i doradztwa <i>(zazwyczaj to 3-5% wnioskowej kwoty)</i>	18.						
<u>Razem Koszty pomocy prawnej, konsultacji i doradztwa:</u>							

SUMA WSZYSTKICH ZAKUPÓW BRUTTO (w zł):	
---	--

* „zakup używany” zgodnie z ogólnie przyjętą definicją oznacza zakup przedmiotu, który nie jest fabrycznie nowy, był przed zakupem użytkowany przez kogokolwiek lub nosi ślady użytkowania, w tym w szczególności: przedmiot powystawowy, poleasingowy, recertyfikowany, zakup dokonany na podstawie faktury VAT marża, zakup dokonany od firmy, która odsprzedaje sprzęt zakupiony z zamiarem użytkowania dla własnych celów, zakup dokonany od firmy, która zgodnie z klasyfikacją PKD nie zajmuje się sprzedażą tego typu urządzeń, oprogramowanie, które przed zakupem było użytkowane, itp.

Oświadczam, że wszelkie informacje przedstawione w niniejszym dokumencie są prawdziwe, przedstawione w sposób rzetelny oraz przygotowane w oparciu o najpełniejszą wiedzę dotyczącą planowanej działalności oraz perspektyw i możliwości jej rozwoju.

Imię i nazwisko Wnioskodawcy

Czytelny podpis Wnioskodawcy

Miejscowość, data

Forma zabezpieczenia umowy pożyczki/kredytu/dotacji

Wybieram następującą formę zabezpieczenia umowy:

1. *weksel z poręczeniem wekslowym (aval)*
2. *gwarancję bankową.*

Dodatkowe ważne informacje dotyczące biznes planu

Oto spora dawka dodatkowych ważnych informacji do osób, które chcą ubiegać się o kredyt w banku, pożyczkę, czy też dotację z innej instytucji udzielającej wsparcia dla nowo powstających działalności gospodarczych:

1. Do zawarcia umowy o dofinansowanie zazwyczaj konieczna jest zgoda współmałżonka wnioskodawcy pozostającego z nim we wspólnocie majątkowej, wyrażona podpisem złożonym w obecności upoważnionego pracownika banku/instytucji, która przydzieli wsparcie

finansowe.

Ad 1. W przypadku wyboru jako formy zabezpieczenia weksla z poręczeniem wekslowym (aval) poręczenie powinno być dokonane w siedzibie banku/instytucji, która przydzieli wsparcie finansowe, przez co najmniej 2 osoby.

Poręczycielem zazwyczaj może być osoba, która:

- 1) jest pełnoletnia i nie ukończyła 70 roku życia,
- 2) posiada stałe zameldowanie,
- 3) nie jest współmałżonkiem wnioskodawcy (warunku nie stosuje się w przypadku rozdzielności majątkowej współmałżonków),
- 4) nie jest współmałżonkiem poręczyciela przy tej samej umowie (warunku nie stosuje się w przypadku rozdzielności majątkowej współmałżonków),
- 5) nie jest zobowiązana z tytułu prawomocnego wyroku sądowego,
- 6) osiągająca dochody wyłącznie z tytułu:
 - zawartej umowy o pracę,
 - prowadzonej działalności gospodarczej opodatkowanej na zasadach ogólnych,
 - emerytury lub renty, z wyłączeniem renty rodzinnej i świadczenia przyznanego za granicą.

Dodatkowo:

- W przypadku poręczyciela pozostającego w związku małżeńskim oraz nieposiadającego rozdzielności majątkowej, do udzielonego poręczenia konieczna jest zgoda jego współmałżonka, wyrażona podpisem złożonym w obecności upoważnionego pracownika banku/instytucji, która przydzieli wsparcie finansowe.
- Poręczyciel zatrudniony na umowę o pracę:
 - dostarcza oryginał zaświadczenia z zakładu pracy o wysokości średniego wynagrodzenia brutto i netto z ostatnich trzech miesięcy i rodzaju zawartej umowy o pracę. Wysokość minimalnego wynagrodzenia (po zmniejszeniu o zobowiązania finansowe) określa bank/instytucja, która przydzieli wsparcie finansowe,
 - jest zatrudniona u pracodawcy posiadającego siedzibę na terenie Rzeczypospolitej Polskiej, na czas niekreślony lub na okres co najmniej 1,5-krotności okresu obowiązywania umowy o dotację/kredyt od dnia udzielenia poręczenia,
 - nie znajduje się w okresie wypowiedzenia umowy o pracę.
- Poręczyciel będący na emeryturze lub rencie:
 - przedkłada ostatnią decyzję organu wypłacającego pobierane świadczenie. Wysokość minimalnej wysokości renty/emerytury (po zmniejszeniu o zobowiązania finansowe) określa bank/instytucja, która przydzieli wsparcie finansowe.
- Poręczyciel prowadzący własną działalność gospodarczą:

- prowadzi działalność gospodarczą zarejestrowaną na terenie RP, opodatkowaną w innej formie niż karta podatkowa lub ryczałt od przychodów ewidencjonowanych,
- dostarcza oryginał zaświadczenia z Urzędu Skarbowego o wysokości osiągniętego dochodu z tytułu prowadzonej działalności gospodarczej za rok ubiegły (w przypadku uzyskiwania dochodu z różnych źródeł, dodatkowo kserokopie PIT-ów za rok ubiegły) oraz wydruk z ostatnich 7 dni z Centralnej Ewidencji i Informacji o Działalności Gospodarczej Rzeczypospolitej Polskiej (www.firma.gov.pl) lub z właściwego rejestru sądowego (<https://ems.ms.gov.pl>),
- osiągnął dochód z tytułu prowadzonej działalności gospodarczej za rok ubiegły, w przeliczeniu na jeden miesiąc w wysokości określonej przez bank/instytucję (po zmniejszeniu o zobowiązania finansowe), która przydzieli wsparcie finansowe,
- nie planuje zamknięcia / zawieszenia prowadzonej działalności w okresie udzielenia poręczenia.

Ad 2. W przypadku wyboru jako formy zabezpieczenia gwarancji bankowej (po podpisaniu umowy o dofinansowanie) należy przedstawić dokument z banku potwierdzający gwarancję zapłaty kwoty odpowiadającej wysokości przyznanej kwoty dotacji na okres co najmniej 2-krotności okresu obowiązywania umowy o dotację/kredyt, powiększonej o odsetki ustawowe naliczone za okres obowiązywania gwarancji bankowej. Kwota odsetek wyliczana jest na dzień zawarcia umowy. Po dokonaniu rozliczenia zawartej umowy gwarancja jest zwracana do banku.

Przykłady oświadczeń osoby ubiegającej się o wsparcie finansowe:

1. Nie otrzymałem(am) dotychczas bezzwrotnych środków lub innych środków publicznych na podjęcie działalności gospodarczej lub rolniczej, założenie lub przystąpienie do spółdzielni socjalnej.
2. Nie prowadziłem(am) działalności gospodarczej w okresie 12 miesięcy przed dniem złożenia wniosku.
3. Nie posiadam i nie posiadałem(am) wpisu do ewidencji działalności gospodarczej (w tym CEIDG) w okresie 12 miesięcy bezpośrednio poprzedzających dzień złożenia wniosku.
4. Wykorzystam środki zgodnie z przeznaczeniem.
5. Nie byłem(am) karany(a) w okresie 2 lat przed dniem złożenia wniosku za przestępstwa przeciwko obrotowi gospodarczemu, w rozumieniu ustawy z dnia 6 czerwca 1997 r. – Kodeks karny lub ustawy z dnia 28 października 2002 r. o odpowiedzialności podmiotów zbiorowych za czyny zabronione pod groźbą kary.
6. Zobowiązuję się do prowadzenia działalności gospodarczej w okresie XX miesięcy od dnia rozpoczęcia prowadzenia działalności gospodarczej bez jej zawieszenia.
7. Nie złożyłem(am) wniosku do innego banku/instytucji o przyznanie dofinansowania.
8. Nie otrzymałem(am)/otrzymałem(am) w ciągu ostatnich trzech lat budżetowych pomocy/pomoc

w ramach zasady de minimis w wysokościeuro (Rozporządzenie Komisji (UE) Nr 1407/2014 z dnia 18 grudnia 2013 r. w sprawie stosowania art. 107 i 108 Traktatu o funkcjonowaniu Unii Europejskiej do pomocy de minimis (Dz. Urz. UE L 352 z 24.12.2013 r.).

11. Posiadam umiejętności i kwalifikacje niezbędne do obsługi wnioskowanych urządzeń, sprzętów, programów.
12. Nie posiadam nieuregulowanych w terminie zobowiązań cywilnoprawnych.
13. Świadomy(a) odpowiedzialności karnej za składanie nieprawdziwych danych oświadczam, że dane zawarte w niniejszym wniosku, załącznikach do wniosku oraz oświadczeniach są zgodne z prawdą.

Do biznes planu warto dołączyć:

1. Oferty handlowe na zakupy wymienione w sekcji E biznes planu. (tj. dokumenty sporządzone przez podmiot gospodarczy (sprzedawcę) zawierające min. informacje dotyczące: nazwy, adresu i danych kontaktowych firmy, szczegółowej nazwy oferowanego zakupu wraz modelem i marką, ceny brutto, daty wystawienia i podpisu osoby wystawiającej ofertę, oraz w szczególnych przypadkach sposobu finansowania i transportu. Oferty dotyczące zestawów powinny zawierać również szczegółowe informacje dotyczące elementów składowych. W przypadku zakupu sprzętu używanego lub na zasadach leasingu, dodatkowo taka informacja musi być zawarta w ofercie. Oferta handlowa dotycząca zakupu sprzętu używanego powinna zawierać jego zdjęcie. Możliwe jest dołączenie ofert handlowych pochodzących ze sklepów internetowych).
2. Dokument potwierdzający formę użytkowania nieruchomości lub lokalu (mile widziane będą zdjęcia miejsca prowadzenia/wykonywania działalności), a w przypadku działalności mobilnych przedwstępne umowy współpracy z podmiotami gospodarczymi, u których będą wykonywane usługi.
3. Dokumenty potwierdzające przygotowanie do prowadzenia działalności (np.: świadectwa pracy, umowy dzieła, umowy zlecenia, referencje, dyplomy, certyfikaty, zaświadczenia o uzyskanym wykształceniu, kwalifikacjach i kompetencjach)
4. W przypadku wnioskowania o zakup środka transportu – dokument potwierdzający posiadane uprawnienia do kierowania tym środkiem transportu.
5. Dodatkowo warto dołączyć inne dokumenty uwiarygadniające biznes plan i potwierdzające zawarte w nim informacje. Dołączane dokumenty powinny być w formie kserokopii potwierdzonych przez Wnioskodawcę za zgodność z oryginałem.
6. Uzupełniony Formularz informacji przedstawianych przy ubieganiu się o pomoc de minimis (jeśli jest wymagany).