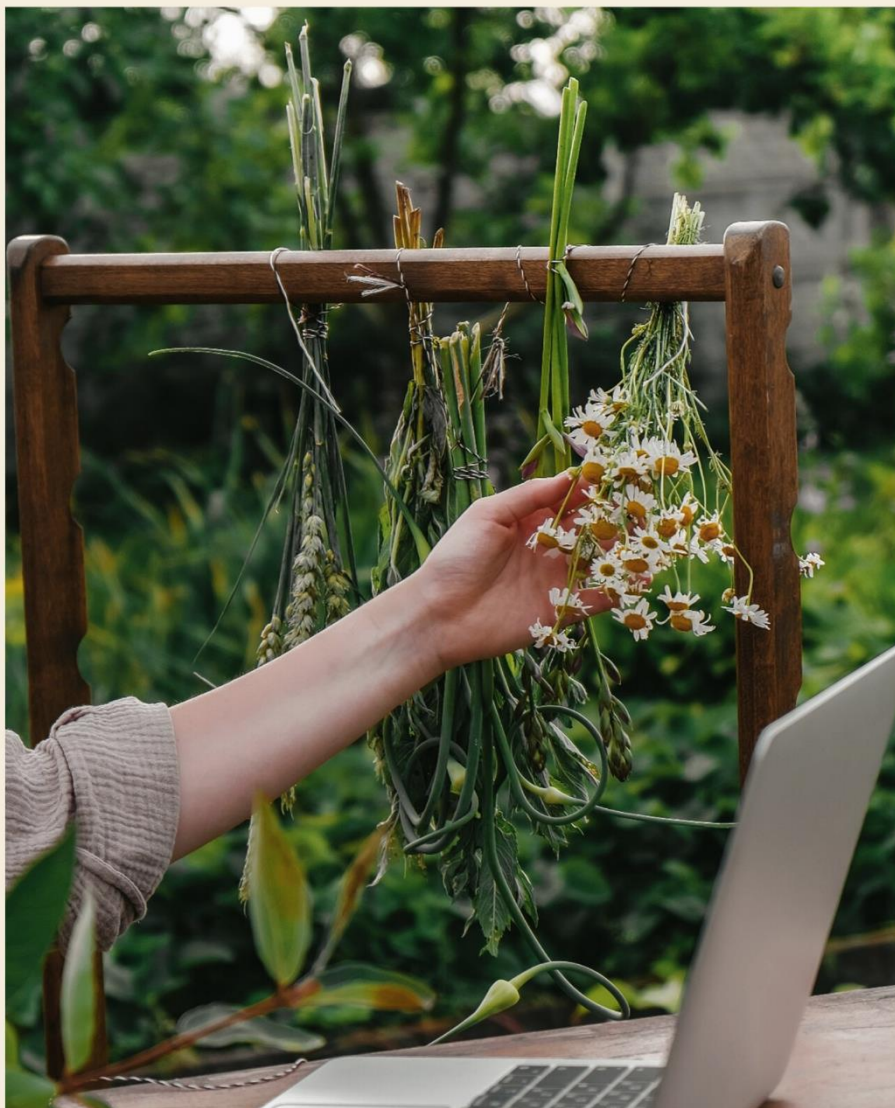


KOBIECĄ DŁONIA

Dobre przykłady świetnie prosperujących
firm na obszarach wiejskich



*Bo liderką nie zostaje się wtedy, gdy osiąga się cel.
Liderką zostaje się wtedy, gdy swoim przykładem zachęca się
innych, żeby też spróbowali...*



Dofinansowane przez
Unię Europejską



Operacja dofinansowana ze środków Unii Europejskiej w ramach Planu Strategicznego dla Wspólnej Polityki Rolnej na lata 2023-2027.
Operacja opracowana przez Centrum Doradztwa Rolniczego w Brwinowie Oddział w Krakowie. Instytucja Zarządzająca
Planem Strategicznym dla Wspólnej Polityki Rolnej na lata 2023-2027 – Minister Rolnictwa i Rozwoju Wsi.



Publikacja bezpłatna przygotowana w ramach operacji pn. **„Kobieca dłoń –
dobre przykłady świetnie prosperujących firm na obszarach wiejskich
w Polsce”** w ramach Planu Strategicznego dla Wspólnej Polityki Rolnej
na lata 2023-2027.

Autor/redakcja:

Karolina Suska
Prof. dr hab. Krystyna Krzyżanowska
Dr inż. Anna J. Parzonko
Dr inż. Anna Sieczko
Dr Jan Zawadka
Anna Styszko
Karolina Boryczko
Dominika Miedzińska-Golczyk

Opracowanie graficzne:

Magdalena Kos

Wydawca:



ul. Meiselsa 1, 31-063 Kraków
tel.: +48 12 424-05-00
fax.: +48 12 424-05-05
e-mail: krakow@cdr.gov.pl

© Centrum Doradztwa Rolniczego w Brwinowie Oddział w Krakowie

Kraków 2025



„Kobiecą dłonią”

Dominika Miedzińska-Golczyk

*Kobiecą dłonią
moja babka odgarniała mąkę ze stołu,
wyrabiała chleb przed świtem*

*przepisu „na oko” dziś już nie pamiętamy,
ale jej palce pamiętały ciężar ciasta
i karmienia rodziny*

*Kobiecą dłonią
matka plewiła rzędkie ziemniaków,
podwijiała rękawy do prania w zimnej
wodzie,
łatała spodnie, domowy budżet i złamane
serca*

*Kobiecą dłonią
kołysała nas do snu,
czasem zmęczona tak, że zapominała
o sobie -
jakby mogła poczekać
na lepsze czasy*

A przecież nie mogła.

*A teraz ja,
Kobiecą dłonią
podpisuję umowy, prowadzę samochód
zamykam drzwi, za którymi nie ma dla mnie
miejsca
i otwieram te, które prowadzą do mnie*

*Tą samą dłonią,
którą czasem przykładam do czoła dziecka
sprawdzam, czy to, co robię,
jest dobre dla mnie
i dla moich dzieci*

*I myślę, że wszystko to,
co przetrwało — i co dopiero rośnie —
pielegnowane jest
kobiecą dłonią.*



Wprowadzenie

Kobiety żyją dziś w czasach, które dają im wyjątkowe możliwości. Jeszcze kilkadziesiąt lat temu nasze babki i prababki mogły jedynie marzyć o powszechnym dostępie do edukacji, o własnym biznesie, o wsparciu społecznym, instytucjonalnym czy o technologiach, które znacząco ułatwiają nam życie. Wcześniejsze pokolenia żyły w rzeczywistości, w której trudne warunki, ograniczone prawa i tradycyjne role społeczne często stanowiły barierę nie do pokonania. A jednak pomimo tego wszystkiego to właśnie ich upór, wytrwałość, codzienna ciężka praca i gotowość do podejmowania wyzwań sprawiły, że kolejne pokolenia kobiet mogą żyć dziś dłużej, zdrowiej i pełniej.

Według danych statystycznych, **kobiety w Polsce żyją dziś średnio o 20 lat dłużej niż w połowie XX. wieku.** Ta zmiana nie wydarzyła się sama z siebie. To rezultat długofalowego rozwoju zarówno medycyny, infrastruktury, jak i społecznej świadomości w bardzo wielu kontekstach naszej codzienności. To efekt pojawienia się innowacji, nowych technologii, dostępności do wiedzy i edukacji, które stopniowo zmieniały mentalność całych społeczności. Współczesne kobiety, w tym kobiety mieszkające na obszarach wiejskich, coraz bardziej świadomie dostrzegają swoją sprawczość, kompetencje, doświadczenie oraz realny wpływ, jaki mogą wywierać na otoczenie. Coraz głośniej i pewniej mówią *Chcieć to móc!*, a ich działania udowadniają, że te słowa nie są jedynie sloganem, a realną zmianą.

Kiedy zaczyna się historia przedsiębiorczych kobiet na wsi? Gdybym miała wskazać moment symboliczny, natychmiast sięgnęłabym do literatury. Do Hanki z „Chłopów” Władysława Reymonta. Jednej z najbardziej wyrazistych kobiecych bohaterek polskiej prozy. Hanka była symbolem siły, zaradności i zdolności do przejęcia odpowiedzialności w najtrudniejszych sytuacjach. Gdy mężczyźni we wsi zostali aresztowani, to ona organizowała pracę, podejmowała decyzje i zabezpieczała byt rodziny. Jej historia, choć osadzona w realiach końca XIX wieku pokazuje cechy, które także dziś wyróżniają kobiety wiejskie – determinację, odwagę, pracowitość, gospodarność, umiejętność łączenia wielu ról i gotowość do wprowadzania zmian.

Właśnie dlatego, patrząc na współczesną wieś, możemy z dumą powiedzieć, że takich kobiet jak Hanka jest dziś więcej niż kiedykolwiek wcześniej. Dzisiejsze kobiety wiejskie są wykształcone, świadome, kompetentne i niezwykle odważne w podejmowaniu decyzji. Według raportu „Kobiety w rolnictwie 2025”¹, opracowanego przez Fundację Agro Woman i Instytut Rozwoju Wsi i Rolnictwa PAN, kobiety stanowią 30% wszystkich pracujących w rolnictwie. Co więcej, ponad 70% z nich współdecyduje o inwestycjach w gospodarstwach, a co piąta kobieta podejmuje decyzje całkowicie samodzielnie. Do

¹ <https://agrowoman.pl/raport-z-badania-kobiety-w-rolnictwie-2025/>



tę należy dodać dynamiczny rozwój przedsiębiorczości kobiet wiejskich. Coraz więcej z nich zakłada własne firmy, zajmuje się przetwórstwem, tworzy produkty regionalne i rzemieślnicze, wprowadza innowacyjne rozwiązania technologiczne, prowadzi gospodarstwa tematyczne i agroturystyczne. Te kobiety nie tylko wpisują się w lokalny krajobraz biznesowy, ale one go współtworzą i zmieniają. Są liderkami, twórczyniami, przedsiębiorczyniami, wizjonerkami lokalnych zmian. Są kobietami, którym naprawdę zależy, które pracują z pasją i które udowadniają, że wieś może być idealnym miejscem do życia, twórczym, nowoczesnym i pełnym zawodowych szans.

Dziś, jak nigdy dotąd, **potrzebujemy historii takich kobiet**. Potrzebujemy opowieści o odwadze i pomysłowości, ale także o wyzwaniach, trudnościach, o oporze otoczenia, o ciężkiej codziennej pracy i pokonywaniu barier. Bo to właśnie takie historie dodają siły, motywują do działania i pokazują, że każdy sukces, także biznesowy zaczyna się od marzenia i pierwszego, często niewielkiego kroku.

Niniejsza publikacja powstała z myślą zarówno o kobietach, które mieszkają i pracują na obszarach wiejskich, jak i o tych, które dopiero planują zmianę i własne działania. Zachęcam do jej lektury kobiety, które już prowadzą swoje gospodarstwa, firmy, przetwórnictwo lub warsztaty, ale również te, które dopiero szukają kierunku dla siebie. Wierzę, że trafi też ona do tych młodych dziewczyn, które stoją u progu życiowych wyborów i które chcą widzieć wieś jako miejsce swojej przyszłości. Mam również nadzieję, że sięgną po nią mężczyźni, partnerzy, mężowie, ojcowie, czy też synowie, którzy mogą realnie wspierać kobiety w ich rozwoju i w codziennej przedsiębiorczości.

Ta publikacja pokazuje sylwetki odważnych i sprawczych kobiet, które w swoim codziennym działaniu udowadniają, że na wsi można tworzyć nowoczesne przedsiębiorstwa, budować marki, realizować pasje i wpływać na rozwój lokalnej społeczności. Oczywiście wymaga to odwagi, wiedzy, pomysłu i otwartości na zmiany, ale przede wszystkim chęci do działania. Bo każda z nas, każda mieszkanka wsi, może mieć wpływ. Każda może zmienić swoją miejscowość, stworzyć coś własnego, zbudować dobrobyt swojej rodziny, a przy tym inspirować innych. W praktyce okazuje się, że kobiety wiejskie mają wszystkie potrzebne kompetencje, czasem tylko brakuje im odwagi do wykonania pierwszego kroku, albo wiary w to, że naprawdę mogą działać na wielu obszarach.

Dlatego niech przedstawione tu historie kobiet będą nie tylko ciekawą lekturą, lecz przede wszystkim inspiracją. Niech staną się dowodem na siłę, która drzemie w kobietach i zaproszeniem do tego, by uwierzyć w siebie. Przyszłość polskiej wsi w ogromnej mierze zależy właśnie od kobiet, tych kreatywnych, mądrych, otwartych i gotowych, by wziąć sprawy w swoje ręce i zacząć działać. Najlepiej już od teraz, już od dziś.

Karolina Suska



Karolina Suska

Socjolożka, edukatorka, tutorka oraz trenerka WENDO. Ukończyła Uniwersytet Jagielloński, Szkołę Liderów PAFW, Akademię Liderów Kultury i Szkołę Trenerów. Obecnie pełni funkcję Członkini Rady Kobiet przy Ministerstwie Rolnictwa. Jest Ambasadorką EPALE Polska i programu „Zakorzenione”. Aktywnie działa na rzecz kół gospodyń wiejskich i kobiet na wsi. Jej zaangażowanie zawodowe obejmuje również mentoring w programie „DK+” i tutoring w programach rozwojowych skierowanych do mieszkanki wsi.

Przez 10 lat kierowała instytucją kultury, co pozwoliło jej na zgromadzenie szerokich doświadczeń w obszarze zarządzania, animacji i rozwoju społeczności lokalnych. Posiada wiedzę służącą realizacji działań aktywizujących społeczność skupione wokół domów i centrów kultury oraz prowadzenie warsztatów wspierających lokalną współpracę. Bardzo mocno wierzy w moc edukacji. W pracy lubi łamać konwenanse w działaniach kulturalnych i społecznych oraz stawia na wdrażanie odważnych zmian. Doświadczenie i kompetencje wykorzystuje do realizacji licznych projektów społeczno - kulturalnych. Była trenerką

m.in. w projektach „Zaproś nas do siebie!”, „Konwersja cyfrowa domów kultury”, „B.L.I.S.K.O”, „Sieć Liderów Wiejskich”, „Kluby Kobiet Aktywnych”, „Aktywne i Spełnione”. W działaniach skupia się na odkrywaniu potencjału ludzi i ich organizacji, wzmacnianiu oraz inspirowaniu do zmieniania lokalnego świata. W wolnym czasie lubi czytać reportaże i spędzać czas w podróży.



Spis treści

1. Wstęp: Kobiety, które zmieniają polską wieś

Krótką charakterystyka roli kobiet w rozwoju obszarów wiejskich, przedsiębiorczości i innowacjach. Wprowadzenie do idei publikacji oraz kontekstu programów unijnych wspierających rozwój wsi.

Rozdział wprowadzający, opisujący kontekst społeczny i gospodarczy roli kobiet na obszarach wiejskich. Pokazuje rosnące znaczenie przedsiębiorczyń działających w sektorze upraw roślin i przetwórstwa. Zawiera odniesienie do celów unijnych (Europejski Zielony Ład, WPR 2023–2027) i krajowych programów wspierających aktywność zawodową kobiet. Wprowadza czytelniczkę w ideę publikacji jako przewodnika po inspiracjach, możliwościach i praktykach, które można wdrożyć we własnym gospodarstwie.

2. Obszary wiejskie dziś – wyzwania, szanse i zmiany

Przegląd aktualnej sytuacji ekonomicznej i społecznej wsi, rosnącej roli przetwórstwa, produktów lokalnych oraz trendów prozdrowotnych. Pokazanie, gdzie znajdują się możliwości rozwoju dla kobiet.

Przegląd aktualnych zjawisk: lokalność i krótkie łańcuchy dostaw, moda na produkty prozdrowotne, rozwój przetwórstwa, znaczenie ekologii, digitalizacji i sprzedaży internetowej. Rozdział pokazuje, że kobiety coraz częściej stają się liderkami zmian – tworzą nowe modele biznesowe, wprowadzają innowacje i nadają kierunek rozwojowi gospodarstw rodzinnych.

3. Dobre praktyki – inspirujące historie kobiet z całej Polski

Zbiór reportażowych przykładów przedsiębiorczyń prowadzących działalność opartą na uprawie roślin. Każdy przykład obejmuje opis gospodarstwa, procesów, przemiany „przed i po”, wywiad, komentarz klienta oraz kluczowe przesłanie: *„Ty też dasz radę”*.

Rozdział składający się z pełnych reportaży, zrealizowanych w różnych regionach Polski. Każda dobra praktyka to historia przedstawiona w formie storytellingu: od pierwszej iskry, poprzez kryzysy i rozwój, aż po efekty i inspiracje. Każdy przykład zawiera opis gospodarstwa, wywiad z właścicielką, zdjęcia plenerowe i z procesu produkcji, komentarze klientów oraz obowiązkowe pokazanie przemiany „przed i po”.



4. Zmiana „przed i po” – co naprawdę daje wdrożenie dobrych praktyk?

Podsumowanie wspólnych elementów transformacji zaobserwowanych u bohaterek. Jak wyglądały ich firmy na starcie, jakie trudności napotkały i jakie efekty przyniosły wprowadzone rozwiązania.

Analiza wspólnych elementów sukcesu: mądre zarządzanie uprawami, inwestycje w sprzęt, zdobywanie kompetencji, współpraca z innymi gospodarstwami, odwaga w promowaniu własnej marki. Rozdział zawiera zestawienie najczęściej pojawiających się praktyk oraz tych, które okazały się przełomowe. Wskazuje też, jakie błędy pojawiały się najczęściej – i czego uczą historie bohaterek.

5. Kącik porad: Jak prowadzić własną działalność przetwórczą?

Praktyczne wskazówki dotyczące planowania, organizacji pracy, rozwoju firmy, budowy oferty produktowej oraz zarządzania czasem i zasobami. Praktyczny poradnik dla osób rozpoczynających działalność opartą na uprawie roślin i przetwórstwie. Zawiera instrukcje dotyczące organizacji pracy, wymagań prawnych, higieny produkcji, projektowania oferty produktowej, kalkulacji kosztów oraz dbania o jakość.

W formie krótkich checklist i ramek z ekspertami.

6. Kącik porad: Promocja, sprzedaż i budowanie marki, wykorzystanie AI

Jak promować produkty z własnego gospodarstwa, jak wykorzystać media społecznościowe, jak tworzyć markę autentyczną, opartą na lokalności i jakości.

Jak promować produkt roślinny, jak prowadzić media społecznościowe, jak robić atrakcyjne zdjęcia, jak tworzyć rozpoznawalną markę opartą na lokalności i autentyczności. Rozdział zawiera proste narzędzia do zaplanowania komunikacji, wskazówki dotyczące udziału w targach, festynach, kiermaszach.

7. Kącik porad: Jak korzystać z dostępnych środków wsparcia?

Przegląd możliwości finansowania: PROW, WPR 2023–2027, programy regionalne, dotacje dla kobiet, inkubatory, ODR-y. Porady, jak przygotować dokumenty i jak uniknąć najczęstszych błędów.

Przegląd dostępnych programów: PROW, WPR 2023–2027, KPO, RPO, działania dedykowane kobietom. Omówienie procesu aplikacji, najczęstszych błędów oraz dobrych praktyk na przykładach z reportaży. Rozdział zawiera instrukcje „krok po kroku”: analizę potrzeb, przygotowanie dokumentów, realizację projektu i obowiązki sprawozdawcze.

8. Coaching dla przedsiębiorczyń – „Ja jako liderka zmiany”

Część rozwojowa poświęcona budowaniu wiary w siebie, odwadze do działania, pracy nad celami oraz radzeniu sobie z obawami.



Rozdział pokazujący, że sukces zaczyna się od mindsetu. Zawiera treści motywacyjne, ćwiczenia z zakresu planowania celów, identyfikacji mocnych stron, pracy nad pewnością siebie i umiejętności radzenia sobie z obawami. Wzmacnia wiarę czytelniczki w możliwość rozwoju – także małymi krokami.

9. Ćwiczenia coachingowe – „Dam radę, bo potrafię”

Zestaw krótkich, praktycznych ćwiczeń rozwijających pewność siebie, planowanie, motywację oraz działania krok po kroku w formie kart pracy:

- analiza zasobów,
- określanie celów,
- plan działań 30/60/90 dni,
- identyfikacja barier i budowanie rozwiązań,
- afirmacje przedsiębiorczości.

Każde ćwiczenie kończy się motywacyjną frazą: **„Ty też dasz radę”**.

10. Podsumowanie – „Ty też dasz radę”

Motywujące zakończenie pokazujące, że każda kobieta może zacząć swoją drogę przedsiębiorczą, jeśli wykorzysta lokalne zasoby, wiedzę, pasję i odwagę.

Podsumowanie najważniejszych inspiracji z poradnika i zaproszenie do podjęcia własnego działania. Przekaz motywacyjny podkreślający, że rozwój na obszarach wiejskich jest możliwy dzięki odwadze, wiedzy i dobrym praktykom.

11. Bibliografia

CZĘŚĆ I

KOBIETY, KTÓRE ZMIENIAJĄ POLSKĄ WIEŚ



Cześć I – Dobre praktyki

- Wstęp – Kobiety, które zmieniają polską wieś
- Obszary wiejskie dziś – wyzwania, szanse i zmiany
- Dobre praktyki – Inspirujące historie kobiet z całej Polski
- Zmiana „przed i po” – co naprawdę daje wdrożenie dobrych praktyk?



Autorzy części I

Prof. dr hab. Krystyna Krzyżanowska

Pracuje na stanowisku profesora w Szkole Głównej Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie, a od 2006 roku pełni funkcję kierownika Katedry Turystyki, Komunikowania Społecznego i Doradztwa w Instytucie Ekonomii i Finansów. Prowadziła badania empiryczne dotyczące przedsiębiorczości i innowacyjności gospodarstw rolnych, w tym agroturystycznych oraz grup i organizacji producentów rolnych. Była promotorem 5 prac doktorskich, około 260 magisterskich i 210 licencjackich. Jest autorką lub współautorką ponad 220 publikacji – zarówno polskich, jak i zagranicznych, w tym 30 monografii naukowych. Jej zainteresowania badawcze dotyczą ekonomiczno-społecznych uwarunkowań wielofunkcyjnego rozwoju obszarów wiejskich, innowacji i przedsiębiorczości na wsi, informacji i promocji, doradztwa ekonomiczno-rolniczego oraz znaczenia agroturystyki w tworzeniu dób publicznych. Wyniki badań prezentowała na wielu konferencjach krajowych i zagranicznych. Współpracuje z licznymi ośrodkami naukowymi w kraju i za granicą. Była ekspertem w ocenie projektów badawczych dotyczących zespołowych działań w rolnictwie i rozwoju agroturystyki w Polsce.

Dr inż. Anna J. Parzonko

Pracuje na stanowisku adiunkta w Katedrze Turystyki, Komunikowania Społecznego i Doradztwa w Instytucie Ekonomii i Finansów Szkoły Głównej Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie. W ostatnich latach jej zainteresowania badawcze i naukowe koncentrują się na ekonomiczno-społecznych aspektach doradztwa rolniczego, rozwoju przedsiębiorczości na obszarach wiejskich, w tym przedsiębiorczości zespołowej, pozarolniczych formach działalności gospodarczej oraz problematyce zarządzania zasobami ludzkimi w organizacji. Jest autorem i współautorem ponad 100 publikacji w tym zakresie, w tym jest współautorem 4 monografii: „Przedsiębiorczość zespołowa na obszarach wiejskich. Stan i perspektywy rozwoju” (Wydawnictwo SGGW, Warszawa 2020); „Determinants of Managing Networks of Organizations in Rural Areas” (Publishing Office of Faculty of Management Czestochowa University of Technology, Częstochowa 2016); „Doradztwo w zmieniającej się sytuacji społeczno-ekonomicznej obszarów wiejskich” (Wydawnictwo SGGW, Warszawa 2014); „Rola doradztwa w rozwoju rolniczych grup producenckich” (Wydawnictwo SGGW, Warszawa 2006).

Prelegentka na wielu konferencjach krajowych i zagranicznych związanych z rozwojem obszarów wiejskich. Autorka kursów e-learningowych i szkoleń m.in. z zakresu metodyki doradztwa rolniczego. Wykładowca takich przedmiotów jak: podstawy doradztwa, doradztwo rolnicze, doradztwo turystyczne, metodyka doradztwa rolniczego, zachowania organizacyjne, negocjacje.



Dr inż. Anna Sieczko

Pracuje na stanowisku adiunkta w Katedrze Turystyki, Komunikowania Społecznego i Doradztwa w Instytucie Ekonomii i Finansów Szkoły Głównej Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie. Specjalizuje się w zagadnieniach przedsiębiorczości na obszarach wiejskich, innowacjach w rolnictwie, krótkich łańcuchach dostaw oraz turystyce wiejskiej, w tym agroturystyce. Kierowała projektem „Innowacje w zakresie tworzenia krótkich łańcuchów dostaw i sprzedaży bezpośredniej”, realizowanym w ramach Programu Rozwoju Obszarów Wiejskich 2014–2020. Autorka i współautorka ponad 90 publikacji naukowych, w tym monografii „Przedsiębiorczość zespołowa na obszarach wiejskich. Stan i perspektywy rozwoju” (Wydawnictwo SGGW, Warszawa 2020). Aktywna prelegentka na konferencjach dotyczących przedsiębiorczości, innowacji oraz rozwoju obszarów wiejskich. Sprawowała opiekę promotorską nad 91 pracami licencjackimi i magisterskimi. Autorka kursów e-learningowych, m.in. dla Akademii Przedsiębiorczości Wydziału Ekonomicznego SGGW. Wykładowczyni takich przedmiotów jak: przedsiębiorczość, agroturystyka, doradztwo gospodarcze i innowatyka, doradztwo turystyczne.

Dr Jan Zawadka

Pracuje na stanowisku adiunkta w Katedrze Turystyki, Komunikowania Społecznego i Doradztwa w Instytucie Ekonomii i Finansów Szkoły Głównej Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie. Jego zainteresowania naukowo-badawcze koncentrują się m.in. na turystyce, w tym turystyce wiejskiej i agroturystyce oraz ich roli w wielofunkcyjnym rozwoju obszarów wiejskich, a także na preferencjach i zachowaniach turystycznych różnych grup społecznych. Jest autorem i współautorem prawie 150 opracowań naukowych, a także aktywnym uczestnikiem krajowych i zagranicznych konferencji, na których miał okazję wygłosić około 100 referatów. Jest kierownikiem i wykonawcą licznych projektów badawczych, uczestnikiem kilku zagranicznych staży naukowych i dydaktycznych oraz członkiem kilku zespołów eksperckich z zakresu turystyki i rozwoju wsi.

Jego działalność naukowa i dydaktyczna została doceniona licznymi nagrodami i nominacjami. Problematyka jego zainteresowań badawczych znajduje odzwierciedlenie w tematyce prowadzonych przez niego zajęć, jak również w ponad 100 pracach licencjackich i magisterskich, których jest promotorem.



Wprowadzenie do części I

Rola kobiet na obszarach wiejskich w Polsce i całej Unii Europejskiej od lat ulega dynamicznym przemianom. **Współczesne rolnictwo**, podlegające procesom modernizacji, cyfryzacji i zielonej transformacji, **coraz częściej opiera się na kompetencjach, przedsiębiorczości i innowacyjności**. Jeszcze do niedawna gospodarstwo kojarzono głównie z mężczyzną jako osobą kierującą nim, podczas gdy kobieta była postrzegana przede wszystkim jako strona wspierająca: odpowiedzialna za prace domowe, wychowanie dzieci i pomoc w bieżących obowiązkach gospodarskich. Dziś ten obraz ulega zdecydowanej zmianie. Współczesna rzeczywistość pokazuje, że kobiety odgrywają w rolnictwie coraz bardziej znaczącą i samodzielną rolę. Według danych Eurostatu, średnio 34% gospodarstw rolnych w Polsce w 2020 r. była zarządzana przez kobiety, a udział kobiet zarządzających gospodarstwami do 2 ha wzrósł do około 42,0%.

Gospodarstwa rolne, zwłaszcza te skoncentrowane na produkcji roślinnej, tworzą wyjątkowo sprzyjające warunki dla rozwoju lokalnego przetwórstwa i działalności przedsiębiorczej prowadzonej przez kobiety. W Polsce, zgodnie z raportem Agro Woman², rolniczki najczęściej prowadzą gospodarstwa specjalizujące się w produkcji roślinnej, co zadeklarowało 72% uczestniczek badania. Koresponduje to z ogólną strukturą krajowego rolnictwa, gdzie w 56% gospodarstw prowadzona jest wyłącznie produkcja roślinna³. Niewielka skala produkcji pozwala rolniczkom na szybsze dostosowywanie asortymentu do zmian popytu, eksperymentowanie z nowymi odmianami upraw czy technikami przetwórczymi oraz wprowadzanie produktów o wyższej wartości dodanej – od tradycyjnych przetworów i soków, przez oleje tłoczone na zimno, aż po suszone zioła czy produkty fermentowane. Takie działania zwiększają marżę jednostkową i ograniczają zależność od rynków hurtowych. Dodatkowo mniejsze gospodarstwa mają przewagę organizacyjną, tj. niski próg wejścia do działalności przetwórczej (możliwość uruchomienia linii ręcznej lub półautomatycznej), łatwiejsze wdrożenie certyfikatów jakości (np. żywność ekologiczna) oraz szybsze testowanie kanałów sprzedaży w ramach rolniczego handlu detalicznego za pomocą sprzedaży na rynkach lokalnych, targach, subskrypcję czy sprzedaż online.

Kobiety są coraz bardziej decyzyjne i świadome swojej roli w rolnictwie.

Jak wskazano w raporcie Agro Woman⁴, ponad 70% rolniczek zadeklarowało, że decyzje inwestycyjne podejmują wspólnie z partnerem lub mężem, a prawie 20% wskazało, że jest

² *Kobiety w rolnictwie. Raport 2025*. Agro Woman. Pobrano z: www.agrowoman.pl (dostęp 15.11.2025).

³ Powszechny Spis Rolny 2020: GUS, Warszawa 2021.

⁴ *Kobiety w rolnictwie. Raport 2025*. Agro Woman. Pobrano z: www.agrowoman.pl (dostęp 15.11.2025).



to ich samodzielna inicjatywa. Podobna tendencja widoczna jest przy podejmowaniu decyzji w zakresie produkcji roślinnej i zwierzęcej: 56% rolniczek współpodejmowało decyzje dotyczące upraw, 12% zadeklarowało pełną samodzielność, a tylko 28% nie uczestniczyło w ich podejmowaniu. Podobnie w obszarze przetwórstwa i handlu widoczny jest wzrost przedsiębiorczości kobiet – 39% decyzji było podejmowanych wspólnie, a 17% samodzielnie.

Można zauważyć, że **kobiety łączą produkcję roślinną z przetwórstwem, działalnością edukacyjną** (warsztaty kulinarne, szkolenia), **a także usługami turystycznymi** (m.in. agroturystyka). To podejście zwiększa dywersyfikację źródeł dochodu i odporność ekonomiczną rodziny rolniczej na wahania rynkowe. Takie przemiany skorelowane są z kierunkami polityk krajowych i Unii Europejskiej. Europejski Zielony Ład, zakładający rozwój zrównoważonego rolnictwa, ochronę bioróżnorodności, skracanie łańcuchów dostaw i rozwój lokalnego przetwórstwa, otworzył nowe przestrzenie działania dla kobiet. Z kolei Wspólna Polityka Rolna UE na lata 2023–2027, która jest realizowana poprzez wsparcie finansowe przyznawane na podstawie Planu Strategicznego dla Wspólnej Polityki Rolnej na lata 2023-2027 (PS WPR), wspiera między innymi sektor owoców i warzyw, pszczelarstwo, a także uwzględnia premię dla młodych rolników i modernizację gospodarstw rolnych. Zwiększono jednocześnie nacisk na inwestycje w zakresie środowiska i klimatu oraz program LEADER, w którym zaoferowano wsparcie dla: przedsiębiorczości (także agroturystyki, zagród edukacyjnych i gospodarstw opiekuńczych), tworzenia lub rozwijania krótkich łańcuchów żywnościowych oraz cyfryzacji. Instrumenty te, w połączeniu z krajowymi programami aktywizacji zawodowej, takimi jak działania na rzecz przedsiębiorczości kobiet, programy doradcze, inkubatory przetwórstwa czy wsparcie na zakładanie działalności pozarolniczej, wzmacniają pozycję kobiet jako pełnoprawnych uczestniczek i współautorek rozwoju obszarów wiejskich.

Z uwagi na **powyższe niniejsza publikacja została przygotowana jako inspirujący przewodnik ukazujący możliwości i wykorzystywane praktyki**, które mogą stać się impulsem do rozwoju własnego gospodarstwa rolnego. Celem opracowania jest podkreślenie rosnącej roli kobiet w rolnictwie, przetwórstwie i innych sferach przedsiębiorczości na wsi, zaprezentowanie przykładów działań, które już przynoszą efekty oraz wskazanie ścieżek i instrumentów wsparcia dostępnych w ramach polityk UE i krajowych. Jest to zatem zaproszenie do odkrywania nowych kierunków rozwoju, budowania własnej marki i umacniania pozycji kobiet jako liderek nowoczesnego, zrównoważonego rolnictwa, niezależnie od posiadanego areалу, specjalizacji czy etapu, na którym obecnie znajduje realizowane przedsięwzięcie.

W kolejnych rozdziałach zostaną przedstawione zarówno **prawdziwe historie** kobiet z różnych części Polski, jak i **konkretne narzędzia oraz wskazówki** pozwalające przekuć pomysły w realne działania. Od praktycznych porad, dotyczących prowadzenia



dodatkowej działalności pozarolniczej, poprzez budowanie marki i efektywną sprzedaż, aż po kompleksowy przegląd dostępnych środków wsparcia – publikacja stanowi kompendium wiedzy, po które można sięgać na każdym etapie rozwoju działalności.

Jednocześnie publikacja **zachęca do refleksji nad rolą kobiety jako liderki zmiany**. W części trzeciej czytelniczka znajdzie treści dotyczące budowania pewności siebie, pracy nad celami oraz odwagą do podejmowania nowych wyzwań. To zaproszenie do tworzenia własnej ścieżki rozwoju, budowania rozpoznawalnej marki gospodarstwa oraz aktywnego kształtowania przyszłości rolnictwa nowoczesnego, świadomego i zrównoważonego, w którym kobiety pełnią coraz silniejszą i bardziej widoczną rolę. W wielu gospodarstwach to właśnie kobiety są inicjatorkami zmian, odpowiadają za przetwórstwo, innowacje produktowe, promocję, sprzedaż czy kontakty z klientami. Ta publikacja powstała, aby te działania dostrzec, wyartykułować, docenić i podkreślić ich znaczenie, a przede wszystkim, aby pokazać, że doświadczenia omawianych tu kobiet mogą stać się inspiracją dla innych.



ROZDZIAŁ I

Obszary wiejskie dziś – wyzwania, szanse i zmiany

Ostatnie dwadzieścia lat przyniosło Polsce ogromne zmiany gospodarcze i społeczne, które miały znaczący wpływ na życie mieszkańców wsi. Wejście do Unii Europejskiej otworzyło wiele nowych możliwości, ale jednocześnie uwidoczniło problemy, z którymi obszary wiejskie mierzą się do dziś⁵. Polska wieś wciąż rozwija się wolniej niż miasta i strefy podmiejskie, a różnice te są efektem wieloletnich zaniedbań, których źródła i przyczyny sięgają jeszcze czasów zaborów. Mimo wyraźnego postępu w ostatnich latach, potrzebne są dalsze działania, zwłaszcza wspierające rozwój pozarolniczych aktywności na wsi. Pozwala to nie tylko zmniejszać różnice między regionami, ale też wpływa na zmiany strukturalne w samym rolnictwie.

Współczesna wieś to miejsce, gdzie rolnictwo odgrywa coraz mniejszą rolę jako główne źródło pracy i dochodów. Jednocześnie nie można zapominać, że to właśnie rolnictwo powinno dalej zapewniać krajowi bezpieczeństwo żywnościowe. Dlatego tak ważne jest wzmacnianie nowych kierunków rozwoju, modernizacji i cyfryzacji rolnictwa, wdrażania innowacji, rozwijania przedsiębiorczości oraz przechodzenia na bardziej

⁵ Poczta W., Hałasiewicz A. (red. nauk.): *Polska wieś 2024. Raport o stanie wsi. 20 lat w Unii Europejskiej*. Wydawnictwo Naukowe Scholar, Warszawa 2024.



zrównoważone modele produkcji. **Charakterystyczne jest również to, że w wielu tych procesach kluczową rolę odgrywają kobiety.** To one coraz częściej stają się inicjatorkami zmian: zakładają własne biznesy, wprowadzają nowe technologie, tworzą lokalne marki, rozwijają przetwórstwo i usługi okołorolnicze, nierzadko wyznaczając nowy kierunek rozwoju gospodarstw rodzinnych.

Tradycyjne łańcuchy dostaw żywności są coraz częściej uznawane przez rolników za niekorzystne. Zarówno pojedyncze gospodarstwa, jak i niewielkie grupy producentów, nie są w stanie konkurować z dużymi podmiotami, co naraża je na nieuczciwe praktyki handlowe. Jednym ze skuteczniejszych sposobów przeciwdziałania takim zjawiskom są krótkie łańcuchy dostaw. Ograniczają one potrzebę przechowywania, pakowania i transportu żywności na duże odległości, co pomaga chronić środowisko, pozwalają oferować klientom produkty wyższej jakości, ale przede wszystkim umożliwiają producentom uzyskać bardziej godne i sprawiedliwe wynagrodzenie. Wzrastające zainteresowanie konsumentów żywnością świeżą, nieprzetworzoną, o wysokich walorach smakowych i zdrowotnych stanowi szansę, którą rolnicy (a coraz częściej rolniczki) doskonale wykorzystują.

Zakup żywności bezpośrednio u źródła oznacza możliwość poznania miejsca jej wytworzenia i osoby, która ją wyprodukowała. Klienci mogą ocenić jakość produktów, negocjować cenę i mieć pewność co do autentycznego pochodzenia towaru. Taki bezpośredni kontakt wpływa na budowanie zaufania, a w konsekwencji na wzrastającą lojalność klientów. Krótkie łańcuchy dostaw są więc korzystne dla obu stron – ograniczają bowiem liczbę pośredników, obniżają koszty, podnoszą jakość produktów, a dla producenta oznaczają uzyskanie lepszej ceny niż w sprzedaży do przetwórstwa czy sieci handlowych⁶.

Rozwojowi lokalnych rynków sprzyja wzrastające zainteresowanie różnymi formami sprzedaży żywności wytworzonej w gospodarstwach rolnych. W zależności od rodzaju produkcji, rolnicy mogą korzystać m.in. ze sprzedaży bezpośredniej, dostaw bezpośrednich, działalności marginalnej, lokalnej i ograniczonej (MOL) czy rolniczego handlu detalicznego. Sprzedaż może odbywać się bezpośrednio w gospodarstwie, na targowiskach, przy drogach, poprzez wysyłki do domów klientów, sklepy internetowe, systemy „zbieraj sam” czy sprzedaż sąsiedzka⁷. Kobiety na wsi pełnią w tych procesach często główną rolę, są odpowiedzialne za kontakt z klientem, działania marketingowe, budowanie marki i organizację sprzedaży, dzięki czemu to właśnie one wynoszą gospodarstwa na wyżyny nowoczesnych modeli funkcjonowania.

⁶ Minta S., Uglis J.: *Znaczenie sprzedaży bezpośredniej w rozwoju obszarów wiejskich*. „INTERCATHEDRA” 2018, nr 2 (35), s. 186.

⁷ Krzyżanowska K., Parzonko A.J., Sieczko A.: *Oczekiwania konsumentów pokolenia Z dotyczące zakupów produktów spożywczych prosto od rolnika*. „Turystyka i Rozwój Regionalny” 2024, nr 21. s. 93-102.



Coraz większego znaczenia nabiera lokalne przetwórstwo żywności.

Przetwórstwo rolne, czyli przekształcanie surowców rolnych w produkty gotowe do spożycia lub dalszej obróbki, staje się dla wielu gospodarstw ważnym kierunkiem rozwoju. Coraz więcej rolników decyduje się na samodzielne wytwarzanie przetworów, soków czy innych wyrobów, co pozwala im zwiększyć dochody, lepiej wykorzystywać posiadane zasoby i budować bezpośrednie relacje z klientami. Przetwórstwo staje się więc jednym z ważniejszych sposobów na podniesienie opłacalności produkcji, rozwój lokalnych marek i zachowanie tradycji kulinarnych. Coraz więcej rolników, a szczególnie rolniczek, decyduje się na produkcję przetworów, soków, mieszanek ziołowych czy łączenie produktów roślinnych ze zwierzęcymi, w postaci gotowych dań do spożycia. Przetwórstwo umożliwia ograniczenie strat surowcowych i uzyskanie produktów o wyższej wartości dodanej. Przykładem mogą być owoce i warzywa nieodpowiadające standardom handlowym, które świetnie sprawdzają się jako składniki dżemów, soków czy konfitur. Rozpoczęcie działalności przetwórczej wymaga inwestycji w infrastrukturę, odpowiedni sprzęt i zaplecze sanitarno-higieniczne. W ostatnich latach, zwłaszcza w ramach programu LEADER, coraz mocniej wspierane są inwestycje związane z rolniczym handlem detalicznym. Ważnym kierunkiem rozwoju może być również współpraca między rolnikami i tworzenie wspólnych lokalnych przetwórni. Mogłyby one funkcjonować jako tzw. inkubatory przetwórstwa, zwane niekiedy inkubatorami kuchennymi. Są to profesjonalnie wyposażone miejsca, które rolnicy mogliby wynajmować na określony czas. Rozwiązanie to szczególnie sprzyja kobietom, które często prowadzą niewielkie, rodzinne przetwórnie i potrzebują wysokiej jakości przestrzeni produkcyjnej bez konieczności ponoszenia ogromnych kosztów inwestycji. Mogłyby to być inkubatory przetwórstwa rolnego, organizowane na przykład w ramach istniejących świetlic wiejskich, a ich powstanie to głównie kwestia dobrej organizacji i skutecznej współpracy⁸. Inkubator przetwórstwa jest w Polsce pojęciem mało znanym. Inkubator taki to obiekt z urządzeniami przeznaczony dla drobnych przetwórców produktów rolnych, firm cateringowych czy rolników, którzy mogą przygotować i przetwarzać swoje produkty w dobrze wyposażonych i przygotowanych do tego celu, zgodnie z obowiązującymi przepisami sanitarnymi, pomieszczeniach. Zapewnia właściwe warunki sanitarno-higieniczne, w tym przestrzeganie dobrej praktyki higienicznej i produkcyjnej, co jest kluczowe w produkcji żywności, a może być nieraz trudne w domach rolników. Dlatego inkubatory kuchenne mogą okazać się tu nieocenioną pomocą i traktowane być powinny przede wszystkim jako ośrodki wspierania przedsiębiorczości (głównie kobiet) w branży rolno-spożywczej.

⁸ Przepióra A.: *Rolnik a przetwórstwo*. Pobrano z: [Rolnik, a przetwórstwo - Aktualności - Wielkopolska Izba Rolnicza](#) (dostęp 17.11.2025).



Przetwórstwo rolne, podobnie jak inne branże, jest narażone na zmieniające się warunki rynkowe, wahania cen surowców, zmiany preferencji konsumentów czy nowe regulacje prawne, które mogą wpływać na rentowność działalności. Dlatego ważne jest, aby osoby zajmujące się taką działalnością w gospodarstwach rolnych były elastyczne i gotowe dostosowywać się do dynamicznie zmieniającego się otoczenia.

Produkty lokalne są zjawiskiem ściśle związanym z przetwórstwem rolno-spożywczym. To wyroby lub usługi, z którymi utożsamiają się mieszkańcy danego regionu, wytwarzane w sposób „niemasowy”, przyjazny dla środowiska i bazujący na lokalnie dostępnych surowcach. Ich charakter jest nierozzerwalnie związany z historią, tradycją i kulturą miejsca, z którego pochodzą. Wyróżniają się one wysoką jakością i autentycznością, co stanowi ich przewagę nad produktami masowymi. Do produktów opartych na lokalności zalicza się przede wszystkim wyroby regionalne i tradycyjne. Są to produkty, które uzyskały już lub znajdują się na zaawansowanym etapie uzyskiwania europejskich oznaczeń jakości: Chronionej Nazwy Pochodzenia (ChNP), Chronionego Oznaczenia Geograficznego (ChOG) czy Gwarantowanej Tradycyjnej Specjalności (GTS). Istotną rolę odgrywa także krajowy system jakości żywności „Jakość Tradycja”, zarządzany przez Polską Izbę Produktu Regionalnego. Gwarantuje on autentyczność produktów, wysoką jakość i pełną możliwość odtworzenia procesu wytwarzania oraz poznania składu i pochodzenia zastosowanych surowców. Do kategorii produktów wysokojakościowych zaliczają się również wyroby wpisane na Listę Produktów Tradycyjnych (LPT), prowadzoną przez Ministra Rolnictwa i Rozwoju Wsi. W odniesieniu do przetwórstwa należy podkreślić, że właściciele gospodarstw rolnych mogą ubiegać się o odstępstwa od ogólnych wymogów higieniczno-sanitarnych, jeśli sposób wytwarzania ma zasadniczy wpływ na szczególny, tradycyjny charakter i specyfikę produktu. Możliwe jest to po wpisaniu produktu na LPT czy uzyskaniu certyfikatu jakości, poprzez rejestrację w rejestrze produktów tradycyjnych i regionalnych UE.

Wzrastająca rola produktów lokalnych, tradycyjnych i regionalnych widoczna jest nie tylko w sferze kulturowej, lecz także gospodarczej i środowiskowej. Wykorzystywanie surowców lokalnych wpływa pozytywnie na środowisko, gdyż ogranicza potrzeby transportu na duże odległości, co zmniejsza emisję CO² i odciąża infrastrukturę drogową. Jest to istotny element działań na rzecz zrównoważonego rozwoju obszarów wiejskich. Warto również podkreślić, że polska wieś jest nie tylko dostawcą surowców, ale także źródłem inspiracji dla przetwórstwa spożywczego. Tradycyjne przepisy kulinarne, lokalne smaki i techniki wytwarzania przekazywane z pokolenia na pokolenie stanowią ogromny potencjał dla rozwijającego się przetwórstwa. Dzięki nim możliwe jest zachowanie autentycznego charakteru polskich produktów żywnościowych, co cieszy się coraz większym uznaniem wśród konsumentów i wpływa na dynamikę lokalnej gospodarki. Należy zaznaczyć, że to właśnie kobiety coraz częściej stają się strażniczkami tej tradycji i jednocześnie motorem innowacji. To one



rozwijają marki lokalnych produktów, dbają o jakość, wprowadzają nowoczesne rozwiązania i wyznaczają nowe kierunki rozwoju lokalnej przedsiębiorczości. Dzięki ich aktywności wzrasta różnorodność działalności gospodarczej na wsi, a same obszary wiejskie zyskują nowy, bardziej dynamiczny i zrównoważony wymiar.

Warto również zauważyć, że korzystanie z surowców lokalnego pochodzenia zwiększa transparentność łańcucha dostaw. Konsumenci mogą mieć pewność, że kupowane przez nich produkty zostały wytworzone w sposób etyczny, z poszanowaniem środowiska naturalnego i regionalnych tradycji. Wiedza o pochodzeniu żywności staje się dla odbiorców coraz ważniejsza, co dodatkowo wzmacnia rolę produktów lokalnych jako motoru rozwoju obszarów wiejskich.

Moda na zdrowy styl życia towarzyszy konsumentom od wielu lat, jednak trend ten obecnie nabiera zupełnie nowego znaczenia. Zdrowie stało się nie tylko wartością, ale także świadomym wyborem stylu życia, który bezpośrednio wpływa na oczekiwania wobec produktów spożywczych. Wzrastające zapotrzebowanie na produkty naturalne, świeże, niesłodzone zarówno cukrem, jak i słodzikami, pozbawione konserwantów, ekologiczne i lokalne sprawia, że coraz więcej producentów, również z obszarów wiejskich, podejmuje działania w celu dostosowania się do tych trendów. Pojawia się coraz więcej punktów sprzedaży oferujących „zdrową żywność”, w tym lokalne bazy, sklepy internetowe, kooperatywy spożywcze czy gospodarstwa rolne oferujące sprzedaż bezpośrednią.

Choć smak pozostaje jednym ważniejszych kryteriów wyboru, konsumenci coraz częściej kierują się również certyfikatami jakości, takimi jak: certyfikat rolnictwa ekologicznego, potwierdzający pochodzenie produktu, sposób uprawy bez środków ochrony roślin i sztucznych nawozów. Rolnictwo ekologiczne staje się więc nie tylko odpowiedzią na preferencje konsumentów, lecz także szansą rozwoju rolnictwa w regionach o trudnych warunkach gospodarowania. Na podstawie danych empirycznych można zauważyć, że w takich gminach udział gospodarstw ekologicznych jest ponad dwukrotnie wyższy niż w gminach o korzystniejszych warunkach rolniczych⁹. Wynika to m.in. z faktu, że produkcja ekologiczna pozwala stworzyć wysokomarżowe modele biznesowe, które rekompensują ograniczenia środowiskowe. Dotychczasowe doświadczenia w Polsce pokazują, że głównym motywem przestawiania gospodarstw na system ekologiczny są przesłanki ekonomiczne. Żywność ekologiczna osiąga wyższe ceny (o około 30%), a jednocześnie cieszy się wzrastającą popularnością, co ma wpływ na większy popyt¹⁰.

⁹Zieliński M. (red. nauk.): *Kierunki i możliwości rozwoju rolnictwa ekologicznego w Polsce w ramach Europejskiego Zielonego Ładu*. Wyd. Fundacja Europejski Fundusz Rozwoju Wsi Polskiej, Instytut Ekonomiki Rolnictwa i Gospodarki Żywnościowej PIB, Warszawa 2022.

¹⁰Szymańska M.: *Ceny żywności ekologicznej są o 30% wyższe od konwencjonalnych. Ale czy rynek będzie rósł?* Pobrano z: [Ceny żywności ekologicznej są o 30% wyższe od konwencjonalnych. Ale czy rynek będzie rósł?](#) (dostęp 21.11.2025).



Coraz większe znaczenie mają innowacyjne modele biznesowe łączące produkcję ekologiczną ze sprzedażą bezpośrednią, agroturystyką, przetwórstwem lokalnym i marketingiem internetowym. Powstają rodzinne marki, lokalne inicjatywy, klastry żywnościowe, a także gospodarstwa stające się centrami edukacji ekologicznej. W tym procesie szczególnie aktywną rolę odgrywają kobiety, które coraz częściej są liderkami zmian na obszarach wiejskich. To one zakładają przedsiębiorstwa bazujące na lokalnych, zdrowych produktach, organizują warsztaty, inicjatywy społecznościowe i edukacyjne, a także promują zrównoważony styl życia. Dzięki ich przedsiębiorczości i kreatywności, działania kobiet na wsi wpisują się w cele Europejskiego Zielonego Ładu. Budują marki oparte na zdrowiu, ekologii, tradycji i innowacji, a jednocześnie przyczyniają się do aktywizacji społecznej i ekonomicznej regionu. Czynnikiem sprzyjającym rozwojowi rolnictwa ekologicznego i zrównoważonej przedsiębiorczości wiejskiej jest lokalizacja wielu gospodarstw na obszarach cennych przyrodniczo oraz krajobrazowo. To właśnie tam najlepiej rozwijają się inicjatywy łączące ekologię, turystykę, edukację i lokalną kulturę. Dzięki takim działaniom poprawia się jakość życia mieszkańców, wzmocnieniu ulega lokalna gospodarka, zwiększa się podaż wartościowych produktów spożywczych, a jednocześnie pielęgnowana jest bioróżnorodność i unikalny charakter polskich krajobrazów wiejskich.

Warto podkreślić, że nie tylko certyfikowane produkty ekologiczne przyczyniają się do ochrony środowiska i rozwoju wsi. Duże znaczenie mają także takie produkty lokalne o prozdrowotnych właściwościach, takie jak: miody, zioła, przetwory owocowe, napary i naturalne kosmetyki. Coraz popularniejszym trendem jest łączenie tradycyjnych receptur z nowoczesnymi formami, np. miodów wzbogacanych ziołami, owocami, orzechami i innymi dodatkami. W ten sposób powstają produkty o wysokiej wartości zdrowotnej, które jednocześnie podkreślają lokalną tożsamość regionu. Moda na zdrowie, ekologię i autentyczność staje się fundamentem odrodzenia wielu obszarów wiejskich, a kobiety – liderki zmian – są jednym z ważniejszych motorów tej transformacji.

Inicjatywą związaną z rolnictwem ekologicznym, ale możliwą do zastosowania również w rolnictwie tradycyjnym, zwłaszcza tam, gdzie gospodarowanie odbywa się na małej powierzchni, jest model rolnictwa ekologicznego wspieranego przez społeczność (RWS)¹¹. Systematycznie wzrastające zainteresowanie tym rozwiązaniem przyczyniło się do powstania wielu form współpracy, dostosowanych do lokalnych potrzeb i wielkości gospodarstw. Co istotne, w modelach tych coraz częściej widoczne są kobiety pełniące role liderek, koordynatorek społeczności i inicjatorek działań, które dzięki swojej przedsiębiorczości, umiejętnościom organizacyjnym i wrażliwości społecznej, skutecznie

¹¹ Ang. CSA – *Community-Supported Agriculture*



rozwijają oraz promują ideę RWS. M. Paszke¹² i K. Ertmańska¹³ wyróżniają następujące modele wspierane przez społeczność:



Model tradycyjny (rolniczka – konsument) – w tym modelu społeczność współpracuje z jedną rolniczką, która dostarcza produkty – najczęściej warzywa, owoce, a czasami również nabiał, w zależności od profilu działalności gospodarstwa. Rolniczka sprzedaje udziały w swojej produkcji na początku sezonu w formie „abonamentu”, a konsumenci płacą z góry, aby zapewnić sobie regularne dostawy. Odbiór zamówień odbywa się zazwyczaj w określonych dniach, w punktach odbioru lub w miejscu produkcji, choć możliwa jest także dostawa do domu. W tym modelu kobiety (jako właścicielki gospodarstwa rolnego) mogą prowadzić komunikację z konsumentami oraz budować relacje oparte na zaufaniu.

W **modelu kolektywnym** kilka gospodarstw rolnych współpracuje, aby dostarczać różnorodne produkty. Dzięki temu konsumenci zyskują dostęp do szerszego asortymentu, np. mięsa, pieczywa czy przetworów, obok standardowych warzyw i owoców. Rolniczki dzielą się kosztami transportu, co stanowi dodatkową zaletę tego modelu. Kobiety mogą pełnić tu funkcje liderek grup producenckich, koordynując logistykę, działania marketingowe i rozwój oferty.

Model consumer-led CSA opiera się na zasadach spółdzielczości. Grupa konsumentów organizuje działalność rolną, uzyskuje dostęp do ziemi, inwestuje, planuje produkcję, zatrudnia pracowników i zarządza uprawami, działając na zasadzie sprawiedliwego podziału obowiązków, dóbr i kosztów. Wymaga to dużego zaangażowania, wiedzy oraz determinacji ze strony konsumentów. W takich

¹² Paszke M.: *Rola rolnictwa wspieranego przez społeczność w rozwoju zrównoważonym*. „Gospodarka w Praktyce i Teorii” 2017, nr 4(49), s. 55–67.

¹³ Ertmańska K.: *Community Supported Agriculture (CSA) as a form of sustainable consumption*. „Acta Scientiarum Polonorum. Oeconomia” 2015, 14(2), s. 51–59.



spółdzielniach kobiety mogą inicjować działania, pełnią role koordynatorek projektów, zarządzają komunikacją społeczną oraz edukacją ekologiczną.

W ostatnim typie **modelu organizacja, fundacja lub stowarzyszenie zajmujące się promocją rolnictwa ekologicznego i lokalnego** może wspierać społeczność, organizując współpracę między rolnikami a konsumentami. Organizacje te często zatrudniają rolniczki, a ziemia jest zakupiona lub wypożyczona. Dodatkowo prowadzą działania edukacyjne, warsztaty oraz różnego rodzaju wydarzenia. W tego rodzaju inicjatywach kobiety bardzo często mogą objąć rolę liderów społecznych, animatorek środowisk lokalnych, ekspertek ds. edukacji i zrównoważonego rozwoju, inspirując do współpracy i aktywności obywatelskiej.

Należy wspomnieć także o cyfryzacji rolnictwa, która stała się obecnie nieodłącznym elementem rozwoju obszarów wiejskich. Koncepcje Rolnictwa 4.0 i 5.0 obejmują nie tylko precyzyjne zarządzanie uprawami, lecz także wykorzystanie aplikacji mobilnych, sensorów, danych satelitarnych i sztucznej inteligencji. Technologie te pozwalają na monitorowanie warunków glebowych, kontrolę wilgotności, optymalizację nawożenia czy analizę stanu zdrowotnego roślin i zwierząt. Dla kobiet mieszkających

na wsi cyfryzacja otwiera nowe możliwości prowadzenia i rozwijania gospodarstw, przedsiębiorczości i rozwoju zawodowego. Nowoczesne systemy zarządzania gospodarstwem rolnym, platformy do monitoringu upraw, aplikacje wspierające sprzedaż bezpośrednią, e-commerce i takie cyfrowe narzędzia administracyjne, jak: e-wnioski, e-rejestry czy platformy ARiMR znacząco ułatwiają prowadzenie działalności. Kobiety mogą dzięki nim efektywniej planować działania, zarządzać finansami czy dokumentacją, a także podejmować bardziej świadome decyzje dotyczące gospodarstwa rolnego. Niezaprzeczalnie cyfryzacja sprzedaży staje się bardzo ważnym kierunkiem rozwoju obszarów wiejskich. Internet pozwala przedsiębiorczyniom budować silne marki, promować produkty tradycyjne i regionalne, lokalne, ekologiczne czy rękodzielnicze oraz skutecznie docierać do klientów spoza lokalnej społeczności, nie tylko na rynkach krajowych, ale także zagranicznych. E-commerce daje możliwość skrócenia łańcuchów dostaw, zwiększenia opłacalności produkcji i stworzenia takich nowych modeli biznesowych, jak: sprzedaż subskrypcyjna, pakiety lokalnych produktów, rolnikomaty, aplikacje oparte na krótkich łańcuchach dostaw¹⁴.

Dzięki **mediom społecznościowym** (takim jak Facebook, Instagram, YouTube, TikTok i inne), **własnym stronom internetowym i lokalnym platformom sprzedażowym** (np. Allegro Lokalnie, e-bazarek ARiMR), przedsiębiorczynie na obszarach wiejskich zyskują realną przestrzeń do profesjonalnej promocji swojej działalności

¹⁴Sieczko A., Parzonko A.J., Krzyżanowska K.: Czynniki sprzyjające i ograniczające zakup produktów spożywczych bezpośrednio z gospodarstwa rolnego na przykładzie konsumentów z generacji Z. „Roczniki Naukowe Stowarzyszenia Ekonomistów Rolnictwa i Agrobiznesu” 2024, tom XXVI, nr (3), s. 157-168.



oraz budowania rozpoznawalnych marek. Mogą one prezentować nie tylko takie swoje produkty, jak: rękodzieło, przetwory, zioła, kosmetyki naturalne, miody czy produkty roślinne, ale również usługi edukacyjne, szkoleniowe i związane z turystyką wiejską, w tym agroturystyką. Narzędzia cyfrowe pozwalają kobietom tworzyć atrakcyjne oferty pobytowe, które mogą być sprzedawane online jako pakiety. Mogą one również oferować vouchery prezentowe na pobyty, warsztaty kulinarne, lekcje rękodzieła, zajęcia z zielarstwa czy sesje fotograficzne w wiejskiej scenerii. Internet umożliwia także całoroczny marketing turystyki wiejskiej, niezależnie od sezonu, pogody czy geograficznego oddalenia. Dzięki transmisjom *live*, wirtualnym spacerom po gospodarstwie, filmom promującym lokalne atrakcje, a nawet wirtualnym warsztatom, gospodynie i przedsiębiorczynie wiejskie mogą prezentować unikalne walory swojego regionu: tradycje, kuchnię, kulturę, rzemiosło, lokalne legendy czy przyrodę. Platformy, takie jak Booking.com, Trivago.pl, agroturystyka.pl i wiele innych, pozwalają im oferować pobyt, warsztaty edukacyjne, rękodzielnicze, kulinarne i przyrodnicze jako usługę turystyczną, dostępną dla klienta krajowego i zagranicznego. Ponadto narzędzia e-commerce pozwalają im tworzyć własne sklepy internetowe, w których mogą sprzedawać produkty lokalne, zestawy prezentowe, kursy online lub dostęp do webinarów. Media społecznościowe stały się także przestrzenią edukacji i budowania marki osobistej. Kobiety nagrywają filmy poradnikowe, np. *Jak założyć ogród permakulturowy?*, *Co warto wiedzieć o roślinach?*, prowadzą blogi kulinarne, podcasty o życiu na wsi lub publikują e-booki. To nie tylko buduje ich eksperckość, ale również przyciąga klientów i partnerów biznesowych.

Cyfrowa przestrzeń sprzyja także budowaniu społeczności i sieci wsparcia.

Kobiety organizują się w grupach przedsiębiorczych, kołach gospodyń wiejskich, forach branżowych i inicjatywach społecznych. Dzięki temu, Internet stał się miejscem, gdzie nie tylko sprzedają i promują one swoją działalność, ale także zdobywają wiedzę, inspirują się, współpracują i rozwijają lokalne przywództwo. W ramach cyfrowego rozwoju obszarów wiejskich mamy takie e-usługi, jak: e-zdrowie, e-edukację, e-administrację i pracę zdalną. Umożliwia to mieszkańcom wsi, w tym przede wszystkim kobietom, lepszy dostęp do usług publicznych, szkoleń, nowych zawodów, możliwości rozwoju osobistego i zawodowego bez konieczności migracji do miast.

Cyfryzacja stała się istotnym filarem rozwoju społecznego i gospodarczego polskiej wsi, a jej potencjał jest szczególnie ważny dla kobiet jako przedsiębiorczyń, przetwórczyń, edukatorek, innowatorek i lidererek zmian. Zapewnia nowe ścieżki rozwoju zawodowego, zwiększa ich sprawczość oraz umożliwia aktywny udział w innowacjach, zielonej transformacji i budowaniu nowoczesnej wsi. Aby jednak cyfrowa modernizacja była inkluzywna i wzmacniała rolę kobiet w rozwoju obszarów wiejskich, konieczne jest usuwanie barier infrastrukturalnych, finansowych, edukacyjnych i kulturowych. Dostęp do szybkiego Internetu, szkolenia cyfrowe, wsparcie instytucjonalne i promowanie postaw



sprzyjających równouprawnieniu to warunki niezbędne, by kobiety mogły w pełni wykorzystać potencjał transformacji cyfrowej oraz stać się liderkami rozwoju cyfrowej wsi¹⁵.

¹⁵ Woźniak-Jęchorek B., Kuźmar S., Fazlagić J., Jasiczak J., Lis K., Rydzak W., Shelest-Szumilas O., Szymkowiak A., Trąpczyński P.: *Wpływ procesów cyfryzacji na osoby w wieku 50+, kobiety, osoby z niepełnosprawnościami oraz osoby z terenów oddalonych od ośrodków miejskich. Możliwości w zakresie mechanizmów wsparcia wyrównywania szans na rynku pracy*. Konfederacja Lewiatan. Warszawa 2023.



ROZDZIAŁ II

Kobiecą dłonią – dobre przykłady świetnie prosperujących firm na obszarach wiejskich w Polsce

Od ziarenka do słoika



GOSPODARSTWO EKOLOGICZNE U MACHOCKICH – AGATA MACHOCKA

Cisów 80, 26-021 Daleszyce
woj. świętokrzyskie



+48 666 118 777



agatamachocka@o2.pl



www.gospodarstwoekologiczneumachockich.pl

Gospodarstwo ekologiczne u Machockich – Agata Machocka prowadzone jest przez młodą, pełną zapału i pomysłów Panią Agatę. Gospodarstwo początkowo prowadzone było przez rodziców Pani Agaty – państwa Rozalię i Jana Machockich, którzy zdecydowali się w 2017 roku przekazać gospodarstwo córce.

Początkowo było to gospodarstwo tradycyjne, które w 2005 roku uzyskało certyfikat jakości ekologicznej, który posiada do dnia dzisiejszego.



***Dawniej gospodarstwo wyglądało jak każde inne** – kilka kur, świnek, krów i koń, uprawa zbóż i truskawek. Nie przynosiło to takiego dochodu, z którego można by było żyć. Rodzice wyjeżdżali sezonowo za granicę, żeby dorobić. Z czasem pojawiła się myśl, żeby certyfikować gospodarstwo. Rodzice zaczęli sadzić maliny, sad śliwkowy, rabarbar i jakoś to się stopniowo rozwijało (wszystko sprzedawane było hurtowo). Kiedy przejęłam gospodarstwo, ruszyłam z promocją na Facebooku, co bardzo rozkręciło sprzedaż detaliczną. Zaczęliśmy sadzić warzywa i przetwarzać. W tym momencie można powiedzieć, że tworzymy małą firmę, a **naszym motto jest „Od ziarenka do słoika”**, ponieważ wszystko co mamy w gospodarstwie jest sadzone i przetwarzane przez nas. W dodatku w jakości ekologicznej.*



Na 7 ha uprawiany jest szeroki asortyment warzyw i owoców. W tunelach uprawiane są pomidory, ogórki i papryka, poza tym dodatkowo uprawiana jest marchew, pietruszka, burak, cebula, pory, selery, selery naciowe, kapusta, fasolka, kalarepa, koperek, jarmuż i wiele innych. Wśród owoców dominują maliny oraz sad śliwkowy. Państwo Machoccy uprawiają również truskawki, czerwoną i czarną porzeczkę, borówkę amerykańską, jabłka, gruszki, czereśnie i orzechy.



Owoce i warzywa początkowo były sprzedawane indywidualnym odbiorcom, na przykład na bazarkach w Kielcach, a obecnie głównie na Eko Bazarze w Kielcach. Prowadzona jest również sprzedaż prosto z gospodarstwa, ale także w formie paczki dostarczanej klientowi na zamówienie. Po przejęciu gospodarstwa Pani Agata zaczęła promować i sprzedawać swoje produkty przez Internet. Przede wszystkim jest to **Facebook** (Gospodarstwo Ekologiczne u Machockich NOWA strona), **strona internetowa** (www.gospodarstwoekologiczneumachockich.pl) oraz **Świętokrzyski e-Bazarek**.

Od 2017 roku, chcąc zagospodarować niesprzedane warzywa i owoce, Pani Agata produkuje przetwory według tradycyjnych przepisów, które również są certyfikowane przez jednostkę COBICO. Obecnie w gospodarstwie w ramach rolniczego handlu detalicznego wytwarzane są: soki i syropy malinowe, soki i syropy z czerwonej porzeczką, dżemy malinowe i truskawkowe, deser z czerwonej i czarnej porzeczką, powidła śliwkowe, czeko-śliwka, ocet jabłkowy, ketchup cukiniowo-pomidorowy, ogórki kiszane, kapusta kiszona z marchewką, ogórki w zalewie octowej curry, barszcz biały i żur, zakwas z buraków, ćwikła, orzechy, suszone jabłka, przeciery dyniowe i wiele innych.



W 2020 roku Pani Agata podjęła dodatkową działalność – zaczęła świadczyć **usługi agroturystyczne**, które zamierza rozwijać. Jak sama mówi, prowadzenie gospodarstwa ekologicznego jest jej podstawową działalnością, ale nie zamierza się tylko do niej ograniczać.



*Ponieważ w gospodarstwie był niewykorzystywany budynek, postanowiłam go wyremontować i założyć **agroturystykę**. Był to „strzał w dziesiątkę”. Turyści, których przyjmujemy są zachwyceni. Cisza, spokój, brak sąsiadów i położenie gospodarstwa na wzgórzu, z którego rozciągają się przepiękne widoki powodują, że w sezonie letnim mam pełne obłożenie, a sezon tak naprawdę rozpoczyna się już w maju, a kończy w październiku. Są to rodziny z dziećmi, ale nie tylko, bo także przyjeżdżają osoby potrzebujące się zresetować, no i grzybiarze, ponieważ mamy tu dużo lasów. **Część z nich to stali klienci.***





Pani Agata ma wiele pomysłów i planów na przyszłość. *Jeśli chodzi o plany na przyszłość, to chcę działać w kierunku ludzi/dzieci* – mówi. W planach ma także poszerzenie działalności agroturystycznej, myśli o założeniu zagrody edukacyjnej i realizacji warsztatów dla dzieci np. z robienia dżemów.

Plany „te bliższe i te dalsze” ma skonkretyzowane. W pierwszej kolejności planuje dalszy remont i przebudowę budynku przeznaczonego na cele turystyczne (wyłożenie kostki przed budynkiem, przebudowa pomieszczeń, budowa tarasu, zaadaptowanie stodoły na warsztaty, mini wesela, chrzciny, komunie itp. *Praca w gospodarstwie nigdy się nie kończy. Przede wszystkim dlatego, że ciągle wymyślam coś nowego. Mam w głowie wiele projektów, które chciałabym zrealizować* – kontynuuje.

Pani Agata promuje swoje gospodarstwo na OLX i Facebooku. To jej jak na razie wystarcza. Ceni sobie elastyczność. *Prowadząc gospodarstwo, w czasie intensywnych prac, nie zawsze jestem w stanie przyjąć turystów z dnia na dzień* – mówi.

Oczywiście, pojawiają się także trudności i bariery. Pani Agata przede wszystkim wskazuje na **brak osób chętnych do prac sezonowych**. Jest to dla niej duży problem, szczególnie jeśli chodzi o uprawę warzyw. Dlatego zastanawia się, czy nie zrezygnować z uprawy warzyw na rzecz poszerzenia asortymentu owoców i rozwinięcia przetwórstwa.



*Czasami, kiedy jestem zmęczona i myślę, że już nie dam rady tak funkcjonować, to myślę, żeby ograniczyć działalność. Ale na szczęście są to tylko chwile. Po nich pojawiają się kolejne pomysły, takie jak kupno kotła warzelnego - dał mi czas, którego mi brakowało. (...) Nigdy nie można zatrzymać się w miejscu. Cały czas trzeba dokonywać oceny co się opłaci, z czym mam problem i podejmować decyzje, wprowadzać zmiany. Jest to trudne, ale jak się udaje, to mam satysfakcję. Jeśli chcę tu żyć i pracować, muszę to robić, chcę to robić. **Oczywiście dużym wsparciem są dla mnie moi rodzice.***



Aktywność życiową zaszczepili jej rodzice. Od najmłodszych lat udziela się społecznie w wolontariacie (zbiórki żywności, fundacje, hospicjum). Jest strażakiem i sekretarzem Ochotniczej Straży Pożarnej w Cisowie. Uczestniczy w organizowanych przez OSP akcjach charytatywnych (pieniądze za akcje przekazywane są jednostce na zakup sprzętu potrzebnego do ratowania ludzi i mienia). Jak sama mówi: *Dzięki tym organizacjom poznaję ciekawych ludzi, uczę się nowych rzeczy i poznaję świat z innej strony.*

Pani Agata w swoim gospodarstwie, poza uprawą ekologiczną warzyw i owoców, wprowadza także inne ekologiczne inwestycje, takie jak przydomowa oczyszczalnia ścieków, panele fotowoltaiczne czy piec ekologiczny opalany peletem. Żeby ułatwić sobie



start jako rolniczka, skorzystała z programu „Młody rolnik”. Środki z tego projektu zostały przeznaczone na zakup ciągnika z podnośnikiem czołowym, który – jak mówi – „oszczędza dużo sił, czasu i zdrowia”. Gospodarstwo jest wpisane do Krajowej Sieci Gospodarstw Demonstracyjnych prowadzonej przez Centrum Doradztwa Rolniczego w Brwinowie.

Pani Agata, podobnie jak wcześniej jej rodzice, może poszczycić się wieloma nagrodami i sukcesami. Poniżej, w porządku chronologicznym, wymieniono nagrody zdobyte w historii gospodarstwa:

ROK 2008

- III miejsce dla Jana i Rozalii Machockich w Konkursie na Najlepsze Gospodarstwo Ekologiczne w kategorii „Ekologia-środowisko”.

ROK 2013

- I miejsce dla Jana i Rozalii Machockich w finale wojewódzkim VI Konkursu na Najlepsze Gospodarstwo Ekologiczne w kategorii „Ekologia-środowisko”.
- II miejsce dla Jana i Rozalii Machockich w powiecie kieleckim w Konkursie „Rolnik Roku”.
- II miejsce dla Jana i Rozalii Machockich w kategorii ekologicznej w Konkursie „Rolnik Roku”.

ROK 2014

- Odznaka honorowa „Zasłużony dla rolnictwa” dla Rozalii Machockiej od Ministra Rolnictwa i Rozwoju Wsi.

ROK 2018

- I miejsce dla Agaty Machockiej w powiecie kieleckim w XVI Ogólnokrajowym Konkursie „Bezpieczne Gospodarstwo Rolne 2018”.

ROK 2019

- I miejsce dla Agaty Machockiej w kategorii „Ekologia-środowisko” w finale wojewódzkim XII Konkursu na Najlepsze Gospodarstwo Ekologiczne.

ROK 2019

- I miejsce dla Agaty Machockiej w kategorii „Ekologia-środowisko” w finale wojewódzkim XII Konkursu na Najlepsze Gospodarstwo Ekologiczne.
- Brązowa odznaka dla Agaty Machockiej „Zasłużony dla samorządu rolniczego”.

ROK 2024

- Najlepsze Gospodarstwo Ekologiczne w województwie świętokrzyskim.
- II miejsce w Polsce jako najlepsze gospodarstwo ekologiczne.

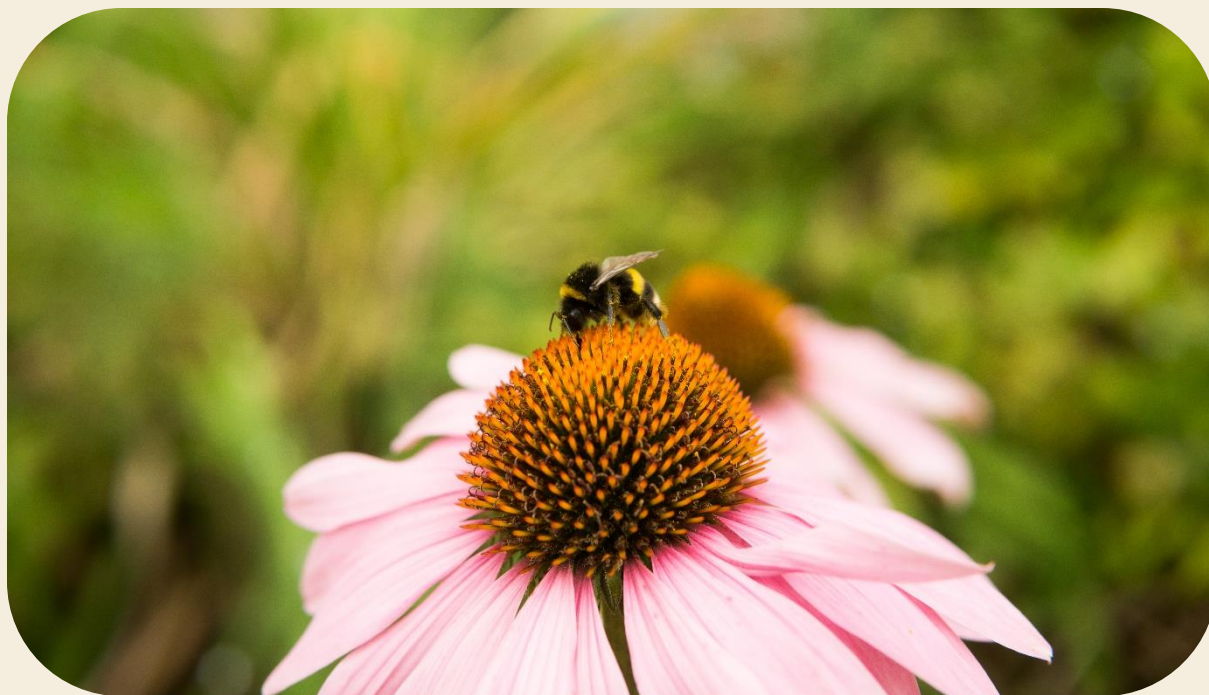


Co chciałaby Pani przekazać innym kobietom z obszarów wiejskich – „dobra rada”?

Dobra rada? Żeby się nie bały walczyć o to, co wydaje się słuszne. Jeśli się uda, to super, a jeśli nie, to potraktować to jako lekcję na przyszłość. Wszystko jest nam w życiu potrzebne i te dobre, i złe chwile, ale nigdy nie można się poddawać.

STWIERDZENIE MOTYWUJĄCE

„Ty też dasz radę, bo jesteś kobietą, a my się nigdy nie poddajemy!”



ROZDZIAŁ III

Nie może być... kobieta najlepszym pszczelarzem?



**ZAGRODA EDUKACYJNA „WARMIŃSKA PSZCZOŁA” –
KASIA I ANDRZEJ MAZIEC**

Purda 124a, 11-030 Purda
woj. warmińsko-mazurskie



+48 660 537 999, +48 505 233 582



warminska.pszczola@wp.pl



www.mazuryagroturystyka.com.pl

To dziś...?! Boże, przepraszam... Już jedziemy. Tak Pani Kasia, tkwiąc w wigilijne popołudnie za korporacyjnym biurkiem, zareagowała na telefon od swojej mamy. Ten epizod ostatecznie utwierdził ją i jej małżonka Andrzeja w dojrzewającym w nich od jakiegoś czasu przekonaniu, że czas rozstać się z korporacją i poszukać spokojniejszego życia. Swojej prywatnej dziczy nie odnaleźli jednak w Bieszczadach, a na pograniczu Warmii i Mazur, w Purdzie – wsi położonej 15 km na południowy wschód od Olsztyna. W 2013 r. kupili kawałek ziemi na obrzeżach miejscowości i wybudowali dom. *Zgromadzone oszczędności szybko się jednak rozeszły, a za coś trzeba było przecież żyć...* – wspomina.

Pobliskie jezioro, sarny i zające zaglądają przez okna do kuchni i ptaki wyśpiewujące o świcie piękno przyrody, skłoniły Państwa Maziec do **rozpoczęcia działalności agroturystycznej**. Dzięki środkom pozyskanym z LGD wybudowali całoroczny przytulny drewniany domek, dysponujący dwoma sypialniami, łazienką, kuchnią i salonem oraz dużym, zadaszonym tarasem.



Drugi, podobny domek, wybudowali już z własnych środków. Na brak turystów nie narzekają (może dlatego, że każdy z gości dostaje na powitanie miód albo nalewkę...), ale dziś to nie agroturystyka jest ich wizytówką.

Pszczół nie są proste w obsłudze, ale są niezwykle fascynujące. I to one okazały się naszą pasją i sposobem na życie... Purdę w XIV w. założyli bartnicy, którzy otrzymali od Kapituły Warmińskiej połacie puszczy i zaczęli na tym obszarze pozyskiwać miód od dzikich pszczoł. Fakt ten zainspirował Państwa Maziec,

którzy zapragnęli pozostać wiernymi tej tradycji. Jako pierwszy kurs pszczelarstwa rozpoczął Pan Andrzej. Dość szybko wciągnął w to jednak Panią Kasię i finalnie oboje ukończyli specjalistyczne szkolenie, zdobywając kwalifikacje techników pszczelarzy. Swoją wiedzę i umiejętności poszerzali dodatkowo podczas wielomiesięcznych staży u zaprzyjaźnionego i doświadczonego pszczelarza.



Spróbujemy. Chociaż 5 uli. Jako hobby, dla podtrzymania i kultywowania tradycji, dla turystów, dla opowiadania... Początkowo miało być to tylko kilka uli – takie urozmaicenie, dodatkowa atrakcja dla gości wynajmujących domki. **Obecnie tych uli jest ponad 350.**

Dzięki współpracy z okolicznymi rolnikami, rozstawione są one w kilku miejscach pasiecznych, m.in. na łąkach, polach i obszarach leśnych. Różnorodność tych lokalizacji umożliwia wytwarzanie pod marką „Warmińska Pszczoła” wielu rodzajów miodu, m.in. rzepakowego, wielokwiatowego, akacjowego, chabrowego, lipowego, gryczanego, wrzosowego, spadziowego czy kolendrowego. Państwo Maziec na bazie miodu tworzą smakowe wariacje i oferują kremy miodowe, np. z kakao (inspirowany upodobaniem ich córki Ani), maliną, cytryną i imbirem, płatkami róży, kardamonem czy pomarańczą i cynamonem. Osoby odwiedzające gospodarstwo mogą także nabyć pyłek pszczeli, świece z pszczelego wosku oraz przetwory z dodatkiem miodu.



Z biegiem czasu i wzrostem liczby pszczelich rodzin, ilość wytwarzanego miodu przybrała ilości przekraczające możliwość sprzedaży ich w niewielkim sklepiku na terenie ich gospodarstwa. Dzięki zaangażowaniu Pana Tomasza Piłata (prezesa LGD „Południowa Warmia” i LGR „Pojezierze Olsztyńskie”) oraz 6 okolicznych rolników (w tym Pani Kasi), wbrew pesymistycznemu podejściu wielu instytucji i braku z ich strony jakiegokolwiek wsparcia, udało się stworzyć Targowisko „Dobre Bo Nasze Warmińsko-Mazurskie” w Tomaszku pod Olsztynem. To tam, w każdą sobotę rano, Państwo Maziec sprzedają swoje produkty. Istnieje także możliwość nabycia ich przez Internet. W niedalekiej przyszłości oferta poszerzona zostanie o rzemieślnicze miody pitne, bo w trakcie rozpatrywania jest wniosek o zalegalizowanie miodosytni.



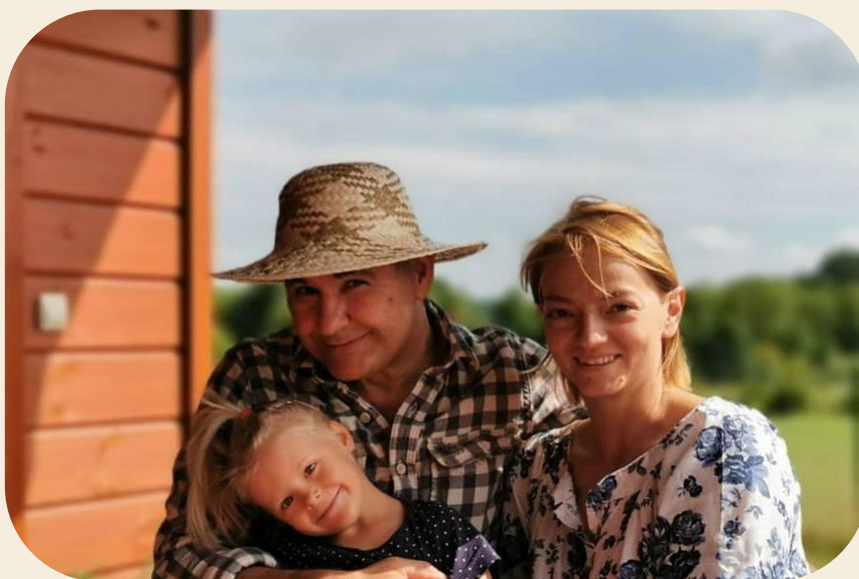
*Początkowo informacje o tym miejscu i oferowanych tu produktach, klienci przekazywali sobie pocztą pantoflową. **Dziś to miejsce tętni życiem.** Nie dlatego, że wpompowaliśmy miliony w jego promocję, bo ich nie mamy. Ale dlatego, że **miejsce to broni się jakością oraz atmosferą.** Bo jakość się obroni, zawsze. I nie ważne czy to jest usługa, czy dobro materialne. Jeżeli jest w tym jakość, to będzie na to popyt. Będzie. I to się obroni.*



Hala targowa w Tomaszku jest obecnie miejscem spotkań kilkudziesięciu lokalnych rolników i producentów należących do LGD „Południowa Warmia” (w większości ekologicznych) wytwarzających najwyższej jakości wędliny, nabiał, pieczywo, zioła, miody czy ryby, z kilkudziesięcioma tysiącami kupujących. Jest ono także inspiracją dla podobnych miejsc powstających w innych częściach kraju. Gwarantem jakości jest

osobista weryfikacja każdego potencjalnego wystawcy przez inicjatora targowiska, Pana Tomasza Piłata.

Pani Kasia i Pan Andrzej nie od razu zostali zaakceptowani przez lokalną społeczność. Przez długi czas postrzegani byli jako dziwacy – no bo kto normalny buduje się w szczerym polu, z dala od sąsiadów, w miejscu, do którego prowadzi jedynie nieutwardzona, polna droga? Przez lata funkcjonowali jako „oni”, „ta”, „tamten”. Sytuację odmieniło diametralnie pojawienie się Ani – córki Państwa Maziec: *Ania, wraz z pójściem do przedszkola, przełamała wszelkie bariery, otworzyła społeczność wiejską, wzbudziła jej przychylność, zbudowała zaufanie.*



Pozwoliło to Pani Kasi realizować się już nie tylko w ramach prowadzonej przez siebie działalności, ale przyczynić się do rozwoju lokalnej społeczności, której „właśnie” została członkiem. Dziś pełni ona funkcję przewodniczącej Koła Gospodyń Wiejskich w Purdzie. Jest ponadto radną gminy Purda, a także zasiada w radzie sołectwej.

A pokażecie, a opowiecie...? Aby dzielić się swoją pasją, wiedzą, doświadczeniem i umiejętnościami, Państwo Maziec, zainspirowani ciekawością odwiedzających ich turystów, w 2020 r. przystąpili do Ogólnopolskiej Sieci Zagród Edukacyjnych i prowadzą Zagrodę Edukacyjną „Warmińska Pszczoła”. Realizację ich misji ułatwiło pozyskanie środków z PROW 2014-2021 na budowę pracowni do prowadzenia warsztatów. Niebawem powstanie duża pracownia pszczelarska, gdyż udało się im pozyskać środki na ten cel z programu LEADER.

Zajęcia realizowane w ramach zagrody edukacyjnej po części **kierowane są do dzieci i młodzieży**. Uczestnicy **poznają świat pszczół**, zwiedzają pasiekę i pracownię pszczelarską, dokonują degustacji miodu i mogą wykonać świece z wosku pszczelego, tabliczki zapachowe z wosku pszczelego oraz olejków i innych dodatków lub samodzielnie zbudować domek dla dzikich zapylaczy i zabrać go do domu. Pobyt grupy zakończony jest zwykle ogniskiem i pieczeniem kiełbasek. Często jednak gośćmi zagrody



są także rodziny z dziećmi. Przyjeżdżają ponadto grupy zorganizowane, realizowane są wyjazdy integracyjne czy inne rodzaje spotkań organizowanych na potrzeby firm i różnych stowarzyszeń.

Niezależnie od rodzaju i charakteru grupy, gwarancją satysfakcji dla odwiedzających zagrodę Państwa Maziec są **liczne nagrody i wyróżnienia przyznawane im za ponadprzeciętne zaangażowanie, kreatywności i jakość realizowanych usług turystycznych i edukacyjnych**. Wśród nich wskazać można m.in.:

ROK 2019

- III miejsce w Konkursie Agro-Eko-Turystyczne „Zielone Lato”.

ROK 2022

- I miejsce w kategorii „Zagrody Edukacyjne” w Konkursie Agro-Eko-Turystyczne „Zielone Lato”.

ROK 2023

- II miejsce w kategorii rodzinnej w Ogólnopolskim Konkursie „Sposób na sukces”.
- III miejsce w Konkursie na Najlepsze Gospodarstwo Agroturystyczne z Tradycjami.
- Wyróżnienie w kategorii „Rozwój lokalny, aktywizacja i integracja społeczna” w Konkursie „Przyjazna Wieś”.
- I miejsce w Konkursie „Pszczelarz Roku”.

ROK 2024

- Laur „Najlepszym z Najlepszych” w kategorii „Turystyka”.
- Zaliczenie Pani Kasi do Złotej Dziesiątki Kobiet Sukcesu Warmii i Mazur.

Oferta „Warmińskiej Pszczoły” skierowana jest także do osób dorosłych, w tym także tych, którzy zawodowo zajmują się lub chcą się zajmować pszczołami, gdyż, jak zauważa Pani Kasia:

„Ci, którzy potrafią przekazać wiedzę **często boją się konkurencji**, a ci, którzy się jej nie boją, **rzadko potrafią tę wiedzę przekazać**. Dla nas bardzo ważny jest aspekt edukacji środowiska pszczelarskiego. Budowa świadomego i wyedukowanego społeczeństwa pszczelarzy, które wzajemnie się wspiera, a nie tylko postrzega się jako konkurencję.



Stąd też, w zagrodzie edukacyjnej Państwa Maziec, można odbyć profesjonalny trzydniowy kurs zarówno dla początkujących, ale też średniozaawansowanych pszczelarzy. O jego jakości i wartości świadczyć może fakt, iż **w 2023 r. Pani Kasia, jako pierwsza i jedyna dotychczas Kobieta, zwyciężyła w konkursie Pszczelarz Roku, a prowadzona przez nią pasieka została wskazana jako najlepsza pasieka w Polsce.** Było to dla niej ogromne zaskoczenie, ale także wyróżnienie, nobilitacja i docenienie jej starań oraz ciężkiej pracy. Jak sama stwierdza:



*Jest taki bardzo **mocno zakorzeniony stereotyp**, że pszczelarzem może być tylko mężczyzna, a kobiety się nie nadają na pszczelarzy albo mogą być najwyżej pomocnikami pszczelarzy. Natomiast mój mąż uważa, że **kobiety mają zadatki, aby być o wiele lepszymi pszczelarzami niż mężczyźni, bo są terminowe, są precyzyjne, są cierpliwe i bardzo uważne.***



Prowadzenie zagrody edukacyjnej, gospodarstwa agroturystycznego, praca w pasiece i wielokanałowa sprzedaż produktów z niej pochodzących oraz liczne zobowiązania społeczne i rodzinne, a także codzienne troski potrafią wykończyć zarówno psychicznie, jak i fizycznie. Pani Kasia ma na to jednak swój sposób:



*Jak jestem zmęczona, jak już mam wszystkiego dosyć, to nakładam strój i idę po wyciszenie do pasieki. **Pszczółą** po prostu nie wybacza takiego pobudzenia. Ona **wymaga spokoju, spokojnych ruchów, spokojnych emocji.** Ona to wszystko wyczuwa. I nagle, po godzinie pracy z pszczołami, człowiek jest wyciszony. To jest Zen, po prostu. Ja wracam do domu zmęczona, spocona i szczęśliwa! I na nowo wszystko zaczynam. Już wtedy mam czyste spojrzenie i na te problemy, i na te nerwy, i na te kłótnie, i na jakieś konflikty, i wtedy na spokojnie, z czystą głową...*





Pani Kasia, w oparciu o wieloletnią działalność, liczne i szeroko opisywane sukcesy, ale też porażki i problemy, o których nikt pisać nie chce, nabyła swego rodzaju przedsiębiorczą mądrość i wyrobiła sobie racjonalne spojrzenie i podejście do realizowanych przedsięwzięć. Dla kolejnych śmiałków, chcących urzeczywistniać swoje pomysły ma dobrą radę:

”

*Żeby się nie bali. **Żeby się nie bali porażek i żeby się nie bali mierzyć wysoko, marzyć.** Bo to wszystko powstało w marzeniach. Rzucić wszystko i wyjechać w Bieszczady... na Warmię. Nie bać się marzyć, a potem to zrealizować. A przy realizacji zawsze coś pójdzie nie tak. Ale konsekwentnie trzeba przeć do przodu. Zweryfikować co jakiś czas plan, skorygować kierunek. Jeśli coś się nie udało, trzeba sprawdzić, dlaczego się nie udało. I konsekwentnie iść do przodu. **Gdybyśmy po pierwszej poważnej porażce zrezygnowali, to byśmy byli z powrotem w mieście.** Już po roku.*

”



ROZDZIAŁ III

Naturianki: Z serca natury dla ciebie

naturianki

„NATURIANKI” AGNIESZKA I MARIUSZ ZWOLIŃSCY

Aleja Legionów Polskich 3, 99-416 Julianów
woj. łódzkie



+48 503 642 542



sklep.naturianki@gmail.com



www.naturianki.pl



Pani Agnieszka Zwolińska wraz z mężem Mariuszem od ponad 20 lat prowadzą gospodarstwo rolne o powierzchni 5,5 ha zlokalizowane w Julianowie, w gminie Nieborów w woj. łódzkim. Przejęli je po rodzicach i zajmowali się uprawą zbóż, okopowych i warzyw w gruncie (pomidory, ogórki, fasola, bób, kapusta pekińska). W gospodarstwie było też bydło mleczne, trzoda chlewna i drób.

Od 2023 roku zaczęto przekształcać je w **ekologiczne gospodarstwo rolne**, które jest w czasie konwersji (trzyletniego okresu przestawiania) pod nadzorem jednostki certyfikującej. Do prowadzenia działalności rolniczej dołączyła ich córka Patrycja, która wraz z Panią Agnieszką tworzy „Naturianki”. *Pielęgnowujemy rośliny z miłością, szacunkiem do Ziemi, jednocześnie kierując się zasadami permakultury. Nasza praca polega na uważnej obserwacji przyrody, szacunku do rytmu pór roku i wdzięczności wobec roślin* – mówi Pani Agnieszka.

Inspiracją i motywacją do zmiany profilu działalności, a także zmiany życiowej stał się okres pandemii COVID-19. Już przed pandemią koszty produkcji kapusty pekińskiej systematycznie wzrastały, plony nie zawsze były satysfakcjonujące, a sprzedaż była coraz trudniejsza i mało opłacalna. *To mnie demotyowało do pracy, miałam świadomość, że produkujemy żywność, której jakość jest wątpliwa. Pojawiło się wypalenie zawodowe, mąż zachorował i sprzedaż musiałam zajmować się sama. To mnie dołowało psychicznie i powiedziałam dość. Nadszedł czas na zmianę* – relacjonuje Pani Agnieszka.



*Decyzję podjęłam w czasie pandemii, kiedy to byliśmy pozamykani w domach. Mieliśmy więcej czasu na przemyślenia. Córką Patrycja wróciła do domu i zdalnie studiowała dziennikarstwo. U mnie pojawiły się dolegliwości zdrowotne – miałam skierowanie do szpitala na zabieg chirurgiczny, ale były one zamknięte. Musiałam sobie radzić sama i poszukując rozwiązań, odkryłam wspólnie z córką Patrycją zioła, zaczęłam je stosować, a po roku okazało się, że dolegliwości ustąpiły i operacja nie była potrzebna. Utwierdziłam się w przekonaniu, że **zioła mają moc**. (...) Początkowo zaczęłyśmy zbierać zioła na własne potrzeby, suszyć i rozdawać najbliższej rodzinie oraz znajomym. Wówczas moja siostra zainspirowała nas do otwarcia sklepu internetowego.*



Otwarcie sklepu „Naturianki”, który działa w ramach RHD (Rolniczego Handlu Detalicznego) nastąpiło 26 maja 2023 roku. W ofercie znajdują się produkty wykonane ręcznie, bez sztucznych dodatków i konserwantów z wykorzystaniem tradycyjnych receptur i ziół zebranych z czystych terenów. *Byłam pełna obaw, czy klienci będą zainteresowani naszymi produktami, czy się uda. W moim domu od zawsze były kiszonki, domowe przetwory i soki. Od czasów pandemii obie z córką zakochałyśmy się także w ziołach, które można znaleźć w ziołowych herbatach, ręcznie zbieranych i przetwarzanych* – mówi Pani Agnieszka.

W listopadzie 2025 roku działalność przetwórcza „Naturianek” została dostrzeżona na Międzynarodowych Targach Żywności i Przemysłu Spożywczego (Global Food Expo) i nagrodzona Dyplomem w kategorii „Innowacyjność”.



Pasja ta spowodowała, że obie Panie zaczęły kształcić się w kierunku ziołolecznictwa, Agnieszka u doktora Różańskiego (kurs „Receptura zielarska”) i na kursie z zakresu agroleśnictwa, Patrycja zaś w Instytucie Zielarstwa Polskiego na Uniwersytecie Medycznym w Poznaniu oraz w Collegium Civitas w zakresie zdrowego stylu życia.



Na warsztatach rozwoju osobistego Pani Agnieszka poznała Panią Agnieszkę Cegielską, która wypromowała ofertę wspominając o niej na swoim profilu na Instagramie. W efekcie szybko zaczęły pojawiać się zamówienia. *Można powiedzieć, że wzięła nas pod opiekę, zareklamowała naszą działalność, bo jesteśmy autentyczne, w tym co robimy.*

Początki organizowania zielnika były trudne, ponieważ mąż Pani Agnieszki nie akceptował pomysłu, wskazywał na brak miejsca w gospodarstwie, wątpił w pozytywne efekty ekonomiczne. Pani Agnieszka wspólnie z córką Patrycją i synem Szymonem zorganizowali pierwszy zielnik, miejsce na ognisko i altanę. Rodzina wykonała wiele prac samodzielnie, zagospodarowała wiele materiałów z odzysku, nadała im drugie życie. *Miałam ogromne wsparcie moich dzieci. Wszyscy mieliśmy frajdę. Byłam mistrzynią w przejmowaniu terenu pod zielnik. Jak mąż zobaczył, że są dochody z naszej działalności, zaczął się przekonywać do tego pomysłu – udało się zagospodarować kolejne 19 arów.*

„Naturianki” prowadzą gospodarstwo ekologiczne, w którym produkowane są zdrowe, naturalne i domowe przetwory, mieszanki ziołowe i inne skarby, które karmią duszę i ciało. Gospodarstwo prowadzone jest z wykorzystaniem zasad permakultury. W gospodarstwie stosowane są nowe zasady rolnictwa ekologicznego, m.in. ściółkowanie czy wykorzystanie kartonów, które wzbudziły zainteresowanie wśród lokalnej społeczności.

Do uprawy warzyw ekologicznych Rodzinę Zwolińskich zainspirowała Pani Agnieszka Cegielska. Wówczas Pani Agnieszka Zwolińska zdecydowała się ukończyć roczny kurs „agroleśnictwo”. Powstał pomysł



realizowania **idei rolnictwa ekologicznego wspieranego przez społeczność** (RWS). Polega to m.in. na tym, że rolniczka sprzedaje udziały w swojej produkcji na początku sezonu w formie „abonamentu”, a konsumenci płacą z góry, aby zapewnić sobie regularne dostawy. Pani Agnieszka zmodyfikowała tę propozycję i zaproponowała płatność w czterech ratach.

W 2025 roku zrealizowała pierwszą sprzedaż warzyw i ziół pochodzących z własnego gospodarstwa ekologicznego w formie paczki z dostawą do domu. Okazało się, że oferta 60 paczek dla rodzin uzyskała pozytywny odbiór konsumentów, którzy w krótkim czasie wykupili opcję subskrypcji. Część osób zamawiała paczkę co tydzień, a część co dwa tygodnie. W 2026 roku właścicielka planuje cotygodniową sprzedaż trwającą 24 tygodnie dla 60 konsumentów. Zawartość paczek dostosowana jest do pór roku i okresu dostępności roślin w ogrodzie. Wśród sezonowych warzyw są też mniej znane (np. pasternak, miechunka, topinambur), są też sezonowe zioła, (np. melisa, mięta, szalwia, rozmaryn).



Promocją oferty i budowaniem relacji z klientami zajmuje się Pani Patrycja – prowadzi kanał na YouTube „Zielarka w duszy”, profil na Instagramie, grupę na Facebooku, zajmuje się wysyłką paczek i sprawami organizacyjnymi. Pani Agnieszka realizuje się natomiast w przetwórstwie. Wspólnie pracują w ogrodzie i przygotowują paczki.

Panie zamierzają rozwijać swoją działalność – chciałyby poszerzyć ofertę gospodarstwa o warsztaty zielarskie czy warsztaty z zakresu upraw ekologicznych w ogródkach przydomowych. Planują również nasadzenia z czarnego bzu, ponieważ jest duże zapotrzebowanie na prozdrowotne soki.

Aktualnie 1,2 ha zajmują uprawy ekologiczne, za rok planują przestawić całe gospodarstwo na produkcję ekologiczną. Na pytanie, czy będzie zagroda edukacyjna, Pani Agnieszka odpowiada, że prawdopodobnie tak. *W tym roku zorganizowałyśmy warsztat „Wykopki” dla grupy uczniów z 8. klasy. Były też zadania z zakresu rozpoznawania ziół i oczywiście ognisko. Otrzymaliśmy bardzo pozytywny feedback i prośbę o zorganizowanie warsztatów na wiosnę dla kolejnych grup.*



Panie Agnieszka i Patrycja swoją pasją zarażają najbliższych, osoby odwiedzające ich gospodarstwo oraz spotykane w trakcie wielu wydarzeń. Emanuje od nich spokój i spełnienie, będące efektem życia w zgodzie z rytmem natury i realizacji swoich prawdziwych marzeń. To jednocześnie daje im siłę do dalszego rozwijania własnych pasji i gospodarstwa w duchu „slow life”.

Są dumne ze swoich osiągnięć, realizacji swoich pasji i chciałyby przekazać innym kobietom, które planują rozpocząć swoją działalność takie przesłanie: *Nie czekajcie na lepszy czas, we wszystkim słuchajcie głosu swojego serca, bo ono wie gdzieś podświadomie, co chciałoby się robić, co będzie przynosiło nam satysfakcję, wielką radość. Jeśli nie będziemy odczuwali tej radości, to będziemy mieli zawsze pod górę. My jesteśmy dobrym przykładem, odnalazłyśmy swoją drogę, wkładamy serce i wszystko dzieje się samo.*

STWIERDZENIE MOTYWUJĄCE

„Idź za głosem serca”



ROZDZIAŁ IV

Łemkowskie smaki w „malowanych wierchach”



GOSPODARSTWO AGROTURYSTYCZNE „MALOWANE WIERCHY” – SYLWIA I ALBERT PACH

Gładyszów 52, 38-315 Uście Gorlickie
woj. małopolskie



+48 694 914 985



kontakt@malowanewierchy.pl



www.malowanewierchy.pl



Gospodarstwo agroturystyczne „Malowane Wierchy” Sylwii i Alberta Pach znajduje się we wsi Gładyszów w turystyczno-uzdrowiskowej gminie Uście Gorlickie na obszarze Beskidu Niskiego.

Pani Sylwia zawsze myślała o tym by przyjmować gości, a powrót na wieś, po wielu latach życia w mieście, tylko to przyspieszył. Wiedziała, że nie znajdzie pracy, która by ją satysfakcjonowała, więc zorganizowała ją sobie sama. Od 2014 r. prowadzi wraz z mężem gospodarstwo agroturystyczne.



Przewartościowaliśmy sobie nasze życie. Postanowiliśmy zamieszkać w Gładyszowie. Miałam już dość w pracy presji na wyrabianie coraz to większych targetów. Byłam w ciągłym stresie. Mój mąż od jakiegoś czasu pracował zdalnie, więc nie był związany lokalizacją firmy. Miałam to szczęście, że dla mojego męża, który pochodzi z dużego miasta, przeprowadzka na wieś była ogromną radością, dodatkowo bardzo mu się tutaj podobało a w głębi serca zawsze marzył o domu na wsi.



Najpierw, wraz z mężem, wybudowała dom, a z czasem przejęła gospodarstwo po Rodzicach, więc zapytana, czy trudno jej było podjąć decyzję o rozpoczęciu tej działalności, stwierdza, że nie, podkreślając, że jest przykładem na to, że **można na wsi godnie żyć i robić to, co się lubi.**



*Nie ukrywam, że w moim przypadku podjęcie decyzji o działalności agroturystycznej i jej rozwinięcie było łatwiejsze z dwóch powodów: po pierwsze urokliwość miejsca – Beskid Niski ma wiele do zaoferowania turystom, a po drugie – gospodarstwo przejęłam po rodzicach, a więc **nie zaczynałam od „zera”**. Ale to nie znaczy, że było łatwo! Trudny był sam start, mieliśmy małe dziecko, więc priorytety się zmieniły, dodatkowo w maju, przed otwarciem, przyszły ogromne ulewy i zalało nam suterynę.*



Największym wyzwaniem dla Pani Sylwii **było wejście „na rynek”**, stanie się widzialnym dla potencjalnych turystów, bo wiadomo, od tego zależy sukces. Czym ich przyciągnąć? Pani Sylwia postawiła na lokalną kuchnię opartą na lokalnym produkcie. Biorąc pod uwagę swoje wieloletnie już doświadczenia stwierdza, że turyści szukają lokalnych smaków, a turystyka kulinarna jest w rozkwicie, dlatego oferuje noclegi z wyżywieniem – śniadaniem i obiademokolacją. Jak wspomina: *Lubię gotować, więc sama przygotowuję potrawy. Ponieważ mieszkamy na terenie, gdzie żywe są tradycje mniejszości narodowej Łemków, wprowadzam do swoich potraw elementy kuchni łemkowskiej. Chodzi mi o to, by moi goście mogli zakosztować tych smaków. Ale prowadzę też warsztaty – na przykład dla szkół gastronomicznych, bo okazuje się, że młodzież nie zna lokalnych potraw.*



Przygotowywanie potraw kuchni łemkowskiej jest dla Pani Sylwii bardzo ważne. Potrawy te przypominają jej dzieciństwo i jego smaki. Dodatkowo ważne jest to, że w ten sposób kultywuje dziedzictwo kulinarne i kulturowe regionu. A kiszane rydze z gminy Uście Gorlickie, które można u niej spróbować, są wpisane na ministerialną listę produktów tradycyjnych. I przymierza się do wpisania kolejnych potraw na tę listę. Pani Sylwia z mężem Albertem szczególnie **dbają o to, by posiłki były przygotowywane z produktów lokalnych**. Goście mogą także skosztować przetworów przygotowywanych przez gospodarzy. *Przetwarzanie owoców, warzyw i grzybów zajmuje nam znaczą część czasu w lecie i jesieni. Nasza spiżarnia jest absolutnie imponująca – mówi z dumą w głosie.*

Kolejną pasją Pani Sylwii są pszczoły. Ponieważ Tata Pani Sylwii od zawsze miał pszczoły, to jak mówi, wychowała się wśród nich, choć miała do nich duży respekt i dopiero w dorosłym życiu, jak wróciła na wieś, na nowo się na nie otworzyła. A potem ukończyła pszczelarstwo na Uniwersytecie Rolniczym. To daje jej podstawy do prowadzenia przydomowej pasieki oraz organizowania warsztatów dla gości o życiu pszczół.



Największą wartością dla Państwa Pach, w ich ocenie, jest to, że **są otwarci na każdego typu turystę**, szczególnie na tych wrażliwych na przyrodę, która w Beskidzie Niskim jest jeszcze dzika i zachwyca. Jak Pani Sylwia podkreśla:



***Staramy się, aby każdy czuł się u nas dobrze.** W gospodarstwie są udogodnienia dla rodzin z dziećmi, ale obserwujemy też wzrost przyjazdów przez pary, które potrzebują odpoczynku z dala od cywilizacji, w bliskim kontakcie z przyrodą i z pysznym jedzeniem. W Malowanych Wierchach mile widziane są również czworonogi.*



Dom Państwa Pach jest świetnym punktem startowym do wycieczek rowerowych w tej części Beskidu Niskiego. Dostrzegając zainteresowanie gości tą formą aktywności, gospodarze uruchomili wypożyczalnię rowerów różnej wielkości, w tym także elektrycznych. Chcąc zapewnić jak najlepsze warunki do wypoczynku, w gospodarstwie pojawiła się też sauna fińska, dzięki której goście mogą się odprężyć, zregenerować ciało i umysł. Pani Sylwia stara się stworzyć swoim gościom dogodne warunki dla poznania

tradycji i kultury regionu, ale także zdobycia nowych umiejętności. Jak sama mówi: *Ja się bardzo utożsamiam z terenem, na którym działam. Mogę powiedzieć, że znam każdy jego zakątek.*

Gospodarstwo Państwa Pach należy do Stowarzyszenia „Towarzystwo z Beskidu Niskiego”, w skład którego wchodzi kilka gospodarstw agroturystycznych. Ideą przyświecającą działalności stowarzyszenia jest wzajemne polecanie się przez właścicieli gospodarstw, organizowanie różnych przedsięwzięć, takich jak koncerty, pogadanki i spotkania. W wakacje organizowane jest dla turystów „Towarzyskie Lato” – czyli różnorodne warsztaty, które cieszą się ogromną popularnością. Flagowym wydarzeniem są „Dzikie Stoły” podczas którego turyści (i nie tylko, bo miejscowa ludność także) mogą skosztować specjałów kuchni karpackiej przy muzyce na żywo.

Zaangażowanie Pani Sylwii w kultywowanie lokalnych tradycji znajduje też wyraz w organizowanych w gospodarstwie warsztatach, m.in.: „Tradycja pisana woskiem” – pisanki wielkanocne; „Fascynujący świat pszczoł”; „Ziarnuszki” – słowiańskie lalki mocy; „Warsztaty tworzenia kwietników techniką makramy”; „Warsztaty kulinarne wprowadzające w świat kuchni łemkowskiej”.



Pani Sylwia dba o to, by informacja o ich gospodarstwie agroturystycznym była dostępna dla turystów. Jak sama mówi – *Jestem osobą, która jest zaprzyjaźniona z nowymi mediami. Jestem obecna w social mediach, mam profil na Facebooku, współpracuję z Booking.com.*

Dla Państwa Pach **zrównoważony rozwój** gospodarstwa jest niezwykle ważny – dążą do tego, aby ich gospodarstwo było ekologiczne i niezależne energetycznie. W 2019 roku zrealizowali projekt dofinansowany z Funduszy Europejskich pt. *Gospodarstwo Agroturystyczne „Malowane Wierchy” w Gładyszowie – wzorcowe gospodarstwo ekologiczne.* Jego celem było podniesienie efektywności energetycznej, zastosowanie odnawialnych źródeł energii oraz technologii oszczędzających zasoby. Ze środków tego projektu założyli nowoczesną pompę ciepła wraz z instalacją fotowoltaiczną.

Gospodarstwo otrzymało wiele nagród i wyróżnień za swoją działalność. Jak wspomina właścicielka: *Dużym wyróżnieniem było dla mnie zaproszenie przez Muzeum Polin na festiwal Tisch, podczas którego przygotowywałam adzymkę.*

ROK 2016

- „Chata z klimatem” – wielkie odkrywanie Małopolski.

ROK 2018

- „Na wsi najlepiej – 12 dobrych praktyk” – wypoczynek na wsi; Konkurs organizowany przez Polską Organizację Turystyczną.

ROK 2020

- III miejsce w Konkursie Eko HERO Małopolski 2020 w kategorii „Firma EkoHERO”.
- „Najlepsze gospodarstwo agroturystyczne w Małopolsce” – Konkurs organizowany przez Małopolski Ośrodek Doradztwa Rolniczego.

ROK 2022

- Turystyczne Skarby Małopolski – „Sielskie klimaty – wypoczynek na wsi”.

ROK 2024

- „Kwatery z pasją” – konkurs organizowany przez Polską Federację Turystyki Wiejskiej „Gospodarstwa Gościnne”.



Wymienione nagrody są dowodem na to, że Państwo Pach odnieśli sukces w swojej działalności. Pani Sylwia nie ukrywa, że wcześniejsze doświadczenie zawodowe, a mianowicie praca w hotelu, było pomocne.



Moją pierwszą pracą była praca w hotelu, a więc miałam do czynienia z przyjmowaniem gości. Choć oczywiście był to inny klient, niemniej jednak nabyłam doświadczenia zarówno w przygotowywaniu pokoi, jak i obsłudze gości. Więc z tym nie było problemu. A czy błędy jakieś były? Pewnie tak, choć nie zaważyły specjalnie na działalności, bo ich nie pamiętam. Może to, że musieliśmy dojrzeć do tego, że nam się też urlop należy i to nawet w tzw. sezonie.



W każdej działalności ważna jest nie tylko umiejętność rozpoznania i wykorzystania szans, ale też pokonywania barier. Pani Sylwia przede wszystkim wymienia bariery finansowe i brak wiedzy na temat aspektów prawnych i podatkowych.



Jestem osobą, która lubi działać szybko, ale w niektórych poczynaniach to właśnie finanse były i są hamulcem. Musieliśmy odkładać realizację planów lub dostosowywać je do zasobu portfela. A świat idzie do przodu, potrzeby turystów się zmieniają, ciągle trzeba modernizować dom i otoczenie. Dużym problemem dla mnie była nieznajomość aspektów prawnych i podatkowych. A nieznajomość prawa nie zwalnia nas od odpowiedzialności. Zapisywałam się więc na różne szkolenia, na których często dopytywałam prowadzących o konkretne zagadnienia.



Fundamentem prowadzonej przez Panią Sylwię działalności jest, według niej, **jej autentyczność, pracowitość** i przede wszystkim niebywałe **wsparcie rodziny**. Wspólnie z mężem wciąż się doszkalają i są bogatsi w nowe doświadczenia.



*Goście wyczuwają, widzą i doceniają to, jacy jesteśmy, jaki mamy stosunek do nich, do przyrody i z jaką troską o środowisko prowadzimy nasze gospodarstwo. Wydaje mi się, że przez to, jacy jesteśmy, przyciągamy do siebie ludzi podobnych do nas.
I to jest super, bo **mamy wspaniałych gości!***



Zapytana o to, co daje jej największą satysfakcję, odpowiada: *Robię to, co lubię i na własnych zasadach. Ponadto zwyczajnie lubię ludzi, a to chyba jest kluczowe w tej działalności, lubię z nimi rozmawiać i karmić ich, a jeśli są ciekawi moich opowieści i smaków, jeśli mają niedosyt i przy wyjeździe mówią „do zobaczenia”, to wiem, że to co robię ma sens i to na wielu płaszczyznach.* Dlatego Pani Sylwia planuje poszerzenie swojej działalności. W 2026 roku zamierza otworzyć dla gości drugi dom z pięcioma pokojami oraz salę warsztatową. W planach jest także przystąpienie gospodarstwa do Ogólnopolskiej Sieci Zagród Edukacyjnych.



Co chciałaby Pani przekazać innym kobietom z obszarów wiejskich – „dobra rada”?

Kobiety, jeśli macie marzenia i pomysły – realizujcie je, nie wstydźcie się, szukajcie wsparcia i proście o pomoc. Ale też poszerzajcie swoje kompetencje. Bądźcie odważne i uwierzcie w siebie, nie oglądajcie się na to, co mówią inni. Wiem, co mówię, bo w powodzenie mojego pomysłu na życie na wsi mało osób wierzyło.

STWIERDZENIE MOTYWUJĄCE

*„Ty też dasz radę, bo wiesz czego chcesz,
jesteś mądra i silna!”*

Opinie gości jednoznacznie potwierdzają, że działalność prowadzona przez Sylwię i Alberta Pach **można określić mianem Sukcesu.**



ROZDZIAŁ V

Wyplatanki w Chacie Babci Julci



MAZOWIECKIE SIOŁO „JULIANÓWKA” – MARIOLA KOWALSKA

Julianów 14, 05-332 Siennica
woj. mazowieckie

+48 603 070 787

biuro@julianowka.com.pl

www.julianowka.com.pl

Nieco ponad 40 km na południowy wschód od Warszawy, na obszarze Mińskiego Obszaru Chronionego Krajobrazu, u podnóża Gór Łańcuchowych, stanowiących w rzeczywistości pasmo wzniesień o charakterze wydmy, leży niewielka wieś Julianów. Pani Mariola wraz ze swoim małżonkiem odkryli to miejsce kilkanaście lat temu. Zauroczeni panującą tu ciszą, spokojem, bliskością natury i malowniczością okolicy, zakupili niewielki kawałek ziemi. Stresująca i wyczerpująca praca w dużych warszawskich firmach spowodowała bowiem, że zaczęli rozważać nieśmiało zmianę miejsca zamieszkania i stylu życia. Murowaną stodołę przebudowali na dom mieszkalny, do którego przyjeżdżali początkowo na weekendy, a potem podjęli decyzję o osiedleniu się tu na stałe.



Stopniowe odkrywanie nieznanych im wcześniej uroków wsi, poznawanie lokalnej tradycji i kultury, a także specyfiki życia i pracy w wiejskim gospodarstwie domowym spowodowały, że Państwo Kowalscy zapragnęli dzielić się tym z innymi – w szczególności z najmłodszymi mieszkańcami miast.



Zaczęli w 2008 r. Najpierw trzeba było wykarczować chaszcze, uporządkować i zagospodarować teren. Zajął się tym Pan Kowalski. Niebawem pojawiła się więc Biesiadna Polana wraz z grillową wiatą, miejsce na ognisko, altanki, plac zabaw dla najmłodszych, a także zaczątki mini zoo, w którym miały zamieszkać kozy, owce, króliki i kucyki. Tym sposobem, na mapie turystycznej regionu, pojawiło się Mazowieckie Sioło „Julianówka”. Pani Mariola zajęła się opracowaniem oferty oraz promocją.



*Promocja w tamtych czasach nie była taka łatwa, jak w tej chwili, kiedy Internet skutecznie ułatwia wiele spraw. **Pojawienie się pierwszych grup zawdzięczam w dużej mierze znajomościom z nauczycielkami pracującymi w warszawskich szkołach.** A że dzieci wyjeżdżały stąd bardzo zadowolone, to szeptany marketing zadziałał... Równolegle realizowaliśmy też oczywiście inne formy promocji i z czasem udało nam się upowszechnić informację o istnieniu tego miejsca i zajęciach w nim prowadzonych.*



Tym sposobem w 2009 r. pojawiły się pierwsze grupy szkolne. Wszystko szło w dobrym kierunku. Przyjeżdżało coraz więcej dzieci. Uczestniczyły w warsztatach, poznawały wieś, życie na niej i wyjeżdżały zadowolone. Państwo Kowalscy bardzo optymistycznie myśleli zatem o rozwoju prowadzonej przez siebie działalności. Do zakupionej na początku działki dokupowane były kolejne, sąsiadujące z nią – bo nadarzały się okazje. W sumie nabierało się tego około 2,5 hektara. Można więc było krok po kroku rozwijać obiekt. Pomysłów było wiele.



W pewnym momencie z mężem zaczęło dziać się coś bardzo złego. Zdiagnozowano u niego nieuleczalną, rzadką chorobę. Przy tego typu schorzeniach NFZ nie wspiera pacjentów ani ich rodzin. Wszystko, co wokół męża się działo, trzeba było załatwiać komercyjnie, a on sam niknął w oczach. Byłam na rozdrożu, bo obiekt wymagał ciągłego inwestowania, a z drugiej strony ogromne pieniądze trzeba było przeznaczać na opiekę nad mężem.
Był to dla mnie naprawdę bardzo trudny okres.



Po śmierci małżonka, Pani Mariola rozważała powrót do miasta. Jednak z uwagi na ilość pracy i środków, które zainwestowali w stworzenie tego miejsca, zdecydowała się pozostać i dalej je rozwijać. Problemem były jednak finanse. Pomocne okazały się kredyty

i pożyczki, ale także liczne wyróżnienia i nagrody zdobywane w różnych konkursach. Z jednej strony nadawały rozgłos prowadzonej przez Panią Mariolę działalności, a z drugiej, nawet niewielkie kwoty, pozyskiwane czasem w ich wyniku, stanowiły znaczące wsparcie finansowe.

W 2013 r., dzięki inspiracji i wsparciu ze strony pań z CDR, „Julianówka” przystąpiła do Ogólnopolskiej Sieci Zagród Edukacyjnych. Prowadzenie zajęć przy złej pogodzie zmotywowało Panią Mariolę do zainwestowania w stodołę, która przywieziona została z Jeruzala (serialowe Wilkowyje) i urządzona na wzór wiejskiego domostwa. Dziś, po modernizacji, jest to **całoroczna „Chata Babci Julci” i pełni funkcję miejsca spotkań, spożywania posiłków, zaplecza konferencyjnego i wielu innych aktywności.**



Dzięki posiadanej infrastrukturze oraz zaangażowaniu ludzi pracujących i wspierających działalność „Julianówki”, miejsce to pełni to dziś wiele funkcji. Pozwala przybliżyć najmłodszym specyfikę życia i pracy na wsi, zapoznać ich z folklorem i kulturą ludową obszarów wiejskich, wykonać własnoręcznie ozdoby i stroiki z najbardziej podstawowych materiałów, a także poznać tradycyjną polską kuchnię. Informacje i doświadczenia z tego zakresu przekazywane są podczas licznych warsztatów, wśród których wymienić można m.in: „Mazowieckie wyplatanki z siana pod okiem twórczyni ludowej – Pani Celinki”, „Od mleczka do serka i masełka”, „Jak glina zmienia się w naczynka?”, „Jak nasze babcie na tarze prały?”, „Od deseczki do zabaweczki – miarka i wkrętarka”, „Wio koniku!”. Można także odbyć wizytę w Mini Zoo. Na potrzeby wykarmienia mieszkańców tego ostatniego, na łakach należących do „Julianówki”, kosi się trawę. Pozyskane w ten sposób siano nie tylko stanowi paszę dla zwierząt, ale także cenny

materiał wykorzystywany podczas warsztatów plecionkarskich. Uprawiane są także warzywa – marchew, pietruszka, pomidory i dynie. One również znajdują zastosowanie podczas realizacji zajęć dydaktycznych, a także stanowią smaczną i zdrową przekąskę dla ich uczestników.



Dzieci przyjeżdżają tu na zielone szkoły, kolonie oraz półkolonie. Stało się to możliwe dzięki wybudowaniu czterech **drewnianych domków, które mogą pomieścić w sumie 24 osoby**. Każdy z nich wyposażony jest w dwa pokoje, łazienkę z prysznicem i toaletę. Dzięki aneksowi kuchennemu znajdującemu się w osobnym obiekcie możliwe jest także samodzielne przygotowanie posiłków. Domki wynajmowane są także gościom indywidualnym. Co istotne, mogą oni skorzystać z całodziennego wyżywienia, wypożyczyć sprzęt rekreacyjny, zwiedzić wspomniane Mini Zoo (kucyki, owce, króliki i czasem kozy), a najmłodsi przejechać się kucykiem. Dla zainteresowanych możliwa jest także organizacja różnorodnych warsztatów, kuligu, ogniska i wielu innych atrakcji.

Trzeba tu wspomnieć o dwóch osobach, które niezmiennie działają w „Julianówce”. Babcia Celinka, która od 2009 roku uczy wyplatać cudeńka z sian. Pan Janek pojawił się tu w 2014 roku i dzięki niemu obiekt jest utrzymywany w dobrym stanie technicznym. Miejscowe zwierzęta kochają Janka miłością odwzajemnioną. Pracownicy, którzy mu podlegają mają wysoko podniesioną poprzeczkę, bo sam jest złotą rączką i pedantem.

W „Julianówce” oferowanych jest wiele imprez tematycznych dla różnych grup wiekowych, jednak znaczna część przeznaczona jest dla dzieci. W okresie przedświątecznym uczestnicy wykonują własnoręcznie ozdoby choinkowe, stroiki,

wypiekają i dekorują pierniczki. Potem niespodziewanie pojawia się św. Mikołaj, a czasem, w nieco mniej tradycyjnym ujęciu, w miejsce przyjaznego i łaskawego brzuchacza z białą brodą, pojawia się rozrabiaka Grinch. Można skorzystać oczywiście także z innego pakietu atrakcji, odpowiadającego tematyką danej porze roku.



Poza grupami dziecięcymi, częstymi gośćmi „Julianówki” są całe rodziny. Dostępny jest również pakiet dla seniorów i uniwersytetów trzeciego wieku.

Często organizowane są tu **imprezy okolicznościowe** – komunie, chrzciny, imieniny, urodziny, wieczory panieńskie a nawet wesela, jak również **imprezy firmowe**, które mogą być urozmaicone warsztatami rękodzieła ludowego. Inną opcją są warsztaty folklorystyczne, które udało się upowszechnić i wypromować dzięki udziałowi członków Państwowego Zespołu Ludowego Pieśni i Tańca „Mazowsze”. Obecnie w „Julianówce” często gości Zespół Ludowy „Cegłowianie”.



*Poza pomocą i zaangażowaniem ze strony artystów ludowych, bardzo dobrze wspominam współpracę z Panią Kasią Orzechowską z Ministerstwa Rolnictwa i Rozwoju Wsi, która zajmowała się w resorcie promocją i rozwojem turystyki wiejskiej. Zawsze była źródłem nieocenionego wsparcia. Wiatru w żagle dodało nam także zaliczenie „Julianówki” w **poczet „Hitów Turystyki Wiejskiej”**. Było to dla mnie dużym zaskoczeniem, ale przede wszystkim ogromnie motywującym wyróżnieniem.*





Dziś, poza pocztą pantoflową i przekazywaniu sobie przez znajomych informacji o ciekawej ofercie, duże znaczenie odgrywają media społecznościowe. Istotna jest tu także przynależność „Julianówki” do Ogólnopolskiej Sieci Zagród Edukacyjnych, co jest gwarantem wysokiej jakości warsztatów w niej prowadzonych. Nie może zatem dziwić fakt, że ich uczestnikami są grupy z całego województwa.



Pamiętam, jak kiedyś się zastanawiałam, czy będzie taki moment, że ktoś będzie dzwonił z zapytaniem, czy może przyjechać z grupą, a ja będę mogła odpowiedzieć: „Przykro mi, ale w tym miesiącu nie mamy już terminów”.



Ciężka praca, kreatywność, duże zaangażowanie całego fantastycznego zespołu i dbałość o jakość, która przekłada się na satysfakcję odwiedzających, spowodowały, że dziś taki przebieg rozmowy nie należy już do rzadkości.

Za swoją działalność i zaangażowanie w rozwój oraz promocję turystyki wiejskiej, Pani Mariola otrzymała wiele nagród i wyróżnień, wśród których wyróżnić można m.in.



ROK 2014

- Zaliczenie „Julianówki” do grona „Hitów Turystyki Wiejskiej”, czyli 33. starannie wybranych miejsc o najwyższym standardzie i jakości, tworzących absolutną czołówkę wiejskiej oferty turystycznej w Polsce.

ROK 2016

- I miejsce w Konkursie „Od agroturystyki do turystyki wiejskiej w kategorii „Gospodarstwo agroturystyczne”.
- III miejsce w Konkursie „Od agroturystyki do turystyki wiejskiej w kategorii „Obiekt turystyki wiejskiej”.
- Dyplom uznania od Marszałka Województwa Mazowieckiego Adama Struzika za zasługi na rzecz rozwoju turystyki na terenie województwa mazowieckiego oraz aktywny udział w kreowaniu i upowszechnianiu pozytywnego wizerunku.

ROK 2019

- Dyplom uznania od Marszałka Województwa Mazowieckiego Adama Struzika za działalność na rzecz rozwoju i promocji turystyki na terenie województwa mazowieckiego.

ROK 2023

- I miejsce w kategorii „Agroturystyka Roku” w powiecie mińskim.
- II miejsce w kategorii „Agroturystyka Roku” w województwie mazowieckim.

Doświadczenie, duża wiedza w zakresie rozwoju turystyki, charyzma właścicielki i kreatywność dostrzeżona i doceniona została także poza „Julianówką”. Pani Kowalska pełni bowiem funkcję prezesa Lokalnej Organizacji Turystycznej Ziemi Mińskiej od momentu jej powstania tj. od 2016 roku.

Na bazie wieloletniej działalności, w której pojawiały się zarówno budujące i motywujące sukcesy, ale także osobiste tragedie, dramaty i chwile rozgoryczenia, rada, której Pani Kowalska chciałaby udzielić osobom rozpoczynającym prowadzenie własnego biznesu turystycznego brzmi:



*Jeżeli ma się pomysły i jest się przekonanym, co do ich zasadności, to **trzeba być wytrwałym i konsekwentnym w ich realizacji**. To nie jest działalność, w której z dnia na dzień będzie się miało 100% obłożenia, marka miejsca będzie od razu powszechnie znana i ceniona a zainwestowane środki finansowe zwrócą się po roku. Wszystko wymaga czasu. **Nie można się jednak zniechęcać, tylko konsekwentnie dążyć do celu, robić swoje.***





ROZDZIAŁ VI

W krainie czarów zielnej chaty oraz baśni z mchu i paproci



„ZIELNA CHATA” – LILIA KOWALEWSKA

Bielno 2, 26-050 Zagańsk
woj. świętokrzyskie

+48 577 155 540
kowalewska.lilia@gmail.com
https://www.facebook.com/profile.php?id=100063348452705&locale=pl_PL

Państwo Lilia i Władysław Kowalewscy w 1988 roku kupili gospodarstwo rolne o powierzchni kilku hektarów położone w Belnie w gminie Zagnańsk w woj. świętokrzyskim, *gdzie nie było praktycznie niczego oprócz śpiewu ptaków, zapachu łąk i lasów* – mówi Pani Lilia. *Mieliśmy marzenie, żeby kupić kawałek ziemi i je zrealizowaliśmy. Planowaliśmy stworzyć gospodarstwo zielarskie. Początki były trudne, posadziliśmy maliny, ale tu jest zimno i krótki okres wegetacyjny, a więc musieliśmy zrezygnować z tej uprawy.*

Pani Lilia jest absolwentką Wydziału Ogrodniczego SGGW w Warszawie. Aby mieć stały dochód zatrudniła się w firmie ogrodniczej, w której pracuje do chwili obecnej. Zajmowała się roślinami ozdobnymi, sprzedawała środki chemiczne i nawozy, prowadziła zajęcia florystyczne. Potem Państwo Kowalewscy zechcieli przekształcić teren w taki sposób, aby sprawiał im radość. Chcieli mieć las, półdziką przyrodę, planowali stworzyć coś w rodzaju arboretum. Pojawiło się zainteresowanie ziołolecznictwem. *Jest to moje hobby* – mówi Pani Lilia. *Od wczesnych lat dziecięcych obserwowałam rodziców, którzy zbierali zioła, przyrządzali wywary, napary, nalewki, a ja w tym uczestniczyłam.* Pierwsze warsztaty zielarskie dla znajomych zrealizowała nieodpłatnie przed pandemią.

Państwo Lilia i Władysław Kowalewscy wspólnie z córką Ewą i synem Andrzejem prowadzą rodzinny biznes. W gospodarstwie uprawiają zioła, aronię, borówkę wysoką, orzechy laskowe i warzywa.



Pani Ewa założyła jednoosobową działalność gospodarczą „Konewka i marchewka”, na którą złożyła projekt i dostała dofinansowanie. W 2023 r. powstał pawilon ogrodowy – oranżeria, zaczęto realizować warsztaty ogrodnicze, potem również komercyjne warsztaty zielarskie. Kolejnym produktem w ofercie był „Baśniowy Apartament” w ramach agroturystyki.

Apartament zbudowany został własnym sumptem przez Pana Władysława i Pana Andrzeja z materiałów pochodzących od innych osób, m.in. z odpadów (np. fabryka pozbywała się palet, to właściciele wykorzystali je do produkcji mebli, zamiast szafek w spiżarni mają skrzynki na owoce). W podobny sposób wyposażone zostały przestrzenie warsztatowe, w których odbywają się warsztaty zielarskie i prelekcje, a także oranżeria, gdzie stoły zostały wykonane z palet a siedzenia z pni drzew.



W ramach „Zielnej chaty” Pani Lilia i Pani Ewa prowadzą **warsztaty i prelekcje z zakresu wykorzystania ziół w codziennej profilaktyce różnych chorób**. Uczestnicy warsztatów poznają, jak przygotować napary, nalewki, maści i oleje z roślin o właściwościach leczniczych. Mogą również poznać świat naturalnych terapii, np. wspierających układ odpornościowy, trawienny czy nerwowy. Gospodarstwo oferuje takie zajęcia tematyczne, jak: „Ziołowe kosmetyki DIY”, „Naturalne sposoby na stres” czy „Tworzenie ziołowych apteczek”.

Organizują także **terenowe wyprawy**, podczas których uczestnicy uczą się rozpoznawać dzikie zioła rosnące w lasach, na łąkach i w parkach. Pokazy służą nie tylko identyfikacji roślin, ale także

przekazaniu wskazówek dotyczących bezpiecznego zbierania i zrównoważonego korzystania z zasobów natury. Uczestnicy warsztatów dowiadują się, jak unikać roślin trujących i kiedy jest odpowiedni czas na zbiór ziół, aby zachować ich pełnię właściwości.

W 2024 roku firma „Konewka i marchewka” przekształcona została w „Baśnie z mchu i paproci”. Do oferty zostały włączone m.in. Spektakle Interaktywne, które są połączeniem widowiska teatralnego i gry terenowej. Wydarzenia te odbywają się plenerowo w malowniczych Górach Świętokrzyskich. Unikalna forma rozrywki i klimatyczne aranżacje pozwalają uczestnikom przenieść się do świata słowiańskich podań i mitów lub świętokrzyskich legend o czarownicach, sabatach i zbójach. W gospodarstwie organizowane są nie tylko warsztaty, ale także eventy.



*Pokazujemy turystom kontakt z naturą na przykład poprzez tzw. **kąpiele leśne**. Wynajmujemy również przestrzeń i pomagamy zorganizować wydarzenia na terenie naszego prywatnego lasu. Takim wydarzeniem może być np. wieczór panieński, kolacja czy impreza integracyjna.*



Rodzina Kowalewskich zamierza rozwijać swój biznes, planuje budowę drewnianej wiaty, czterech dwuosobowych sezonowych domków utrzymanych w stylu lokalnego budownictwa, a także poszerzenie oferty o kąpiele ziołowe w wannie. Aktualnie realizują warsztaty dla 25 osób, lecz chcieliby przyjmować duże grupy (50 i więcej osób), gdyż klienci są zainteresowani takimi usługami. Pan Andrzej wspólnie z Panią Ewą opracowali stronę internetową, gdzie m.in. zamieścili informacje o nowości – sesjach zdjęciowych. Rodzina reklamuje się w mediach społecznościowych (Instagramie, Facebooku) i Bookingu, na własnej stronie internetowej oraz bierze udział w spotkaniach branżowych.

Pani Ewa dostrzega potrzebę zdobywania nowej wiedzy, jest w trakcie realizacji kursu z zakresu ziołolecznictwa organizowanego przez Instytut Zielarstwa Polskiego i Terapii Naturalnych.



*Kiedy prowadzimy warsztaty zielarskie, goście dopytują o różne szczegółowe kwestie. Uczestnikami warsztatów zielarskich są głównie osoby dorosłe, często mają już pewną wiedzę, chcą ją pogłębić i zadają szczegółowe pytania. **To nas mobilizuje do działania.***



Prowadzenie biznesu na własny rachunek obciąża członków Rodziny do zaplanowania każdego dnia i podziału obowiązków na zadanie wspólne i indywidualne. Szefem jest Pani Ewa, ale wiele decyzji Rodzina podejmuje wspólnie.



*Rodzinny biznes jest bardzo wymagający, ponieważ nie tylko mieszkamy razem, ale też razem pracujemy. To generuje napięcia, pewne trudności, ale udaje się nam je pokonywać i dobrze funkcjonować. (...) Jesteśmy dumni z tego, co robimy, cieszy nas to, że goście mają frajdę z uczestnictwa w naszych warsztatach. Lubię rozmawiać z ludźmi i przyjmować gości. Robię to, co lubię. **Cieszy mnie to, że goście są zadowoleni i wracają.***





Pojawiają się również pewne trudności czy ograniczenia – warunki pogodowe w czasie realizacji spektaklu (np. burza), niesprzyjająca pogoda w sezonie wegetacyjnym, która może utrudnić wysiew czy zbiór roślin, niewystarczające środki finansowe na rozwój działalności (np. budowę drewnianej wiaty), problemy marketingowe, głównie dotyczące promocji produktu.

Początkowo sąsiedzi postrzegali Rodziców jako dziwaków, bo byli z miasta i nie wiadomo, czego tu szukają. Tata udzielał się społecznie, przyglądali się i bardzo ostrożnie zaczęli akceptować. Jak mama zaczęła dzielić się doświadczeniami zielarskimi, to sąsiedzi zaczęli się przekonywać i przychodzić – relacjonuje Pani Ewa. Dzisiaj są przychylni, mimo że na imprezach jest często głośno.

W opinii Pani Ewy, do najważniejszych cech i umiejętności kobiety przedsiębiorczej, przydatnych w prowadzeniu biznesu, można zaliczyć: *elastyczność w działaniu, komunikatywność, cierpliwość, determinację w dążeniu do celu, umiejętność proszenia o pomoc, odwagę, dostrzeżenie tego, że człowiek jest ważniejszy niż moje ego i mój biznes, umiejętność aktywnego słuchania*, a Pani Lilia dodaje, że jest to: *pasja, upór, zdrowie, szybkość reagowania, otwartość na ludzi i ich potrzeby czy umiejętność wyciągania wniosków z porażek*.

Panie Ewa i Lilia swoją pasją i zaangażowaniem zarażają najbliższych, osoby odwiedzające ich gospodarstwo, a także spotykane w trakcie wielu eventów. Emanuje od nich pozytywna energia, spokój i radość, miłość do człowieka i natury wynikająca z realizacji osobistych, autentycznych marzeń.

Na podstawie wieloletnich doświadczeń i sukcesów, ale też porażek czy chwil zwątpienia, Panie Ewa i Lilia sformułowały do kobiet planujących działalność gospodarczą następujące przesłanie:



*Jeśli któraś z kobiet zastanawia się nad własnym biznesem, to odpowiadamy: „**Spróbuj! Inaczej nigdy się nie przekonasz**”. Nie będziemy lukrować – własna działalność gospodarcza to nie jest tylko cud, miód i maliny. To ogrom wyrzeczeń, odpowiedzialności, pracy i chwil zwątpienia, ale także radości, poczucia sprawczości i niesamowita duma z osiągniętych celów i założeń.*





ROZDZIAŁ VII

Moja ogrodowa przygoda

*(...) Wiem co listek, co płatek, kłos, szyszka, łodyga,
i co się z wami dzieje w kwietniu, a co w grudniu (...)*

Wisława Szymborska „Milczenie roślin”

SZKÓŁKA ROŚLIN OZDOBNYCH W DRWALEWICACH – ANNA I SŁAWOMIR WOŹNIAK

Drwalewice 26, 05-651 Chynów
woj. mazowieckie



+48 601 824 209



anna.wozniak@gmail.com



<https://www.facebook.com/profile.php?id=100042713350257>



Szkółkę Roślin Ozdobnych w Drwalewicach

prowadzą Państwo Anna i Sławomir Woźniak. Gospodarstwo ma powierzchnię upraw około 4,8 ha użytków rolnych i 0,8 ha lasu. Położone jest w powiecie grójeckim na Mazowszu.

Na początku było to tradycyjne gospodarstwo rolne – uprawa zbóż, chów bydła i trzody chlewnej oraz uprawa niewielkiej ilości warzyw i owoców. Kiedy w 1989 roku Pan Sławek przejął je od Rodziców, zmienił profil na ogrodniczy. Uprawiał truskawki, wiśnie oraz warzywa gruntowe. Razem Państwo Woźniak prowadzą gospodarstwo od 1996 roku, kontynuując uprawę owoców i warzyw. Trzy lata później na skutek znacznego spadku opłacalności produkcji, całkowicie postanowili zmienić profil gospodarstwa zająć się produkcją roślin ozdobnych w gruncie.

Ponieważ mąż Pani Ani pracował i w dalszym ciągu pracuje zawodowo poza rolnictwem, to przede wszystkim ona jest tą osobą, która prowadzi gospodarstwo, ale jak sama podkreśla: *Zawsze staramy się podejmować decyzje wspólnie, szczególnie te ważne dla gospodarstwa i rodziny. To jest dla mnie bardzo ważne, aby cała rodzina, a więc mąż i dzieci utożsamiały się z gospodarstwem. Rodzina jest dla nas najważniejsza. Zawsze też mogę liczyć na braci męża, Kazika i Bogdana, którzy mi pomagają, są, można powiedzieć, nieformalnymi udziałowcami. Jest to taka fajna współpraca trzech rodzin – śmieje się.*

Od 1999 aż do roku 2010 była to wyłącznie uprawa gruntowa Żywotnika zachodniego Smaragd (*Thuja occidentalis* Smaragd). Jak wspomina: *W kolejnych latach rozszerzaliśmy asortyment roślin, początkowo wprowadzając gatunki i odmiany iglaste: jałowce, cisy, żywotniki, cyprysiki, sosny, jodły, świerki. Od 2015 roku mamy bogatą ofertę bylin, krzewów i drzew liściastych, traw ozdobnych, hortensji bukietowych oraz roślin szczepionych.*





Gospodarstwo Pani Ani jest pod **nadzorem Państwowej Inspekcji Ochrony Roślin i Nasiennictwa** od 2020 roku – jest zarejestrowane jako podmiot profesjonalny upoważniony do wydawania paszportów roślin. Wydanie uprawnień było poprzedzone szerokim i szczegółowym szkoleniem z zakresu chorób i szkodników różnych gatunków roślin ozdobnych i egzaminem z tego zakresu. Oznacza to w praktyce sprawowanie kontroli fitosanitarnej roślin już od źródła pochodzenia aż do sprzedaży, co potwierdzone jest w formie paszportu.



*Jesteśmy zobowiązani do **regularnej lustracji zdrowotności fitosanitarnej roślin, sporządzania i przechowywania dokumentacji z tego zakresu.** Podlegamy corocznej kontroli.*



W 2023 roku Pani Ania wspólnie z mężem zdecydowali się na dalszy rozwój. Założyli działalność gospodarczą w zakresie sprzedaży hurtowej i detalicznej artykułów do ogrodu (ziemi, torfu, kory, tyczek bambusowych, agrowłókniny ogrodniczej i nawozów), wykonują usługi kompleksowe w ogrodzie oraz usługi pielęgnacyjne, projektowe i doradcze.

Pani Ania szczególnie ciepło wypowiada się na temat projektowania i zakładania ogrodu na życzenie klienta. To jest jej **nowa pasja**. *Nie mam w tym zakresie wykształcenia, robię to z pasji, bazując na zdobytej w pracy z roślinami wiedzy na temat ich wymagań, jak rosną i własnym wyczuciu. Chyba robię to dobrze, jak dotąd wszyscy klienci byli zadowoleni – dodaje.*



Klientami szkółki są osoby indywidualne, firmy profesjonalnie zajmujące się zakładaniem ogrodów, wspólnoty mieszkaniowe, gminy, ochotnicze straże pożarne, zakłady gospodarki komunalnej, koła gospodyń wiejskich, lokalne stowarzyszenia. Wiele z tych podmiotów realizuje nasadzenia roślin w ramach dotacji ze środków UE. Jej rośliny kupują także klienci z poza Polski. Wysyłała rośliny do takich krajów, jak Niemcy, Anglia, Litwa, Ukraina, Rosja czy Szwecja.

Informacje o ofercie Pani Ania zamieszcza głównie w mediach społecznościowych typu Facebook, czy sezonowo na portalu OLX, ale zauważyła, że najczęściej ma klientów z polecenia. Jest to według niej, w dobie Internetu, ewenementem, ale jednocześnie świadczy o tym, że zarówno **sama usługa, jak i jakość roślin jest na najwyższym poziomie.**

W 2005 roku Państwo Woźniak skorzystali z dofinansowania ARiMR w ramach programu SAPARD, z którego sfinansowany był zakup ciągnika, nowoczesnego opryskiwacza polowego i deszczowni bębnowej do podlewania roślin uprawianych w gruncie. W 2019 roku w ramach programu „Czyste powietrze” wykonali termomodernizację budynku mieszkalnego i gospodarczego oraz montaż fotowoltaiki. Od 2022 roku są uczestnikami projektu „Modernizacja gospodarstw rolnych”, z którego sfinansowany był zakup profesjonalnych narzędzi i urządzeń do pielęgnacji roślin, które używane są zarówno w gospodarstwie, jak też w prowadzonej działalności gospodarczej.

Praca w gospodarstwie nie była pierwszą i jedyną pracą Pani Ani. Na początku była pracownikiem naukowym w Szkole Głównej Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie. Zdobyła stopień naukowy doktora w dyscyplinie ekonomia, broniąc pracę pt. „Kanały przepływu informacji i ich skuteczność w procesie innowacyjno-decyzyjnym rolników”.

Zapytana, dlaczego zrezygnowała z kariery naukowej i czy nie żałuje, zdecydowanie zaprzecza.



*Przez kilkanaście lat próbowałam godzić pracę na uczelni z prowadzeniem gospodarstwa i – co najważniejsze – z opieką nad dziećmi. **Nie było to łatwe.** Miałam wiele planów, ale jak to mówią „nie można łapać wszystkich srok za ogon na raz, bo nie złapiesz żadnej”. **Musiałam dokonać wyboru,** ocenić co jest dla mnie najważniejsze i w czym widzę się w przyszłości. Wybrałam rodzinę i pracę w gospodarstwie. Praca w szkółce roślin daje mi satysfakcję. Robię to, co lubię, sama decyduję w jakim kierunku będę się rozwijać, a chcę się rozwijać. Mam wiele pomysłów! Najważniejsze jest to, że ode mnie zależy ich realizacja.*



W prowadzeniu działalności gospodarczej sam pomysł nie wystarczy. Wiedza i doświadczenie są niezbędne w procesie podejmowania decyzji inwestycyjnych, które są – jak twierdzi – dla niej najtrudniejsze. *Wymagają wiary w siebie, asertywności i umiejętności oceny ryzyka.* Dlatego Pani Ania uczestniczy w różnych formach doskonalenia zawodowego, takich jak studia podyplomowe (studia podyplomowe w zakresie „Opracowanie i zarządzanie projektami UE”, studia podyplomowe w zakresie „Finanse i rachunkowość przedsiębiorstw” oraz szkolenia („Mój biznes w sieci”, „BHP w rolnictwie”, „Zarządzanie gospodarstwem rolnym”, „Rachunkowość w gospodarstwie”, „Metody uprawy krzewów ozdobnych”). Dużym źródłem inspiracji są dla niej również targi ogrodnicze, na które często z mężem jeżdżą.

Największą wartością jest dla niej kontakt z drugim człowiekiem. Jak sama podkreśla, **nie tylko sprzedaż roślin, ale także możliwość rozmowy, udzielenia informacji, wskazówek na temat pielęgnacji ogrodu i doradzenia daje jej dużą satysfakcję**. A ponieważ zauważyła, że współcześni klienci nie wiele wiedzą na temat roślin, są prawie że laikami w tym zakresie, zastanawia się czy nie zacząć świadczyć usług doradczych lub czy nie nakręcić cyklu filmów instruktarzowych o tej tematyce.

W miarę możliwości, jeśli tylko jej czas pozwoli, Pani Ania uczestniczy w życiu gminy. Należy do Stowarzyszenia Przyjaciół Gminy Chynów, które skupia ciekawych, chętnych do działania i pragnących zmian na lepsze mieszkańców w różnym wieku, o wysokich kwalifikacjach i jest jednym z większych, aktywnych i wciąż rozwijających się stowarzyszeń w powiecie grójeckim.



Co chciałaby Pani przekazać innym kobietom z obszarów wiejskich – „dobra rada”?

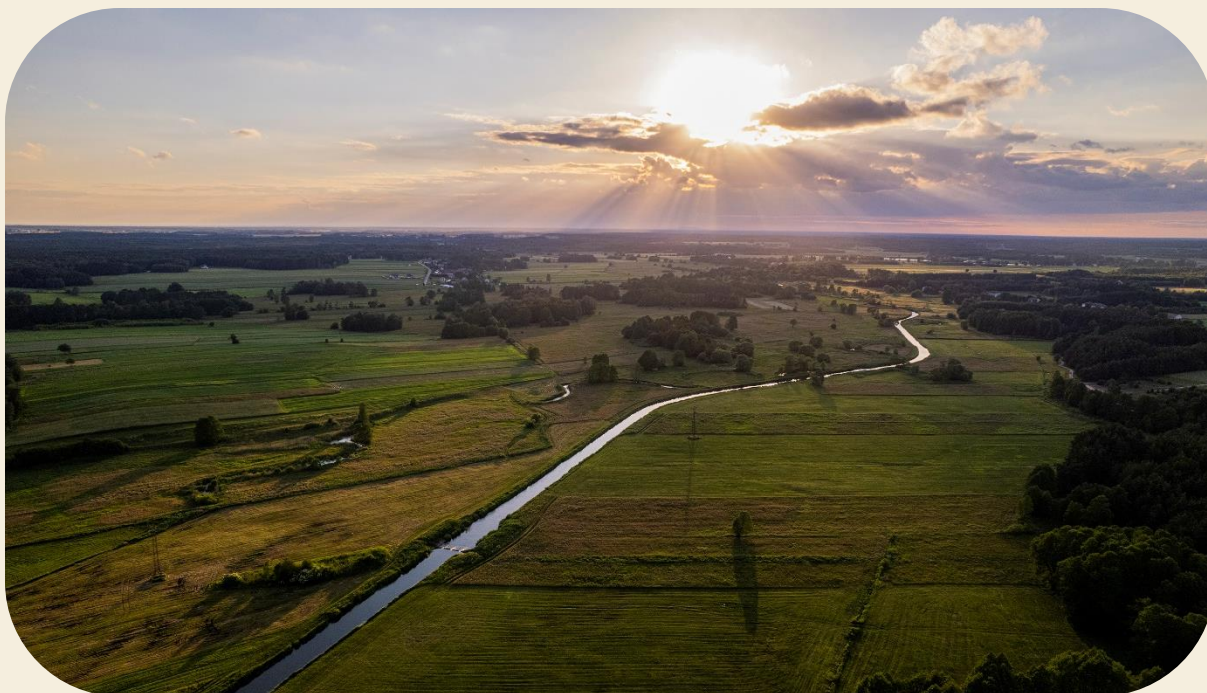
Drogie Panie, warto pokonywać trudności, swoje ograniczenia. To jest bardzo ważne. Jest to możliwe dzięki relacjom z innymi ludźmi. Warto się na te relacje otwierać. One pomogą realizować Wam wasze pomysły i pasje. Dobre relacje z innymi ludźmi to podstawa!

STWIERDZENIE MOTYWUJĄCE

„Ty też dasz radę, bo spróbuję Ci w tym pomóc i znajdę inne osoby, które też cię wesprą. Nie jesteś sama!”



Ogród Pani Ani – nazywa go „Żywą reklamą”.



ROZDZIAŁ VIII

W rytmie kołbielskich wycinanek



**GOSPODARSTWO AGROTURYSTYCZNE „DOLINA
BOBRÓW” – ANNA MICHALIK**

Wólka Dłużewska 5, 05-332 Siennica
woj. mazowieckie

+48 668 831 622
agromichalik@o2.pl
www.dolinabobrow.pl



Niektórzy twierdzą, że obok morza, gór i jezior, do najpiękniejszych miejsc w Polsce zaliczyć bezapelacyjnie należy rezerwat przyrody Świder, z jego rzecznyymi przełomami, zakolami i wodospadami, a także Wólczańską Górę, stanowiącą rezerwat przyrody obejmujący jeden z najlepiej zachowanych i największych ozów w Polsce Środkowej. Podobnego zdania są goście **gospodarstwa agroturystycznego „Dolina Bobrów”**, które dzieli od tych miejsc jedynie niezbyt długi spacer. Gospodarstwo to, zlokalizowane w Wólce Dłużewskiej, wsi leżącej zaledwie 45 km na południowy wschód od Warszawy, prowadzone jest od 2005 roku przez Panią Anię Michalik. Poza bogactwem otaczających je walorów przyrodniczych, jest to jedno z nielicznych miejsc, w których można zapoznać się z nadświdrzańskim folklorem kołbielskim.



*Codzienne dojazdy PKS-em do Warszawy, po 60 km w jedną stronę, nie były ani przyjemne, ani komfortowe. Wychodziłam po 5 rano, wracałam o 20. Weekendy cały czas na studiach – najpierw w Radomiu, potem podyplomówka z pedagogiki na SGGW w Warszawie, jeszcze później kolejna w Siedlcach. Dwójka małych dzieci, a mnie praktycznie nie było w domu. **Było to bardzo męczące.** Miejsce pracy zmieniałam na bank w Mińsku z nadzieją, że będę więcej w domu. No, ale niestety. Zrezygnowałam więc z pracy, a że zawsze chciałam mieć coś swojego, to będąc zarejestrowana w „pośredniaku” i zainspirowana przedsięwzięciem prowadzonym przez znajomą w sąsiedniej miejscowości, skorzystałam z pomocy de minimis. To było niespełna 19 tys. zł. Wystarczyło jednak na umeblowanie piętra i przygotowanie go do przyjmowania turystów.*





Początkowo jednak, z uwagi na niewielką jeszcze popularność i rozpoznawalność „Doliny Bobrów”, liczba turystów i dochody dzięki nim pozyskiwane były zbyt małe, aby można było się dzięki nim utrzymać, nie mówiąc już o inwestycjach i rozwoju prowadzonej inicjatywy. Pani Ania wróciła więc do pracy w banku, równolegle prowadząc działalność agroturystyczną.

Po jakimś czasie Państwo Michalik zdecydowali o zwiększeniu potencjału noclegowego swojego gospodarstwa i przebudowie jednego z budynków gospodarczych na cele turystyczne. Dysponuje on obecnie 23 całorocznymi miejscami do spania, łazienkami, salą biesiadną oraz aneksem kuchennym. Udogodnieniem dla gości jest Wi-Fi oraz bezpłatny parking.

Dzięki możliwości zakwaterowania większej liczby osób, podjęto decyzję o przyjmowaniu grup przedszkolnych i szkolnych oraz organizacji zielonych szkół. Bardzo skuteczną formą ich promocji okazały się wówczas osobiste wizyty w placówkach oświatowych realizowane przez gospodarzy ubranych w kołbielskie stroje ludowe i przekazujących informację o ofercie w postaci prezentacji i ulotek.

Potem, po drugiej stronie drogi, powstał drugi – tym razem drewniany – całoroczny budynek, który również może pomieścić ponad 20 osób i dysponuje dużą salą biesiadną oraz miejscem do indywidualnego przygotowania posiłków. Postawiono ponadto kilka mniejszych budynków, które służą prowadzeniu warsztatów, liczne wiaty z grillem i miejscem na ognisko, a także plac zabaw. Jest tu także miejsce na rozbić namiotów.





*Poza niewielkim wsparciem finansowym na samym początku, nie korzystałam z żadnych projektów czy dotacji. Z jednej strony, dzięki kontynuacji pracy w banku, nie miałam takiej potrzeby, a z drugiej, w tej samej pracy, byłam świadkiem wielu ludzkich dramatów związanych z niemożnością spłaty zadłużenia. To również działało zniechęcająco. **Dziś trochę żałuję, bo pewnie kilka rzeczy i pomysłów udałooby się zrealizować nieco wcześniej.***



Prawie dekada działalności i tysiące uśmiechniętych dziecięcych buzi, utwierdziły Panią Anię w przekonaniu, że dominującym obszarem jej działalności będą warsztaty dla przedszkoli i szkół podstawowych. To z kolei przełożyło się na decyzję o przystąpieniu do Ogólnopolskiej Sieci Zagród Edukacyjnych. Dzięki wsparciu m.in. Pani Anny Siewierskiej z Mazowieckiego Ośrodka Doradztwa Rolniczego, od 2015 roku „Dolina Bobrów” jest jedną spośród 375 funkcjonujących obecnie w kraju zagród edukacyjnych.



W gospodarstwie Państwa Michalik uprawiane są głównie ziemniaki, które wykorzystywane są m.in. na potrzeby warsztatów jesiennych. Jednym z ich elementów jest wykopywanie ziemniaków w tradycyjny sposób, czyli przy wykorzystaniu motyki, a także tarcie i robienie z nich pysznych placków. Rośnie tam ponadto wiele gatunków warzyw i owoców, które również służą realizacji warsztatów i stanowią zdrową oraz smaczną przekąskę dla ich uczestników.



Zajęcia dydaktyczne prowadzone w naszym gospodarstwie **dotyczą** przede wszystkim **uroków, ale też trudów często nieznanej, niedocenianej pracy i życia na wsi**, pozwalają poznać lokalne tradycje, zwyczaje i obrzędy, ale także zwrócić uwagę na wysiłek związany z wytworzeniem żywności. Wzbudzają przez to szacunek dla przysłowiowej kruszyny chleba.



Gospodarstwo przygotowane jest zarówno na przyjmowanie jednodniowych wycieczek przedszkolnych i szkolnych, jak i na kilkudniowe zielone szkoły. Ich uczestnikom całorocznie oferowane są warsztaty edukacyjne, a także liczne zajęcia o charakterze ruchowo-sportowym. W ramach tych pierwszych, dzieci i młodzież mają możliwość poznania tajników tworzenia kołbielskich wycinanek i wyplatane z siana, próbuje swoich sił w ubijaniu masła i robieniu sera czy wyrobie i wypieku chleba. Oferowane są także zajęcia z pszczelarzem, pod okiem którego uczestnicy wyrabiają świece i degustują miód, a także warsztaty artystyczne z bibuły. **Grupy odwiedzające gospodarstwo wyjeżdżają bogatsze o wiedzę z zakresu rolnictwa**, którą zdobywają podczas wizyty w mini skansenie, oglądania maszyn i urządzeń rolniczych, młócenia cepami, prania na tarze, a nawet warsztatów tkackich. Bardzo dużym powodzeniem cieszą się także warsztaty sezonowe, które tematycznie powiązane są z wiosną, Wielkanocą, jesienią, andrzejkami i mikołajkami.



W kwestii warsztatów, bardzo wiele zawdzięczamy kochanej przez wszystkie dzieci, ale i przez nas, Pani Eli z Woli Starogrodzkiej, która ma przeogromną wiedzę i doświadczenie z zakresu życia i pracy na wsi. Jest skarbnicą różnych historii, wierzeń, tradycji i zwyczajów charakterystycznych dla tego regionu.



Pani Ania wierzy, że niebawem będzie mogła liczyć także na owocną współpracę z członkami Koła Gospodyń Wiejskich w Wólce Dłużewskiej, które zostało założone kilka miesięcy temu i obecnie zaczyna rozwijać swoją działalność.

W ramach zajęć sportowych natomiast, dzieci poznają gry i zabawy z dawnych lat, biorą udział w wycieczkach rowerowych, spływach kajakowych, grach terenowych, strzelają z łuku i szukają skarbów z wykrywaczem metali. Istnieje ponadto możliwość zorganizowania przejażdżki wozem konnym lub bryczką po okolicznych wsiach, a także wycieczka nad rzekę Świder i na pobliską Wólczańską Górę. W ostatnim czasie oferta poszerzona została o zajęcia z survivalu.



W „Dolinie Bobrów” mile widziani są także goście indywidualni. Chętnie przyjeżdżają tu rodziny z dziećmi, które mają do dyspozycji place zabaw, boisko sportowe, altany z grillem czy miejsce na ognisko. Mogą oni również wziąć udział w wybranych warsztatach oferowanych przez gospodarstwo. Z możliwości tej często korzystają także

grupy z domów seniora. Warto również nadmienić, że wszyscy turyści nocujący w gospodarstwie, mogą skorzystać z całodziennego wyżywienia.

W ofercie gospodarstwa można znaleźć także **organizację imprez okolicznościowych**, wieczorów panieńskich i kawalerskich, a także imprez firmowych. Od kilku lat, dzięki atrakcyjnej wizualnie lokalizacji oraz odpowiedniej infrastrukturze, chętnie organizowane są tu ponadto śluby plenerowe. *Praca jest ciężka i jest jej dużo, ale trudy te nikną przy satysfakcji, którą daje szczere zadowolenie dzieci. Te ich miny, kiedy już zbierają się do wyjazdu, te uśmiechy świadczące o tym, że bardzo im się podobało. Ta ich duma i zadowolenie z własnoręcznie wytworzonych z siana kurek, kogucików i kaczków, którymi zaraz pochwalą się rodzicom...* – wspomina właścicielka.



Realia prowadzenia gospodarstwa agroturystycznego nie zawsze są jednak tak urokliwe, sielskie i beztrudne, jak „nadświrdzańskie włości”, wśród których zlokalizowana jest „Dolina Bobrów”. **Potężnym wyzwaniem finansowym jest okres zimowy** i wynikająca z jego specyfiki konieczność ogrzewania budynków mieszczących pokoje gościnne. Kosztowną i niesłychanie istotną, z powodu wzrastającej konkurencji, inwestycją jest też odpowiednia promocja w Internecie. *Trudno jest znaleźć dobrą firmę. Nie sztuką też jest wydać masę pieniędzy. A i tak efekt często wcale nie jest już nawet spektakularny czy szalony, a ledwie zadowalający* – mówi Pani Ania.



Tworząc swoje przedsięwzięcie, Pani Ania starała się zachować istotę, specyfikę i dawny charakter gospodarstwa wiejskiego, które prowadzone było w jej rodzinie od pokoleń, a także nawiązać do bogactwa i unikatowości lokalnego folkloru kołbielskiego. W tę tradycyjność postanowiła wpleść jednak trochę innowacji, jakości i ciekawych pomysłów. Wśród licznych nagród, wyróżnień i dyplomów, świadczących o tym, że jej się to udało, wyróżnić można m.in.:

ROK 2003

- III miejsce w powiatowym Konkursie „Najładniejsza zagroda wiejska”.

ROK 2005

- Dyplom za uczestnictwo w powiatowym Konkursie „Piękna zagroda wiejska”.

ROK 2006

- Dyplom za uczestnictwo w powiatowym Konkursie „Piękna zagroda wiejska”.

ROK 2019

- I miejsce w kategorii „Gospodarstwo Agroturystyczne Roku 2019” w powiecie mińskim.

ROK 2020

- II miejsce w konkursie „Innowacje w agroturystyce”.



ROZDZIAŁ IX

Jak małymi łykami wypić „ziołowy dzbanek”?



**ZAGRODA EDUKACYJNA „ZIOŁOWY DZBANEK” –
EWA NISIEWICZ**

Sąpy 20, 14-420 Młynary
woj. warmińsko-mazurskie

+48 666 111 181
ziolowydzbanecek@gmail.com
www.ziolowydzbanecek.pl

Państwo Ewa i Waldemar Nisiewicz w 2009 r. powiększyli swoje gospodarstwo rolne dokupując 3 ha gruntów zlokalizowanych w Sąpach, gmina Młynary w woj. warmińsko-mazurskim. *Budynki były w stanie ruiny, ale teren uroczy, ponieważ gospodarstwo znajduje się na różnych poziomach, są wzgórki, dużo spadków i rowów. Chcieliśmy mieć agroturystykę, ale jest to wieś położona daleko od morza, jezior, gór, a więc na terenie mało atrakcyjnym turystycznie. Zrodził się pomysł, aby nasze pasje – zielarstwo i garncarstwo – przenieść w miejsce zrobione w takim klimacie* – mówi Pani Ewa.

W ramach realizacji dwóch projektów z PROW w roku 2012 powstała Chata Zielarska, a następnie w 2014 roku w starej stodole urządzono Wiatę Garncarską. Gospodarstwo agroturystyczne zaprojektowane zostało również w klimacie ziół, ponieważ gospodarze chcieli być konsekwentni w swoich propozycjach. W ofercie noclegowej znalazły się pokoje: chabrowy, makowy, nagietkowy i lniany. *Jest zwierzyniec wiejski, ogrody ziołowe i hortiterapeutyczne, warzywniki uprawiane na zasadzie permakultury, nie ma radia i telewizji, brak zasięgu, co powoduje, że człowiek może choć na chwilę zwolnić w swoim życiu* – dodaje Pani Ewa.



W 2015 roku Pani Ewa przystąpiła do Ogólnopolskiej Sieci Zagród Edukacyjnych. Powstała Zagroda Edukacyjna „Ziołowy Dzbaneł”, która **w ofercie edukacyjnej posiada 14 pakietów warsztatowych skierowanych do różnych grup odbiorców**. Wśród

propozycji tematycznych dla dzieci znalazły się następujące warsztaty edukacyjne: „Ziele w zielniku”, „Malowanie na szkle”, „Ziołowe SPA”, „Ziołowe mydła”, „Owoce i warzywa w szkle zamknięte”, „Gliniane cudeńka”, „Historia ziemniaka”, „Zaczarowana wieś w decoupage”, „Ziołowy papier czerpany”, „Wiklinowe serduszko” i „Poznaj swoje ziołowe „Ja”, natomiast oferta dla dorosłych zawiera następujące warsztaty: „Motanie słowiańskich lalek dobrych intencji”, „Warsztaty zielarskie”, „Malowanie na szkle”, „Warsztaty garncarskie”, „Warsztaty florystyczne” czy „Zaczarowana wieś w decoupage”.

Uczestnikami warsztatów edukacyjnych są głównie dzieci, członkinie kół gospodyń wiejskich i seniorzy. W realizacji warsztatów pomocne jest **przygotowanie i doświadczenie pedagogiczne obojga małżonków**, którzy równocześnie są nauczycielami i pracują w miejscowej szkole. W działania Zagrody Edukacyjnej „Ziołowy Dzbanek” wpisuje się również realizacja wielu warsztatów podczas małych i dużych eventów oraz pikników, a także przyjmowanie bardzo dużej liczby wizyt studyjnych z kraju i z zagranicy, np. Liwy, Francji czy Białorusi.



W latach 2020-2022 Rodzina zrealizowała kolejny projekt pt. „Ziołowe Ogrody Zdrowia. Ziołowy Dzbanek” w ramach PROW 2014-2020. Na terenie o powierzchni 40 arów powstało 5 ogrodów tematycznych: Ogród Dotyku, Zapachu, Koloru, Dźwięku i Ziołowy Ogród Kupały. Są to **przestrzenie terapeutyczno-edukacyjne** funkcjonujące na zasadach **ogrodoterapii**. W praktyce w ogrodach realizowana jest zarówno hortiterapia bierna (obserwacja przyrody, wyciszenie), jak i czynna (praca w ogrodzie, warsztaty zielarskie i florystyczne, zooterapia czy arteterapia). W ramach Ziołowego Ogrodu Kupały kultywowana jest tradycja nocy świętojańskiej i dzięki temu możliwe jest zachowanie lokalnego dziedzictwa kulturowego. Powstało również 16 dużych warzywników urządzonych zgodnie z zasadami permakultury. Są to innowacyjne przedsięwzięcia łączące zdrowie i ekologię z pielęgnowaniem tradycji.



Zagroda Edukacyjna „Ziołowy DzbaneK” jest miejscem, gdzie właściciele prowadzą równocześnie gospodarstwo agroturystyczne, zagrodę edukacyjną i Ziołowe Ogrody Zdrowia.



To całe nasze serce i wielka pasja. Zagospodarowujemy przestrzeń, przygotowujemy posiłki, przyjmujemy gości, robimy przetwory, organizujemy warsztaty i sławimy polską kulturę w kraju i za granicą. (...) Nasze życie odmieniły środki finansowe z PROW, ponieważ mamy bardzo dużo odwiedzających nas gości, bardzo dużo grup, prowadzimy warsztaty dla dzieci i młodzieży, jesteśmy zapraszani do innych części kraju, proszeni o prowadzenie prelekcji na temat zagród edukacyjnych czy sposobów tworzenia miejsc z klimatem w miejscowościach, które pozornie nie mają potencjału. (...) Kiedy po raz pierwszy sięgaliśmy po środki finansowe z PROW, mieliśmy obawy, czy się uda, czy jesteśmy na tyle zdolni, czy możemy osiągnąć sukces. Uważam, że jeśli ktoś ma pasję, a nie ma środków finansowych, to warto po nie sięgać, bo pozwolą to na realizację marzeń, zmianę miejsca pracy, otoczenia, stworzenie czegoś niepowtarzalnego.



Ciężka praca właścicieli, zapał, wytrwałość i konsekwencja w działaniu, kreatywność oraz duże zaangażowanie w realizację pomysłów wygenerowały sukcesy. Duża wiedza



i doświadczenie zawodowe, komunikatywność, charyzma i ciepłe, empatyczne usposobienie Pani Ewy sprawiają, że goście są zadowoleni oraz bardzo chętnie wracają. Jej zdaniem o sukcesie w prowadzeniu biznesu decyduje przede wszystkim profesjonalizm, elastyczność w reagowaniu i działaniu, sprawność organizacyjna, różnorodność oferty, umiejętność przekazywania wiedzy, pozytywne nastawienie, otwartość na nowości oraz dobry kontakt z klientem. *Pochodzę ze wsi, bardzo dobrze znam wieś i dlatego jestem autentyczna. Jeśli jest się autentycznym i lubi się ludzi, to się uda* – dodaje Pani Ewa. Prowadzenie biznesu to nie tylko pasmo sukcesów, ale także chwile zwątpienia i niepewności.



Czasami nie mam siły, mam dosyć. Myślę: „Już za dużo wyzwań...”
Wówczas uciekam w świat książki, a następnego dnia, pełna zapału, wracam do swoich obowiązków.



Pani Ewa jest bardzo aktywna społecznie. Założyła Fundację „Teraz MY”, swoją wiedzę i doświadczeniem z zakresu turystyki wiejskiej dzieli się także działając

w Stowarzyszeniu LGD „Partnerstwo Północnej Warmii i Wysoczyzny Elbląskiej”, jest też członkinią Stowarzyszenia Mieszkańców Wsi Sąpy i KGW w Sąpach.

Zajmuje się obsługą klientów, przyjmuje zamówienia i je realizuje, rozmawia z klientami, swoje produkty i usługi promuje na Facebooku oraz Instagramie, ma również ofertę noclegową na Booking.com. W 2024 roku zmodyfikowała stronę internetową www.ziolowydzbanek.pl, która przejrzysto ukazuje wszystkie kierunki działania zagrody.

Gospodarze mają zamiar rozwijać swój biznes. Największą satysfakcję z prowadzenia działalności daje Pani Ewie swoboda podejmowaniu decyzji i możliwość realizacji własnych pomysłów.



*Wstaję i mówię: „Mam pomysł”. Ostatnio napisaliśmy projekt na rozwój zagrody edukacyjnej pt. „Wieś w obejściu i w tradycji”. **Naszych gości pragniemy stymulować naturą, tradycją i pięknem wsi.** Przygotowanie nowych warsztatów etnograficznych i ekologicznych jest sposobem na zatrzymanie i pozyskanie klienta oraz utrzymanie się na rynku usług edukacyjnych.*



Pani Ewa planuje również adaptację nowego budynku, przygotowanie oferty kolejnych warsztatów tematycznych, tworzenie jednolitej marki, prowadzenie obserwacji rynku i dostosowanie oferty do potrzeb turystów przy jednoczesnym zachowaniu klimatu miejsca.





Zarówno agroturystyka, jaki i zagroda edukacyjna wiele razy zostały docenione i nagrodzone. *Konkursy są dla nas miłą nagrodą, ale zadowolenie gości i ich powroty cieszą nas najbardziej* – dodaje Pani Ewa. Do najważniejszych nagród i wyróżnień, które otrzymali Państwo Ewa i Waldemar Nisiewicz należą:

ROK 2015

- 2 certyfikaty na produktu lokalnego Wysoczyzny Elbląskiej „Konfitura z jarzębiny” oraz „Nalewka pokrzywowo-miętowa”.
- Wyróżnienie w wojewódzkim Konkursie „Godni Naśladowania” w kategorii „Animator społeczny”.

ROK 2016

- I miejsce w wojewódzkim Konkursie „Zielone Lato” w kategorii „Zagroda Edukacyjna”.

ROK 2017

- Laureaci Ogólnopolskiego Konkursu „Sposób na sukces” w kategorii „Społeczności lokalne”.

ROK 2018

- I miejsce w ogólnopolskim Konkursie „Na Wsi Najlepiej – 12 dobrych praktyk w turystyce wiejskiej” w kategorii „Wypoczynek u rolnika”.
- Wojewódzki „Laur Najlepszy z Najlepszych” w kategorii „Edukacja, Kultura”.
- II miejsce w wojewódzkim Konkursie „Zielone Lato” w kategorii „Wypoczynek u rolnika”.
- VII miejsce w ogólnopolskim Konkursie „Kwatera na medal”.
- Laureatka konkursu „Kobieta z Charakterem Warmii i Mazur” w kategorii „Kultura, Sztuka”.

ROK 2019

- Wojewódzki „Laur Najlepszy z Najlepszych” w kategorii „Turystyka”.
- Laureatka „Złotej Dziesiątki” Kobiet Sukcesu Warmii i Mazur.

ROK 2022

- II miejsce w wojewódzkim Konkursie „Najciekawsza zagroda edukacyjna Warmii i Mazur”.

ROK 2022

- I miejsce w wojewódzkim Konkursie „Najlepsze gospodarstwo agroturystyczne”.
- I miejsce w ogólnopolskim Konkursie „Przyjazna Wieś 2025” w kategorii „Poprawa konkurencyjności gospodarstw rolnych”.

INNE

- 2 certyfikaty: „Produkt Warmia Mazury” na warsztaty zielarskie i warsztaty garncarskie.



Kierując się wieloletnimi doświadczeniami i przemyśleniami, Pani Ewa sformułowała „złotą radę” dla innych kobiet, które planują działalność na własny rachunek: *Trzeba realizować swoje marzenia, marzenia realizuje się zaczynając od małych kroków, nie można skoczyć i od razu być, bo zawsze napijemy się małymi łykami, a nie dużymi haustami, nie przejmować się porażkami, bo porażka zawsze uczy nas czegoś, żebyśmy wznieśli się na wyżyny.*



PODSUMOWANIE

Zmiana „Przed i po” – Co naprawdę daje wdrożenie dobrych praktyk?

Historie bohaterek pokazują, **jak ich tradycyjne, często niewielkie gospodarstwa rolne przeszły proces głębokiej zmiany**. Z typowych, rodzinnych działalności opartych na uprawie zbóż, warzyw, owoców czy chowie zwierząt, przedsięwzięciach zazwyczaj mało dochodowych i trudno rozwijających się, przekształciły się w nowoczesne, wyspecjalizowane gospodarstwa, które oferują nie tylko produkty rolnicze, lecz także usługi, doświadczenia i wartości edukacyjne. Bohaterki tej publikacji udowadniają, że **zmiana zaczyna się od pomysłu, ale trwa dzięki konsekwencji, autentyczności i umiejętnemu zarządzaniu zasobami, relacjami oraz potencjałowi miejsca**. Uprawa roślin stała się dla nich niejednokrotnie nie tylko podstawową produkcją, lecz także źródłem innowacji i możliwością pozyskania realnych dochodów. Pokazują one, że dzięki surowcom roślinnym można tworzyć wartościowe, prozdrowotne i odżywcze produkty, przetwory o wysokiej jakości oraz wyroby o charakterze dekoracyjnym znajdujące odbiorców zarówno lokalnie, jak i poza regionem.

Przykłady ich działalności potwierdzają, że świadome wykorzystanie roślin, od ziół przez rośliny jadalne, po ozdobne, otwiera drogę do rozwoju niszowych, a jednocześnie dochodowych inicjatyw. Bohaterki udowadniają, że w oparciu m.in. o uprawy roślinne można zbudować rozpoznawalną, nowoczesną i konkurencyjną markę, łącząc tradycję ze współczesnymi potrzebami rynkowymi. Ich doświadczenia jednoznacznie pokazują, że rośliny są nie tylko elementem krajobrazu wsi, ale kapitałem, który odpowiednio wykorzystany pozwala osiągnąć sukces i przyczynić się do satysfakcji zawodowej.



Każda z nich wybrała własną ścieżkę rozwoju, która zaczynała od małych kroków. Mądre zarządzanie nie polegało wyłącznie na inwestycjach w infrastrukturę, dodatkową ziemię czy sprzęt, ale przede wszystkim na dostrzeżeniu tego, co niematerialne: walorów krajobrazowych, historii miejsca, lokalnych tradycji oraz potencjału społecznego. Niektóre bohaterki rozwijały gospodarstwa przekazywane z pokolenia na pokolenie. Inne porzuciły życie w mieście, aby zaadaptować stare siedliska, często w bardzo złym stanie, *gdzie nie było nic oprócz śpiewu ptaków i zapachu łąk i lasów.*

Jednym z najważniejszych i najbardziej inspirujących kierunków zmian, jakie wybrały rolniczki, była działalność turystyczno-edukacyjna. Niektóre bohaterki odkryły potencjał ziół, zaczęły tworzyć naturalne kosmetyki, mieszanki zielarskie, herbatki i prowadzić warsztaty. Inne połączyły turystykę z folklorem i edukacją, tworząc miejsca pełne kultury, tradycji i autentycznych relacji. Jedna z Pań stworzyła przestrzeń terapeutyczno-edukacyjną opartą na ogrodoterapii zarówno biernej, polegającej na obserwacji natury, jak i czynnej, w której praca w ogrodzie i warsztaty zielarskie sprzyjają wyciszeniu i regeneracji. Inna proponuje interaktywne spektakle, łączące widowisko teatralne z grą terenową, dzięki którym uczestnicy poznają słowiańskie i lokalne mity i legendy. Wśród inicjatyw znalazły się również przedsięwzięcia związane z tradycyjną kuchnią, pszczelarstwem czy rękodziełem ludowym, które łączyły wartości edukacyjne z odtwarzaniem wiejskiej kultury.

Mądre wykorzystanie potencjału miejsca poprzez ekologię było kolejną drogą, którą poszły bohaterki. Jednym z przykładów jest gospodarstwo, które z tradycyjnej i niewielkiej działalności rodzinnej przekształciło się w certyfikowane gospodarstwo ekologiczne. Decyzja o certyfikacji, podjęta przez rodziców i rozwijana konsekwentnie przez Panią Agatę, pozwoliła wykorzystać trudne warunki gospodarowania jako atut, budując markę opartą na ekologicznej uprawie owoców i warzyw oraz produkcji przetworów. Inna uczestniczka, Pani Agnieszka, rozwinęła model rolnictwa wspieranego przez społeczność (RWS), w którym relacja między gospodarstwem a klientami opiera się na zaufaniu, regularności i współodpowiedzialności. Nie zabrakło, wydawać by się mogło, takich „prostych” pomysłów, jakim jest szkółka roślin ozdobnych. Nasza bohaterka, Pani Ania, przekształciła tradycyjne gospodarstwo sadownicze w szkółkę roślin ozdobnych i zaczęła projektować ogrody, oferując nie tylko produkty, ale też wiedzę i doświadczenie. Jej atutem jest pozostawanie pod nadzorem PIORiN-u, co umożliwia jej wydawanie paszportów roślin i szeroko zakrojone doradztwo. Co istotne, kobiety zaczęły wykorzystywać nowoczesne metody zarządzania produkcją roślinną: certyfikację rolnictwa ekologicznego, permakulturę, planowanie upraw zgodnie z potrzebami konkretnych roślin i klientów, monitoring fitosanitarny czy zrównoważone podejście do zasobów. Dzięki temu zdobyły przewagę konkurencyjną opartą na jakości, rozpoznawalności i zaufaniu.

Panie podkreślały, że **w dzisiejszych czasach prawdziwą wartością, którą warto wykorzystywać** w zarządzaniu gospodarstwem nastawionym na świadczenie



usług, **jest autentyczność**. Wspólnie zauważyły, że o sile ich przedsięwzięcia decydowała również lokalna kuchnia, dziedzictwo kulturowe, tradycyjne rzemiosło, kontakt z naturą oraz budowanie prawdziwych relacji z ludźmi. W tej perspektywie to nie tylko produkt, ale klimat miejsca stawał się ich największą przewagą.

Inwestowanie w rozwój prezentowanych gospodarstw nie polegało na „wydawaniu pieniędzy”, ale na mądrym planowaniu, często etapowym, dostosowanym do sytuacji życiowej i możliwości finansowych. Historie rolniczek pokazują, jak ważną rolę odegrały fundusze zewnętrzne zarówno UE, jak i krajowe. Dzięki nim możliwa była nie tylko modernizacja infrastruktury czy poprawa warunków energetycznych, ale również rozwój oferty turystycznej, edukacyjnej czy zakup specjalistycznego sprzętu rolniczego. Bardzo ważną rolę odegrały środki z programów, takich jak: SAPARD, PROW, „Młody Rolnik”, Leader czy „Czyste Powietrze”. Wsparto nimi rozwój agroturystyki, zielarskich i pszczelarskich zagród edukacyjnych, a także sfinansowano projekty związane z ekologizacją gospodarstw. Jedną z form finansowania były również kredyty i pożyczki, mimo że skorzystały z nich tylko dwa gospodarstwa.

Wspólnym mianownikiem wielu przedsięwzięć była także **troska o środowisko i efektywność energetyczną**. Bohaterki inwestowały w odnawialne źródła energii: fotowoltaikę, pompy ciepła, termomodernizację budynków. Istotną częścią rozwoju były inwestycje w sprzęt rolniczy, który zwiększał efektywność produkcji i unowocześniał gospodarstwa. Zakupiono ciągnik z podnośnikiem czołowym, nowoczesne opryskiwacze polowe, deszczownice bębnowe, narzędzia do pielęgnacji roślin oraz wyposażenie warsztatowe. Wiele z tych inicjatyw łączyła wspólna idea polegająca na wykorzystaniu istniejącego potencjału gospodarstwa poprzez nadanie mu nowej funkcji turystyczno-edukacyjnej. Adaptacje obejmowały: modernizację lub budowę obiektów noclegowych, budowę altanek, oranżerii, miejsc na ognisko, mini zoo czy placów zabaw, co zwiększało atrakcyjność oferty turystycznej. Ważnym elementem rozwoju była nie tyle wielkość inwestycji, ile jej ukierunkowanie na rozwój jakości usług, rozszerzanie oferty, przygotowanie całorocznych warunków pobytu dla turystów, tworzenie miejsc edukacji i kultury.

Wszystkie bohaterki podkreślały, że **w prowadzeniu działalności ważna jest wiedza i kwalifikacje**. Dlatego każda z nich uczestniczyła w różnych formach kształcenia dostępnych dla osób dorosłych, takich jak: studia, studia podyplomowe, staże, kursy, szkolenia czy warsztaty. Kobiety zauważyły, że zdobywanie i poszerzanie kompetencji to warunek rozwoju. Uczestniczki najczęściej wskazywały, że udało im się pozyskać kompetencje związane z prowadzeniem zagród edukacyjnych. Musiały nauczyć się prowadzenia warsztatów, zajęć czy animacji skierowanych do dzieci. Dodatkowo dołączanie do sieci zagród edukacyjnych, stowarzyszeń agroturystycznych, kół gospodyń wiejskich czy ochotniczej straży pożarnej zapewniało dostęp do informacji, projektów, partnerów i promocji. Aktywne uczestnictwo w różnych formach współpracy pozwoliło na uzyskanie kompetencji organizacyjnych, społecznych i przywódczych. Innymi



kompetencjami, które nabyły bohaterki były kwalifikacje branżowe związane z pszczelarstwem, gastronomią, ziołolecznictwem czy agroleśnictwem. Należy również wspomnieć o kompetencjach biznesowych związanych z promocją, prawem, podatkami czy różnymi formami sprzedaży bezpośredniej. Dla kobiet bezdyskusyjną wartością była ponadto możliwość uczenia się od innych, niezależnie od tego, czy byli to doświadczeni pszczelarze, pracownicy doradztwa rolniczego lub innych instytucji czy klienci. Zdobyta wiedza i doświadczenie przełożyły się na większą pewność siebie i profesjonalizację działalności.

Wszystkie bohaterki korzystały z siły różnych relacji. Choć każda z nich zaczynała swoją działalność z najbliższą rodziną lub samodzielnie, z czasem zrozumiały, że **prawdziwy rozwój nie jest realizowany w pojedynkę**. Kluczowe okazało się otwarcie na innych, na lokalnych twórców, organizacje społeczne, szkoły, instytucje kultury, media, sąsiednie gospodarstwa czy współpracę z lokalnymi instytucjami i klientami, którzy nie tylko kupowali produkty, ale także stali się ambasadorami marki. To właśnie współpraca pozwoliła im poszerzyć ofertę, zbudować wiarygodność i trwałą pozycję w społeczności. Współpraca zaczynała się często od drobnych działań, wspólnego wydarzenia, warsztatów, festynu, wymiany wiedzy czy zaproszenia lokalnego artysty. Z czasem przeradzała się w bardziej świadome partnerstwa. Przykładem tego jest targowisko „Dobre, bo nasze Warmińsko-Mazurskie”.

Kobiety odkryły, że razem można nie tylko działać skuteczniej, ale także uczyć się od siebie, wzmacniać motywację i tworzyć przestrzeń, która ma większy wpływ społeczny. Wymiana doświadczeń, pomoc techniczna, wsparcie organizacyjne i mentalne pozwalały im pokonywać trudności i rozwijać nowe pomysły. Wspólne realizowanie projektów, warsztatów i lokalnych inicjatyw wzmocniło ich pozycję w regionie. Najważniejszą korzyścią ze współpracy okazała się możliwość pokazania swojej działalności szerszemu gronu. Bohaterki zaczęły pojawiać się na targach, w mediach, w lokalnych projektach i konkursach. Dzięki temu zdobywały zaufanie gości, samorządów i partnerów, co przekładało się na rozwój oferty, edukacji i marki. Współpraca stała się też formą wsparcia emocjonalnego, źródłem inspiracji, dobrego słowa, pomocy w trudnych chwilach. Bohaterki zgodnie podkreślały, że współpraca nie odebrała im niezależności, wręcz przeciwnie, dodała siły i pewności. Wspólnie można tworzyć zatem miejsca, które nie tylko zarabiają, ale również zmieniają lokalną rzeczywistość, pielęgnują tradycję i budują poczucie wspólnoty.

Na początku wszystkie bohaterki koncentrowały swoją działalność promocyjną głównie na pocście pantoflowej. Z czasem przeszły jednak drogę od etapu „wie o mnie sąsiad i szkoła” do świadomego budowania marki miejsca, produktu i idei. Przełomowym momentem okazała się umiejętność pokazania świata, czym się zajmują poprzez media społecznościowe (Facebook, YouTube, Instagram). **Ważną rolę odegrała również promocja na platformach internetowych**, takich jak Booking.com, e-Bazarek czy OLX, a także wykorzystywanie różnych narzędzi marketingowych. Pani Agnieszka („Naturianki”)



rozwinęła swoją markę dzięki promocji przez znaną osobę publiczną, stosując marketing z wykorzystaniem gwiazdy. Pani Ania z „Doliny Bobrów” budowała rozpoznawalność poprzez prezentacje w szkołach w tradycyjnych strojach ludowych, natomiast Pani Ania Woźniak swoją szkółkę roślin rozwija głównie dzięki rekomendacjom zadowolonych klientów, czyli marketingowi szeptanemu.

Wszystkie bohaterki budowały zaufanie, przyciągając klientów nie tylko produktami, ale przede wszystkim tradycją, wartościami i emocjami. Główną rolę odegrało stworzenie spójnej, marketingowej nazwy produktu, która była połączona z historią gospodarstwa. Nazwa stała się nośnikiem wartości, symbolizowała prawdziwy smak, ekologię, tradycję i relacje z ludźmi. Kolejne etapy rozwoju marki obejmowały udział w konkursach, targach, jarmarkach, festynach i obecność w mediach. Następnie bohaterki pokazały swoje gospodarstwa jako przestrzeń różnorodnego doświadczenia (estetycznego, rozrywkowego, edukacyjnego, eskapistycznego). Tu Panie wykorzystywały zagospodarowanie działki zgodne ze specyfiką produktu, warsztaty, eventy, gry i zabawy, terapie poprzez kontakt z naturą. Niektórym udało się również wprowadzić system subskrypcyjnej sprzedaży. Za szczególnie innowacyjne należy uznać budowanie przez bohaterki wizerunku ekspertek. Strategia ta zapewnia korzyści znacznie wykraczające poza zwykłą rozpoznawalność. Klienci zaczynają postrzegać właścicielkę gospodarstwa jako osobę kompetentną, wiarygodną i profesjonalną. Dzięki edukacji i doradztwu możliwe staje się promowanie określonego stylu życia, co daje odbiorcom realną wartość dodaną. **Najważniejszym efektem jest jednak budowanie trwałych, autentycznych relacji z klientami.**

Każda z bohaterek podkreślała, że rozwój ich gospodarstwa, nie przebiegał bez potknięć. Początki często wiązały się z brakiem wiedzy w obszarze prawa, podatków i przedsiębiorczości, nieprzystosowaniem gospodarstwa do nowych funkcji, a zatem potrzebą nowych inwestycji, niezrozumieniem osób bliskich, czasem życiowymi tragediami, a innym razem wręcz przeciwnie – z pojawianiem się nowego członka rodziny. Te doświadczenia nauczyły je pokory, uważności, pokazały, że profesjonalizacja działalności nie opiera się jedynie na pasji, ale również na *wierze w siebie, asertywności i umiejętności oceny ryzyka*. Innym wyzwaniem była kwestia przeciążenia. Niektóre Panie początkowo starały się zrobić wszystko samodzielnie, pracować, prowadzić warsztaty, gotować, promować działalność, jednocześnie dbając o rodzinę i dom. Przemęczenie było sygnałem, że rozwój wymaga równowagi, delegowania zadań i dbania o własną regenerację – *że nam urlop też się należy i to nawet w tzw. sezonie*. Jest ono ponadto katalizatorem wprowadzania zmian i innowacji we własnym gospodarstwie. Może to być odejście od mało opłacalnych upraw, zakup ciągnika z podnośnikiem czołowym, który *oszczędza siły, czas i zdrowie*, przekształcenie własnej działki w półdziką czy przystąpienie



do Ogólnopolskiej Sieci Zagród Edukacyjnych. Dopiero wtedy praca zaczyna przynosić nie tylko dochody, ale też satysfakcję.

Ważne, a dla niektórych Pań wręcz przełomowe, było **pokonanie lęku przed promocją i publiczną prezentacją swojej działalności**. Zgodnie przyznają, że na początku trudno było im mówić o swojej pracy, występować publicznie, pokazywać się w mediach tradycyjnych czy społecznościowych. Z czasem jednak zrozumiwały, że dzielenie się swoją historią nie jest chwaleniem się, ale budowaniem marki i inspirowaniem innych. Rozpoznawalność to nie dodatek do działalności, to jej siła napędowa. Niektóre z bohaterek przyznały również, że zbyt długo działały w pojedynkę z obawy przed oceną, utratą kontroli lub po prostu z przyzwyczajenia. Dopiero gdy otworzyły się na współpracę, odkryły, jak wiele można osiągnąć razem. Zrozumiwały, że proszenie o pomoc nie jest oznaką słabości, ale dojrzałości i strategicznego myślenia. I wreszcie, wejście do świata mediów społecznościowych pokazało im, jak wielką przewagę daje autentyczna komunikacja z odbiorcami, prezentowanie kulis swojej pracy, pokazywanie ludzi, historii i emocji. Internet stał się dla nich nie tylko narzędziem reklamy, ale także edukacji, sprzedaży i budowania społeczności wokół ich idei. Te doświadczenia pokazały, że porażki nie są przeszkodą, ale drogowskazem. Dzięki nim nauczyły się podejmować odważniejsze decyzje, ufać sobie i działać świadomie, a ich działalności dojrzały razem z nimi.

Historie bohaterek pokazują, że **sukces nie rodzi się z przypadku, ale z odwagi, profesjonalizmu, elastyczności w reagowaniu i działaniu, sprawności organizacyjnej, różnorodności oferty, konsekwencji i autentyczności**. To, co je łączy, to głębokie przekonanie, że warto ufać swojej intuicji, nawet jeśli inni mają wątpliwości. Każda z nich miała moment, w którym musiała podjąć decyzję: czy iść drogą schematów i oczekiwań, czy zaufać własnej wizji. To właśnie ta decyzja okazywała się przełomowa. Najważniejszą lekcją, którą przekazały swoją historią, jest ta, że zmiana zaczyna się od człowieka, od jego pasji, determinacji, gotowości na uczenie się i otwartości na nowości. Sukces to nie tylko dobrze prosperująca działalność, ale także wpływanie na innych, inspirowanie sąsiadów, młodzieży, dzieci i całej społeczności. To umiejętność pokazania, że wieś może być miejscem nowoczesnym, twórczym i pełnym możliwości, a tradycja nie musi być przeszkodą – może stać się przewagą.

Bohaterki podkreślały, że prawdziwa siła rodzi się wtedy, kiedy pasja spotyka się z działaniem. Można mieć piękne marzenia, ale dopiero ich realizacja krok po kroku, przynosi rezultaty. Opowiadając o swojej działalności przekonują, że nie trzeba być idealną, aby odnieść sukces. Kluczem nie jest wielkość gospodarstwa czy zasoby finansowe, ale świadome zarządzanie, odwaga w podejmowaniu decyzji, umiejętność opowiadania własnej historii i budowania relacji. Pokazały, że rozwój gospodarstwa to nie tylko modernizacja upraw czy inwestycje w sprzęt. To głęboka zmiana mentalności, sposobu zarządzania, myślenia o kliencie, edukacji i roli gospodarstwa w otoczeniu społecznym. Ich droga to ewolucja – od tradycyjnego modelu produkcyjnego



do działalności opartej na usługach, doświadczeniach, emocjach i wartościach. **To nauka, że sukces ma twarz kobiety, która nie boi się marzyć, działać i inspirować innych.**

„Bo liderką nie zostaje się wtedy, gdy osiąga się cel.
Liderką zostaje się wtedy, gdy swoim przykładem
zachęca się innych, żeby też spróbowali”

JAK BUDOWAĆ MARKĘ I PROMOWAĆ W INTERNECIE, ABY SPRZEDAWAŁA?

Poradnik dla kobiet z obszarów wiejskich



Cześć II – Kącik porad

- Kącik porad: Jak prowadzić własną działalność przetwórczą?
- Kącik porad: Promocja, sprzedaż i budowanie marki, wykorzystanie AI
- Kącik porad: Jak korzystać z dostępnych środków wsparcia?



Autorki części II

Anna Styszko

Trenerka i doradczyni z pasją do wzmacniania społecznych inicjatyw. Specjalizuje się w strategicznym rozwoju – wspiera instytucje społeczne i samorządowe w zarządzaniu, wdrażaniu projektów, budowaniu marki społecznej oraz animowaniu lokalnych społeczności. Ekspertka budowania marki społecznej, komunikacji zewnętrznej i pozyskiwania środków z funduszy publicznych na działalność społeczną. Od ponad 20 lat związana z trzecim sektorem na terenach wiejskich – wierzy w jego siłę, sprawczość i potencjał do realnej zmiany. Zaangażowana w liczne inicjatywy, m.in. jako założycielka i prezeska Fundacji LIS – Laboratorium Inspiracji Społecznych, gdzie łączy wiedzę z praktyką, wspierając ludzi i organizacje w rozwoju. Była członkinią Małopolskiej Rady Działalności Pożytku Publicznego IV kadencji, obecnie członkini w Komitecie Monitorującym Program Fundusze Europejskie dla Małopolski 2021–2027. Absolwentka Politologii i Europeistyki Uniwersytetu Provence Aix-Marseille we Francji, stypendystka Instytutu Roberta Schumana. Pracuje z misją i sercem – jest przekonana, że dobra współpraca i zaangażowanie budują silniejsze społeczności.

Karolina Boryczko

Posiada szerokie doświadczenie zawodowe w zakresie działań dotyczących przedmiotu zamówienia. Wśród szczególnych atutów należy wymienić przygotowanie wielu prezentacji do szkoleń z zakresu mediów społecznościowych oraz wykorzystania Sztucznej Inteligencji m.in. na temat:

- Tworzenia i planowania treści w social mediach z wykorzystaniem nowoczesnych metodologii *design-thinking*
- Zasad formułowania czytelnego i zrozumiałego przekazu on-line
- Zwiększania skuteczności dotarcia z przekazem
- Wykorzystania AI w tworzeniu treści



Wprowadzenie do części II

Coraz więcej kobiet mieszkających na obszarach wiejskich podejmuje decyzję o rozwinięciu własnej działalności związanej z produkcją i sprzedażą lokalnych wyrobów.

Widać wyraźnie rosnącą potrzebę samodzielności, niezależności finansowej oraz poczucia, że praca wykonywana na co dzień może dawać satysfakcję i realne korzyści. Działalności te obejmują bardzo różne dziedziny – od produkcji przetworów owocowych i warzywnych, poprzez zioła, kiszonki, nalewki, sery, wypieki, aż po rękodzieło, kosmetyki naturalne, dekoracje czy drobne usługi artystyczne. Internet sprawił, że te produkty i umiejętności mogą dziś znaleźć odbiorców w całej Polsce, a nie tylko w najbliższej okolicy.

Jeszcze dekadę temu mogło się wydawać, że aby skutecznie sprzedawać swoje produkty, trzeba mieć sklep internetowy, zainwestować w reklamę lub posiadać rozbudowane zaplecze technologiczne. Dziś to się diametralnie zmieniło. Media społecznościowe stały się jednym z najbardziej demokratycznych narzędzi dostępnych dla każdego, niezależnie od budżetu, skali działalności czy doświadczenia. Coraz więcej kobiet odkrywa, że wystarczy telefon, chwila wolnego czasu i odrobina chęci, aby rozpocząć budowę swojej marki i zacząć zarabiać na tym, co naprawdę kochają robić.

W 2026 roku trend powrotu do lokalności będzie bardzo wyraźny. Ludzie są zmęczeni masową produkcją, anonimowymi wielkimi firmami i brakiem jakości. Chcą kupować świadomie, wspierać lokalnych twórców i mieć pewność, że ich pieniądze trafiają do osób, które tworzą z pasją. Produkty wykonane ręcznie, przygotowane z lokalnych składników, oparte na tradycyjnych recepturach czy rodzinnych metodach wytwarzania zyskują na wartości. Dla kobiet z obszarów wiejskich to idealny czas, aby wejść na rynek — bo właśnie takich produktów szukają współcześni konsumenci.

Marka — czyli coś znacznie więcej niż logo

Wiele kobiet myśli, że zanim zaczną promować swoje produkty, muszą najpierw stworzyć nazwę, logo, profesjonalną identyfikację wizualną i całą „oprawę graficzną”. **To nieprawda.** Marka nie zaczyna się od grafiki. **Marka zaczyna się od Ciebie** – od wartości, które reprezentujesz, od sposobu, w jaki pracujesz, i od tego, jaką historię opowiadasz swoim klientom.

Marka to emocje, które klientka czuje, gdy otwiera słoik Twojego dżemu. To zaufanie, które buduje się w momencie, kiedy pokazujesz, skąd pochodzą składniki Twoich produktów. To ciepło i autentyczność, które widoczne są w Twoich zdjęciach, opowieściach, publikacjach w Internecie. Logo i nazwa mogą przyjść później – nie są warunkiem rozpoczęcia sprzedaży.



Dobra marka ma „duszę”. Ludzie pamiętają ją nie dlatego, że jej logo jest ładne, lecz dlatego, że wiążą z nią pozytywne odczucia. Marka jest jak relacja między dwiema osobami – jeśli ktoś Cię lubi, ufa Ci i czuje, że jesteś szczerą, chętnie wróci. Tak samo działa to w świecie sprzedaży internetowej.

Autentyczność — najważniejszy fundament współczesnych marek

Dzisiejszy klient nie szuka perfekcji. Chce zobaczyć prawdziwe życie, realną pracę, naturalny proces powstawania produktu. Perfekcyjna reklama, idealnie ustawione zdjęcie, sztuczne ujęcia – dziś działają słabiej niż spontaniczny filmik nagrany telefonem podczas zbierania malin.

Autentyczność buduje zaufanie i daje poczucie, że za marką stoi prawdziwa osoba. Konsumenci chcą widzieć, że:



**Pracujesz własnymi
rękami**



**Masz swoje tempo,
swoje emocje,
swoje doświadczenia**



**Wkładasz w tworzenie
produktów prawdziwe
serce**

Autentyczność nie polega na pokazywaniu trudów w dramatyczny sposób – wystarczy szczerość. Jeśli masz gorszy dzień, możesz to powiedzieć. Jeśli nie masz czasu na publikację, możesz zrobić krótkie nagranie z przeprosinami. Klienci cenią zwykłe, ludzkie podejście.

Lokalność — ogromny potencjał i przewaga, której nie mają duże firmy

Jednym z największych atutów marek wiejskich jest ich zakorzenienie w konkretnym miejscu. W świecie masowej produkcji lokalność staje się symbolem jakości, tradycji i zaufania.

Kiedy piszesz, że Twój syrop pochodzi z malin zbieranych na działce Twojej babci, kiedy opowiadasz o przygotowywaniu ciasta według rodzinnej receptury, kiedy pokazujesz krajobraz swojej miejscowości — klienci czują, że kupują coś wyjątkowego, czego nie znajdą w markecie.



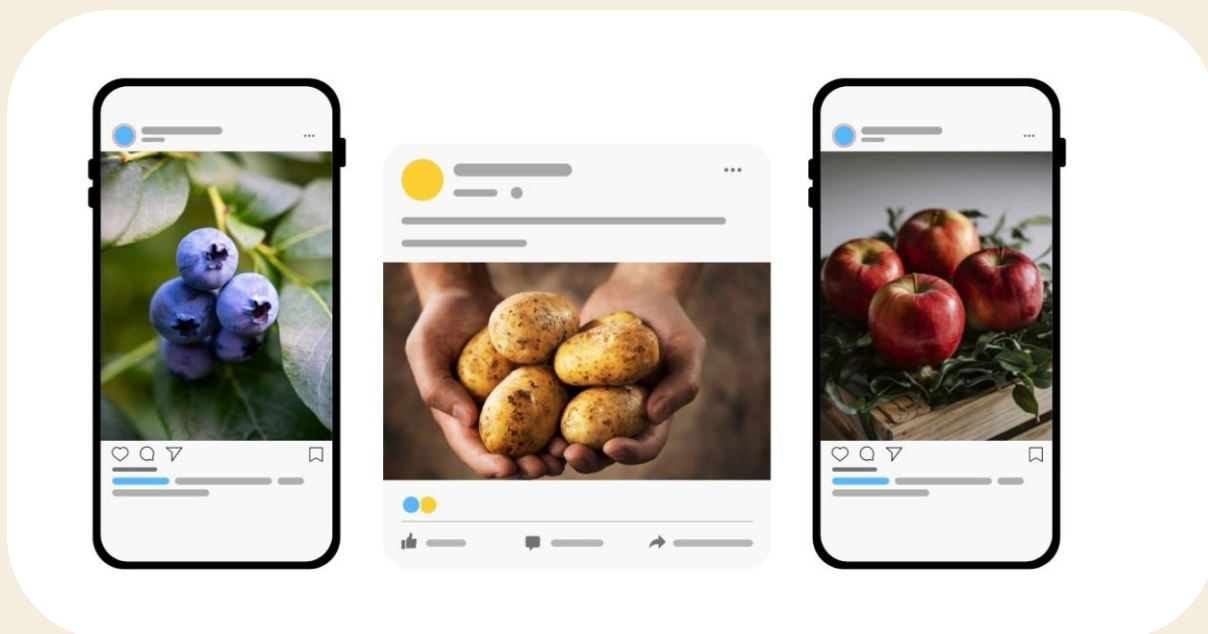
Lokalność dodaje produktom charakteru i sprawia, że klientki czują się częścią czegoś większego — wspólnoty, tradycji, historii. To właśnie dzięki lokalności małe marki zdobywają przewagę nad wielkimi producentami.

Media społecznościowe — Twoje najważniejsze narzędzie promocji

Wiele kobiet boi się zaczynać promocję w Internecie, ponieważ myśli, że to trudne, czasochłonne lub wymaga dużej wiedzy technicznej. Tymczasem **media społecznościowe są intuicyjne i przyjazne** – wystarczy telefon i chęć do działania.

Facebook i Instagram są najpopularniejszymi platformami, na których można sprzedawać lokalne produkty. TikTok również staje się świetnym narzędziem, bo daje możliwość dotarcia organicznego bez płacenia za reklamy. Klientki uwielbiają krótkie filmiki pokazujące kulisy pracy — to właśnie one budują największe zasięgi.

Najważniejsze jest to, by nie traktować social mediów jak ciężkiego zadania. Nie musisz publikować codziennie. Nie musisz mieć profesjonalnych zdjęć. Wystarczy pokazywać to, co robisz i robić to regularnie — nawet dwa razy w tygodniu.



Jak tworzyć zdjęcia produktów, które sprzedają, bez profesjonalnego sprzętu?

Zaskakująco wiele osób myśli, że aby zrobić dobre zdjęcia, potrzebuje drogiego aparatu lub studia fotograficznego. Tymczasem najlepsze zdjęcia wykonywane są najczęściej telefonem — zwłaszcza tam, gdzie dostępne jest naturalne światło.

Zdjęcia produktów powinny być jasne, czytelne i naturalne. Najlepiej robić je przy oknie, na drewnianym stole, na białym tle lub w ogrodzie. Nie chodzi o to, aby były idealne – chodzi o to, żeby wyglądały prawdziwie. Trendem, który nadal rośnie, są zdjęcia „w ruchu”, pokazywane z perspektywy osoby tworzącej. Takie fotografie budzą emocje i sprawiają, że odbiorca czuje się częścią procesu.





Planowanie treści — jak prowadzić media, nie poświęcając na to całych dni?

Zorganizowanie pracy to klucz do sukcesu. Wystarczy wybrać jeden dzień tygodniowo, w którym robisz zdjęcia, nagrywasz filmiki i przygotowujesz opisy. Resztę można ustawić w harmonogramie publikacji. Z czasem zauważysz, że przygotowanie treści zajmuje coraz mniej czasu – bo nabierzesz wprawy, zrozumiesz, co działa najlepiej i zaczniesz tworzyć naturalnie.

PRZYKŁADOWY PLAN TWORZENIA I PUBLIKACJI

MAJ

ND	PN	WT	ŚR	CZW	PT	SOB
				01	02	03
04	05	06	07	08	09	10
11	12	13	14	15	16	17
18	19	20	21	22	23	24
25	26	27	28	29	30	31

● PRZYGOTOWYJĘ PUBLIKACJĘ

● PUBLIKUJĘ

Sztuczna inteligencja (AI) — największe wsparcie dla małych marek w 2026 roku

Sztuczna Inteligencja wprowadziła ogromną zmianę w pracy twórczyń i przedsiębiorczyń, zwłaszcza tych działających samodzielnie. To narzędzie, które może zaoszczędzić godziny pracy tygodniowo i pozwala skutecznie prowadzić działania marketingowe nawet osobom, które nie mają doświadczenia w sprzedaży czy pisaniu tekstów. AI może napisać dla Ciebie:

- opisy produktów,
- posty na Facebooka,
- opisy na Instagram,
- pomysły na reelsy lub TikToki,
- ogłoszenia do lokalnych grup,
- odpowiedzi na pytania klientów,
- cenniki, etykiety i treści informacyjne.

PRZYKŁADOWY POST PRZYGOTOWANY PRZEZ AI



Przygotuj post opisujący moje przetwory – ogórki kiszzone.
Chciałabym je sprzedać na grupie na Facebook

Oczywiście! Oto gotowy post sprzedażowy – ciepły, autentyczny i idealny na lokalną grupę na Facebooku.

🥒 **Domowe ogórki kiszzone – tradycyjny smak jak u babci!** 🥒

Kochani, przygotowałam w tym roku wyjątkową partię **domowych ogórków kiszonych** – według rodzinnej receptury, bez żadnych ulepszcaczy, robionych z ogórków z własnego ogródka.

🌿 **Skład:** ogórki, czosnek, chrzan, koper, liść dębu/wiśni dla chrupkości, sól.

🍷 **Smak:** chrupiące, aromatyczne, idealne do obiadu, na kanapki lub do sałatek.

📄 **Dostępne słoiki:** [tu wpisz pojemność, np. 0,9 l lub 1,7 l]

💰 **Cena:** [tu wpisz cenę]

📍 **Odbiór:** [Twoja lokalizacja]

Robione z sercem i dbałością o każdy szczegół – tak, jak lubimy na wsi: naturalnie, prosto i smacznie.

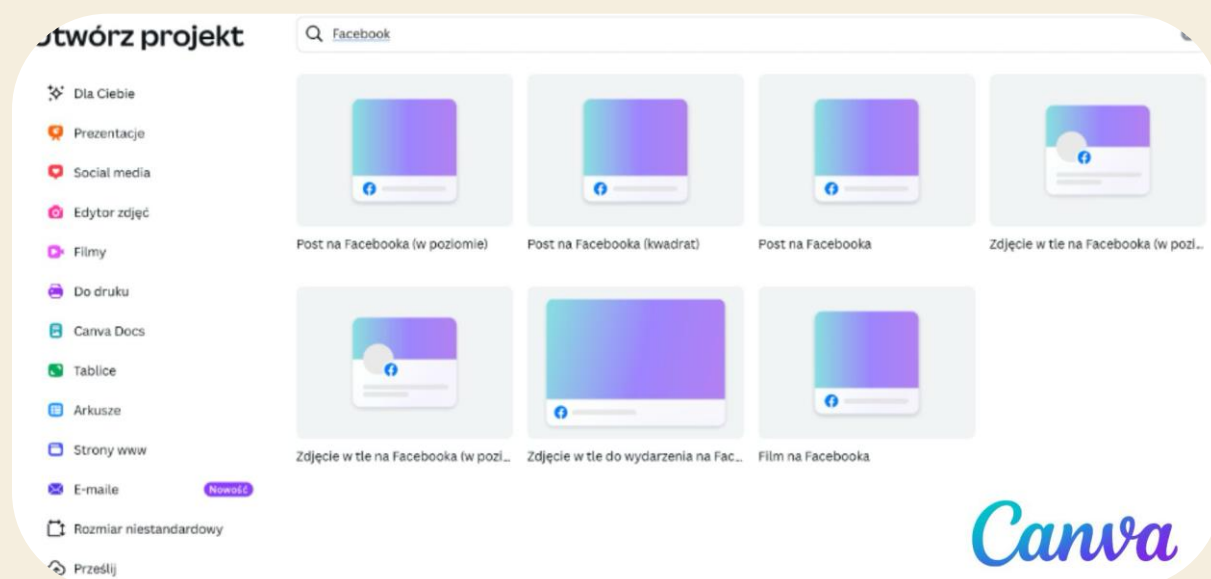
Jeśli ktoś ma ochotę spróbować prawdziwych, domowych kiszzonek – **zapraszam do kontaktu w komentarzu lub wiadomości prywatnej!** 💛



Może też generować pomysły na zdjęcia, plan miesięcznej komunikacji, wskazówki, jakie treści działają teraz najlepiej, a nawet analizować Twoje publikacje i sugerować, co warto poprawić.

Jednak **kluczem jest to, aby AI traktować jako pomoc – a nie zastępstwo**. Treści przygotowane przez Sztuczną Inteligencję zawsze warto dopracować, dodać do nich swoje emocje, szczegóły i charakter. Tylko wtedy będą naturalne.

AI wspiera także tworzenie grafik. Programy takie jak Canva (podstawowa wersja jest darmowa) wykorzystują Sztuczną Inteligencję do poprawy jakości zdjęć, usuwania tła, dobierania kolorów, a nawet projektowania gotowych postów, ulotek czy etykiet. Dzięki temu możesz samodzielnie stworzyć materiały, które wyglądają profesjonalnie, bez konieczności zatrudniania grafika.





Co ważne, AI nie ocenia i nie krytykuje – można eksperymentować do woli. To bardzo sprzyja kobietom, które dopiero uczą się prowadzenia swojej marki i potrzebują narzędzia, które doda im pewności siebie.

Relacja z klientkami — najważniejszy element każdej marki

Choć technologia ułatwia wiele rzeczy, wciąż **najważniejsza jest relacja**. Klientki chcą czuć się zauważone, ważne i docenione. Wystarczy krótka, miła wiadomość, podziękowanie po zakupie, informacja, że zamówienie jest gotowe. Drobne gesty budują ogromną lojalność.

Wielu klientów wraca nie dlatego, że produkt jest najtańszy, lecz dlatego, że sprzedawczyni jest przesympatyczna, ciepła i szczerą. Ludzie kupują od ludzi – a szczególnie chętnie od tych, którzy mają naturalną, lokalną historię.

Twoja marka może rosnąć z Tobą, krok po kroku

Budowanie marki nie musi być trudne ani skomplikowane. Nie wymaga wielkich budżetów ani długiego doświadczenia. Najważniejsze jest, aby zacząć i działać regularnie. Każde zdjęcie, każdy post, każde ogłoszenie to krok do przodu.

Twoje produkty mają ogromną wartość, bo powstają z Twojej pracy, wiedzy, tradycji i serca. Współczesne klientki to doceniają bardziej niż kiedykolwiek wcześniej. Internet daje Ci narzędzia, dzięki którym możesz pokazać światu swoją historię, znaleźć odbiorców i rozwijać swój biznes tak, jak chcesz. **Nie musisz być perfekcyjna. Wystarczy, że będziesz prawdziwa.**

social media

podcast

targi konferencje

spotkania

newsletter

PUBLIKACJE

sieci federacje

Przetwórstwo owocowo-warzywne może być świetnym pomysłem na dochodowy biznes, ale jest to branża wymagająca i pełna wyzwań. Początki bywają trudniejsze, niż się wydaje. Sukces wymaga pomysłowości, wytrwałości i przemyślanej strategii marketingowej.

W tym rozdziale skupimy się przede wszystkim na promocji Twojej firmy przetwórczej oraz produktów z własnego gospodarstwa. Podpowiem, jak budować rozpoznawalną markę, docierać do klientów, wykorzystywać różne kanały komunikacji oraz wzmocnić wizerunek swojego biznesu na rynku. Dzięki temu łatwiej będzie Ci osiągnąć sukces w tej ciekawej, choć wymagającej branży.



Od czego zacząć?

Jeżeli myślisz o własnym biznesie, warto najpierw zastanowić się nad kilkoma kluczowymi pytaniami:

- 1 Co potrafisz najlepiej i co możesz zaoferować innym?** Wybierz działalność zgodną z Twoimi umiejętnościami i pasją.
- 2 Czego brakuje w Twojej okolicy?** Sprawdź, jakie produkty lub usługi mogą przyciągnąć klientów.
- 3 Jak działa konkurencja?** Sprawdź, czy rynek nie jest przesycony i jak radzi sobie konkurencja.
- 4 Kto będzie Twoim klientem?** Zastanów się, do kogo skierujesz ofertę i jak możesz do nich dotrzeć.

Skupiając się na przetwórstwie owocowo-warzywnym, warto pamiętać o **naturalnej sezonowości surowców**. Planując przetwórstwo owocowo-warzywne, warto uwzględnić naturalną sezonowość surowców, aby optymalnie zarządzać produkcją przez cały rok.

Dobrym sposobem na ograniczenie przestojów jest dywersyfikacja oferty w ciągu całego roku. Pozwala to utrzymać stałą produkcję i zwiększyć elastyczność biznesu:

- **Lato/jesień:** soki, napoje, przeciery, powidła, musy, kiszonki.
- **Zima/wiosna:** dżemy, konfitury, koncentraty, marynaty, produkty premium i zestawy prezentowe.
- **Cały rok:** mrożonki, susze, chipsy warzywne, granulaty, przyprawy ziołowe oraz przetwory fermentowane.



RADA!

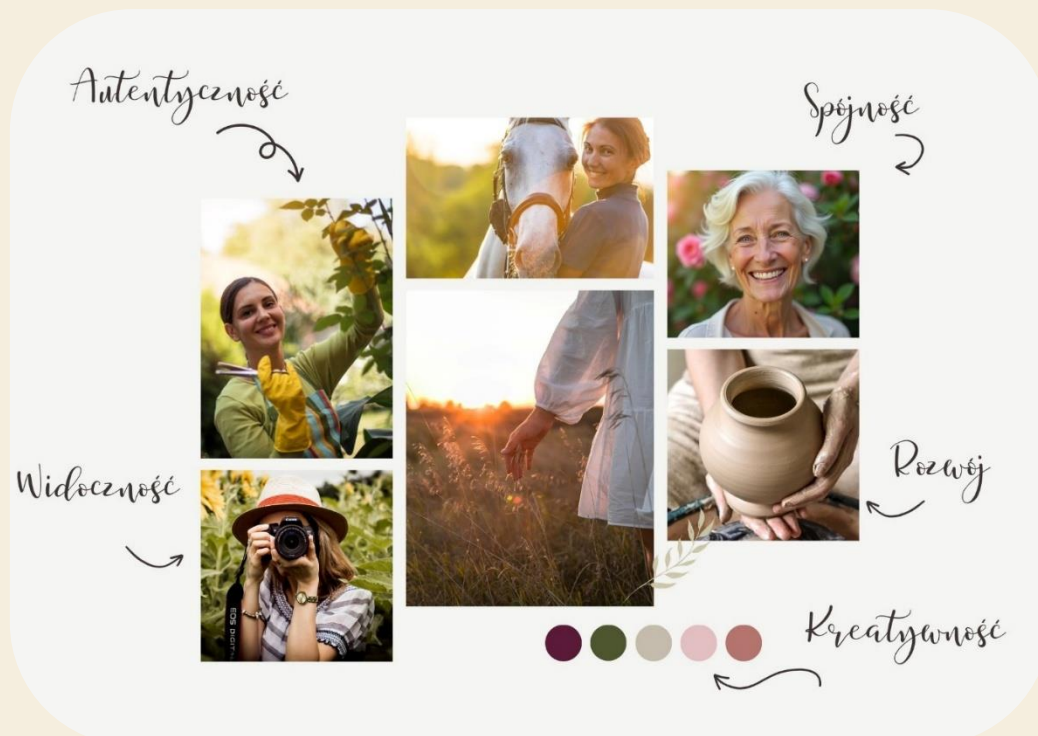
Różnorodna oferta dostępna o każdej porze roku pomaga unikać przestojów i zapewnia bardziej stabilne przychody.

Pamiętaj też, że zakład przetwórczy musi spełniać określone wymagania sanitarno-higieniczne, aby zapewnić bezpieczeństwo produktów i klientów. Prowadzenie firmy to nie tylko produkcja – to także decyzje strategiczne, finanse, formalności i promocja. Nie musisz robić wszystkiego samodzielnie – doradcy podatkowi, księgowi czy eksperci od dotacji mogą profesjonalnie wspierać start Twojej działalności.

Wskazówki, które zwiększą Twoje szanse na sukces

- 1 Zdobywaj doświadczenie** – praktyka, kursy i wcześniejsze projekty ułatwią późniejsze prowadzenie firmy.
- 2 Zbuduj bazę klientów** – warto poznać przyszłych odbiorców jeszcze przed startem działalności.
- 3 Wyróżnij się** – dobra nazwa, atrakcyjna marka i spójna identyfikacja wizualna zwiększają rozpoznawalność.
- 4 Poznaj rynek** – sprawdź, jakie są potrzeby i oczekiwania klientów w Twojej okolicy.

Kącik porad: Promocja, sprzedaż i budowanie marki



Promocja jest częścią marketingu

Marketing i promocja to dwa pojęcia istotne w każdej działalności gospodarczej, w tym również działalności rolniczej. Często się przenikają, ale nie oznaczają tego samego. Jest pojęciem znacznie szerszym – obejmuje wszystkie działania związane z tworzeniem produktu, ustalaniem ceny, sposobem jego dystrybucji oraz komunikacją z klientami. Jest to strategia firmy i sposób, w jaki buduje ona swoją wartość oraz relacje z odbiorcami.

Promocja jako jeden z elementów marketingu obejmuje zestaw działań, które mają przede wszystkim przyciągnąć uwagę klienta i zachęcić go do zakupu – najczęściej krótkoterminowych, takich jak reklama, akcje rabatowe, degustacje, konkursy czy kampanie w mediach społecznościowych.



Warto zrozumieć **dwa podstawowe rodzaje marketingu:**

- **Marketing B2B** – kierowany do innych firm, np. sklepów, restauracji, hurtowni. Sprzedaż najczęściej na dużą skalę. Ważne tutaj są długotrwałe relacje, zaufanie i stała współpraca. Koncentracja na charakterystyce produktu/usługi.
- **Marketing B2C** – skierowany bezpośrednio do klienta indywidualnego. Sprzedaż częściej w oparciu o krótkotrwałe relacje, pod wpływem emocji konsumentów. Koncentracja na potrzebach i korzyściach klientów.



Więcej informacji na temat dedykowanego marketingu dla obszarów wiejskich można znaleźć w publikacji pt. „Marketing dla rolników Podstawy teoretyczne i wskazówki dla praktyków” autorstwa dr inż. Michała Gazdeckiego¹⁶.

Promowanie produktów roślinnych i przetworów z własnego **gospodarstwa to dziś nie tylko uzupełnienie działalności, ale wręcz jej fundament**. Marketing stał się nieodłącznym elementem współczesnego rolnictwa i przetwórstwa – porządkuje działania, pomaga lepiej poznać klienta, wzmacnia rozpoznawalność marki oraz pozwala konkurować nawet najmniejszym przedsiębiorcom.

Zanim jednak przejdziesz do tworzenia postów czy projektowania etykiet, warto zrozumieć, jakie są podstawowe zasady promocji, szczególnie istotne dla małych zakładów przetwórstwa.

Poznaj swój produkt i odbiorców

Zanim zaczniesz promocję, odpowiedz na trzy pytania:

- 1 Co produkujesz?** Czy są to produkty dnia codziennego, a może premium?
- 2 Dla kogo?** Kto ma je kupować: klienci indywidualni, sklepy, restauracje, kooperatywy spożywcze?
- 3 Jaką wartość niesiesz przez swoje produkty?** Co wyróżnia Twój produkt — smak, lokalność, naturalność, tradycyjne receptury, osobista historia?



WSKAZÓWKA!

Im lepiej znasz swoich klientów, tym trafniejszą stworzysz komunikację.

¹⁶[https://www.wodr.poznan.pl/images/2022/sir/publikacje-i-filmy/marketing-dla-rolnikow-podstawy-teoretyczne-i-wskazowki-dla-praktykow/marketing dla rolnik%C3%B3w. podstawy teoretyczne i wskaz%C3%B3wki dla praktyk%C3%B3w.pdf](https://www.wodr.poznan.pl/images/2022/sir/publikacje-i-filmy/marketing-dla-rolnikow-podstawy-teoretyczne-i-wskazowki-dla-praktykow/marketing%20dla%20rolnik%C3%B3w.%20podstawy%20teoretyczne%20i%20wskaz%C3%B3wki%20dla%20praktyk%C3%B3w.pdf) [dostęp: 08.01.2026 r.]

Tworzenie autentycznej marki lokalnej

Klienci coraz częściej kupują nie tylko produkt, ale **opowieść o nim i związane z tym emocje**. Autentyczność, prostota i lokalność to dziś jedne z najmocniejszych przewag małych przetwórci. **A co tak naprawdę buduje markę?**

- **Nazwa i logo** – ciekawe, łatwe do zapamiętania, związane z miejscem lub produktem.
- **Etykiety i opakowania** – ekologiczne, spójne z charakterem produktu.
- **Spójny styl wizualny** – kolorystyka, czcionka i sposób prezentacji.
- **Opowieść (storytelling)** – skąd pochodzą produkty? Kto je wytwarza? Jak wygląda proces przygotowania? Kto jest twarzą marki?
- **Emocje** – budujące więź klienta z marką oraz wartości jakie reprezentuje marka.



WSKAZÓWKA!

Bądź autentyczna
w budowaniu marki,
wtedy nawet drobne
potknięcia nie będą
problemem.

Promocja w Internecie i mediach społecznościowych

Dla małych zakładów przetwórczych Internet jest ogromną szansą. Nawet bez wysokiego budżetu na reklamę można skutecznie budować markę i zdobywać klientów. **Gdzie warto być?**

- **Facebook** – dobry do ogłaszania informacji i budowania relacji z klientami.
- **Instagram** – królestwo treści wizualnych, doskonały dla produktów spożywczych i zdjęć z procesu produkcji.
- **TikTok** – krótkie filmy „zza kulis”, humorystyczne treści i korzystanie z trendów.
- **Strona WWW** – wizytówka firmy, sklep online, informacje o produkcie, certyfikaty, partnerzy.

Co publikować?

- Proces produkcji: „Od surowca do słoika”;
- Sezonowość: „Właśnie tłoczemy sok ze świeżych malin”;

- Ciekawostki o surowcach, wartościach odżywczych;
- Pokazywanie gospodarstwa, zespołu, codzienności;
- Opinie klientów i zdjęcia potraw z Twoich produktów;
- Zapowiedzi wydarzeń, targów, promocji;
- Sukcesy i trudniejsze chwile pokazujące ludzki obraz firmy.

Jak robić dobre zdjęcia żywności?

Atrakcyjne zdjęcia i krótkie filmiki to jeden z najskuteczniejszych sposobów przyciągania uwagi klientów. Dobrze wykonana fotografia lub prosty film potrafią przekazać więcej niż długi opis.

Zasady dobrych zdjęć i krótkich filmów produktów:

- **Światło** – najlepiej naturalne; jeśli sztuczne, to miękkie i nierażące.
- **Tło** – proste i neutralne: drewno, naturalne tkaniny, rośliny, jasne powierzchnie.
- **Kompozycja** – minimalizm działa najlepiej: np. słoik + owoc + łyżeczka.
- **Kolor** – unikaj mocnych filtrów – produkt powinien wyglądać jak w rzeczywistości.
- **Zbliżenia** – pokaż strukturę, gęstość, świeżość, detale.
- **Emocje** – obraz ma budzić apetyt i skojarzenia z domową jakością.



WSKAZÓWKA!

Zdjęcia od klientów (UGC) – zachęcaj klientów do robienia zdjęć i oznaczania Twojego profilu. Wiarygodne zdjęcia i filmiki klientów znacząco zwiększają zasięgi i nic nie kosztują. Pamiętaj o prawach autorskich i zgodzie na ich wykorzystanie.



Kanały sprzedaży i promocji lokalnej

Każdy produkt potrzebuje być widoczny. Dlatego warto brać udział w lokalnych wydarzeniach i forach współpracy. Jest to zarówno korzystne wizerunkowo, jak i do budowania sieci relacji i kontaktów.

Gdzie się pokazywać?

- Jarmarki ekologiczne, festyny, lokalne targi
- Kiermasze produktów regionalnych
- Festiwale i konkursy np. kulinarne
- Wydarzenia w większych miastach (jarmarki świąteczne, weekendy ekologiczne/tematyczne)
- Współpraca z restauracjami, kawiarniami, piekarniami, administracją samorządową



WSKAZÓWKA!

Podczas targów i festynów poza stoiskiem, warto przygotować angażujące klientów zadania i konkursy. Coś co wyróżni Cię z tłumie innych wystawców.

Budowanie relacji z klientami

Sprzedaż jednorazowa jest łatwa. Sztuką jest zbudować relacje, dzięki którym klient wróci. Jak to zrobić?

- Komunikacja newsletter i powiadomienia o nowościach
- Rabaty dla stałych klientów, programy lojalnościowe
- Odpowiadanie na komentarze i wiadomości prywatne
- Reagowanie na potrzeby i pojawiające się opinie
- Współpraca z lokalnymi mediami i blogerami



WSKAZÓWKA!

Warto podejmować współpracę z blogerami i influencerami, np. poprzez udzielanie wywiadów. Nawet niewielki influencer ma swoją grupę odbiorców i może zapewnić Ci długi czas ekspozycji.

Monitorowanie efektów i planowanie działań

Regularnie sprawdzaj:

- które produkty sprzedają się najlepiej,
- jakie posty mają największy odzew,
- skąd ludzie dowiedzieli się o Twojej marce,
- jakie wydarzenia przynoszą realną sprzedaż.

Na tej podstawie planuj dalsze działania – testuj nowe rozwiązania i eliminuj te, które nie działają.



WSKAZÓWKA!

Korzystaj z dostępnych na Twoim profilu statystyk i analiz w mediach społecznościowych. Na bieżąco monitoruj sprzedaż i zasięgi, zapisuj zmiany i szukaj zależności.

Jak korzystać z dostępnych środków wsparcia?



Skąd brać pieniądze na rozwój?

Rozwój gospodarstwa, agroturystyka, a może zakup strojów dla zespołu regionalnego lub regularne spotkania w kole gospodyń wiejskich? Niezależnie od tego, co planujesz, jedno jest pewne – **możliwości finansowania jest dziś więcej niż kiedykolwiek**. Szczególnie na obszarach wiejskich pojawia się coraz więcej programów i narzędzi wsparcia skierowanych do rolniczek, liderek społecznych, organizacji oraz kobiet rozwijających własną działalność gospodarczą.

W tym rozdziale znajdziesz w pigułce przegląd najważniejszych możliwości finansowania – od funduszy społecznych i obywatelskich, przez konkursy dla kół gospodyń wiejskich i inicjatyw lokalnych, aż po środki dostępne w ramach Wspólnej Polityki Rolnej i programów wspierających rozwój obszarów wiejskich.

Podpowiem również, jak unikać najczęstszych błędów i na co zwrócić uwagę, aby Twój wniosek miał jak największą szansę na sukces.

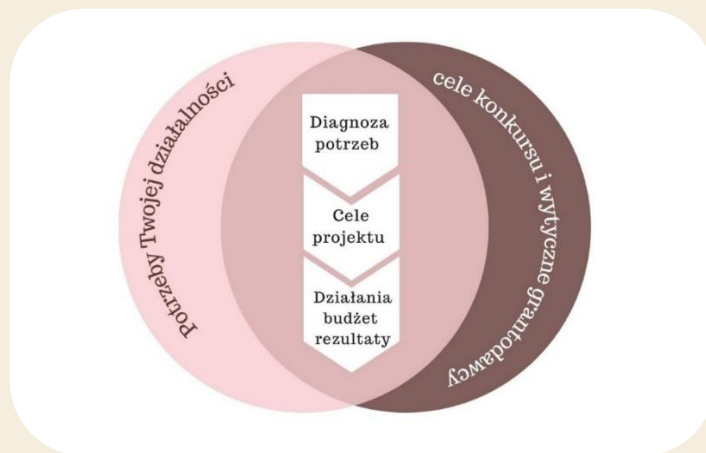
Od czego zaczynamy?

Formy dostępnego wsparcia **zależą od celu, jaki chcemy osiągnąć**, oraz od **tego, w jakiej formie działamy**. Inne programy są przeznaczone dla rolniczek prowadzących gospodarstwo, inne dla kół gospodyń wiejskich, stowarzyszeń czy fundacji, a jeszcze inne dla kobiet rozwijających działalność gospodarczą na wsi. To od Twoich planów i statusu prawnego zależy, z jakich środków możesz skorzystać i jakie wymagania musisz spełnić.

- **Rolniczki i rolnicy** – m.in. wsparcie inwestycyjne, modernizacja, OZE, przetwórstwo, interwencje, Wspólna Polityka Rolna.
- **KGW, fundacje i stowarzyszenia** – m.in. granty społeczne, edukacyjne, lokalne inicjatywy, programy regionalne i krajowe.
- **Kobiety prowadzące lub planujące biznes** – m.in. dotacje na start i rozwój, inkubatory, programy dedykowane przedsiębiorczynom.
- **Lokalne partnerstwa i inicjatywy** – m.in. narzędzia wsparcia dostępne przez ODR-y i KSOW+.

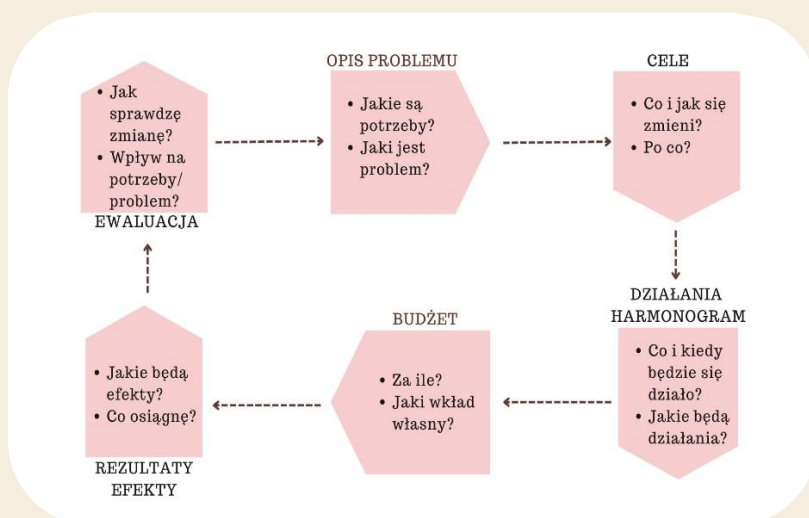
Wsparcie finansowe odbywa się najczęściej poprzez **konkursy grantowe**. Aby wziąć w nich udział, należy złożyć wniosek o dofinansowanie – zazwyczaj za pomocą generatora wniosków, czyli dedykowanego systemu online. Choć poszczególne programy różnią się założeniami i wymaganiami, **sama konstrukcja wniosku opiera się na uniwersalnej logice projektu**. Dlatego większość aplikacji zawiera podobne pytania dotyczące kluczowych elementów: diagnozy problemu, celów, działań, harmonogramu, rezultatów czy budżetu i ewaluacji.

Jednocześnie każdy konkurs ma własne, szczegółowe wymagania, na które trzeba zwrócić uwagę, aby wniosek został oceniony pozytywnie. Dlatego przygotowując wniosek o dofinansowanie, **warto trzymać się dwóch równoległych perspektyw**: ogólnych zasad planowania projektu oraz specyficznych kryteriów danego konkursu grantowego.



Podstawą dobrego projektu jest **planowanie oparte na kilku kluczowych obszarach**. Najpierw warto przyrzeć się temu, jaki problem chcemy rozwiązać lub jaką potrzebę dostrzegamy u naszych odbiorców. To właśnie **diagnoza i analiza problemu stanowi punkt wyjścia**, który pokazuje, dlaczego w ogóle warto aplikować o środki zewnętrzne i co chcemy zmienić/osiągnąć. Z diagnozy wynikają cele projektu. Powinny być konkretne, realistyczne i łatwe do sprawdzenia (kryteria SMART). Kolejnym elementem są działania, do których dopasowujemy budżet i harmonogram, czyli plan tego, co, w jakiej kolejności i w jakim czasie zrobimy.

Jednym z kluczowych punktów są **rezultaty (efekty końcowe)**, które da się zmierzyć i jednoznacznie wykazać po zakończeniu projektu. To właśnie te elementy stanowią fundament logicznej, spójnej konstrukcji projektu, niezależnie od tego, do jakiego programu aplikujemy.





Druga perspektywa to opracowanie samego wniosku o dofinansowanie, czyli przeniesienie projektu na formularz konkursowy. Tu kluczowe jest dokładne zapoznanie się z wytycznymi i odnoszenie się bezpośrednio do kryteriów oceny. Ważny jest precyzyjny język, unikanie ogólników i trzymanie się struktury, jakiej wymaga dokumentacja. Taki sposób pisanie zwiększa szanse na to, że projekt zostanie uznany za przemyślany, realistyczny i zgodny z celem programu.

O czym warto pamiętać?

- Iteracyjność procesu i logika projektu.
- Jedna osoba koordynuje pisanie wniosku o dofinansowanie i pilnuje spójności.
- Korzystaj z wiedzy innych beneficjentów czy ekspertów, bierz udział w szkoleniach i konsultacjach.
- Nie zamykaj się w swoich założeniach, bądź otwarta na innowacje i nowe pomysły.
- Więcej nie oznacza lepiej – pisz konkretnie, rzeczowo, zrozumiałym językiem.
- Pisząc odnoś się bezpośrednio do założeń konkursu i karty oceny merytorycznej – używaj analogicznego języka, kładź nacisk na najwyżej punktowane obszary.
- Wniosek wymaga czasu na planowanie i pisanie. Nie rób tego na ostatnią chwilę!
- Gdy otrzymasz grant – świętuj! A jeśli się nie uda – też świętuj, bo to oznacza nowe doświadczenie i z każdym wnioskiem pójdzie lepiej.

Jakie są najczęstsze błędy?

- Zbyt powierzchowne planowanie projektu, brak jasno określonych problemów, celów i działań.
- Ignorowanie specyficznych wymagań danego programu, pisanie zbyt ogólne, niedopasowane do konkretnego konkursu.
- Brak dbałości o szczegóły i spójności projektu, elementy wniosku nie powiązane logicznie.
- Zaniżony lub zawyżony budżet w stosunku do rzeczywistych kosztów.
- Brak analizy ryzyka projektu, planowanie nie realistycznych rozwiązań lub niezgodnych z celami programu.

Przegląd grantów

Fundusz Inicjatyw Obywatelskich – NOWEFIO – to flagowy program wspierający projekty społeczne i obywatelskie. Budżet NOWEFIO wynosi około 72 mln zł, co czyni go jednym z największych źródeł dotacji dla organizacji pozarządowych. Aplikować mogą m.in. fundacje, stowarzyszenia, koła gospodyń wiejskich i spółdzielnie socjalne.



Celem konkursu jest zwiększenie zaangażowania obywateli i organizacji pozarządowych w życie publiczne przez poprawę samoorganizacji społecznej, wzrost znaczenia sektora obywatelskiego w życiu publicznym oraz wzmocnienie instytucjonalne sektora obywatelskiego w Polsce. By złożyć wniosek należy wybrać dany priorytet: **P2. Organizacje obywatelskie na rzecz dobra wspólnego, P3. Organizacje obywatelskie w życiu publicznym, P4. Wzmocnienie kompetencji organizacji obywatelskich oraz P.1 Mikro inicjatywy, z których najłatwiej skorzystać w swoim regionie.**

Więcej informacji: <https://niw.gov.pl/nasze-programy/nowefio>

Moc Małych Społeczności – to nowy konkurs grantowy, którego celem jest rozwój aktywności i integracji społecznej na terenach wiejskich i małych miast. Aplikować mogą m.in. fundacje, stowarzyszenia, koła gospodyń wiejskich i spółdzielnie socjalne. Obejmuje 3 priorytety:

- **Priorytet 1:** Odporne, zintegrowane społeczności lokalne
- **Priorytet 2:** Zwiększenie potencjału organizacji zrzeszonych w sieciach
- **Priorytet 3:** Małe inicjatywy – kierowany do regionalnych operatorów, którzy następnie na swoim terenie ogłaszają konkursy dla lokalnych organizacji.

W zależności od priorytetu można ubiegać się o dofinansowanie od 40 000 zł do 200 000 zł, a jako operator do 1.750.000 zł.

Więcej informacji: <https://niw.gov.pl/nasze-programy/moc-malych-spolecznosci/>

Fundusz Feministyczny (FemFund) – to program wspierający inicjatywy społeczne i obywatelskie o profilu feministycznym. Celem Funduszu jest wzmocnienie grup i organizacji działających na rzecz równości i praw kobiet oraz grup marginalizowanych, a także wspieranie inkluzywności. Oferuje trzy główne formy wsparcia:

- **MiniGranty** – do 5 700 zł – dla małych i początkujących inicjatyw.
- **Pogotowie Feministyczne** – do 3 000 zł – jako grant interwencyjny dostępny w ciągu całego roku.
- **Granty Mocy** – do 80 000 zł – dla grup lub organizacji, które szukają rozwojowego, długotrwałego wsparcia.

Aplikować mogą zarówno stowarzyszenia i fundacje, jak i kobiece grupy nieformalne. Priorytetowe traktowane są projekty z terenów wiejskich i mniejszych miejscowości.

Więcej informacji: <https://femfund.pl/poznaj-nasze-granty/>



Fundacje korporacyjne – w Polsce działa ponad dwieście fundacji korporacyjnych, które wspierają projekty społeczne i różne inicjatywy. Najpopularniejszymi tematami, którymi zajmują się fundacje korporacyjne są ochrona zdrowia i pomoc osobom z niepełnosprawnościami oraz edukacja i wychowanie. Często priorytetowo traktowane są projekty z terenów wiejskich i mniejszych miejscowości, kierowane do dzieci, młodzieży, seniorów oraz osób z niepełnosprawnością.

Zdecydowana większość fundacji korporacyjnych udziela dotacji lub przekazuje darowizny finansowe lub rzeczowe, na przykład sprzęt lub materiały. Mogą też świadczyć bezpłatne usługi w postaci szkoleń lub doradztwa. Warto zapoznać się z ich ofertą wsparcia, ponieważ często wiąże się to z prostszymi zasadami naboru i mniejszą biurokracją.

Szukając informacji na temat fundacji korporacyjnych warto zacząć od bazy członkowskiej Forum Darczyńców w Polsce: <https://www.forumdarczyncow.pl>

Wspólna Polityka Rolna – to unijna polityka rolna, która wspiera rolnictwo i rozwój obszarów wiejskich w krajach Unii Europejskiej. Zapewnia stabilne dostawy żywności, gwarantuje dochody dla rolników, chroni środowisko i podtrzymuje dynamiczny rozwój obszarów wiejskich. WPR składa się z 3 elementów: płatności bezpośrednich dla rolników, środków stabilizujących rynki oraz wsparcia dla obszarów wiejskich.

Finansowanie wspólnej polityki rolnej jest regularnie rewidowane i dostosowywane jest do nowych wyzwań unijnego sektora rolnego. Dlatego w najbliższym czasie UE przygotowuje się do wdrożenia uproszczeń WPR, co będzie sprzyjać bardziej przyjaznej administracyjnie polityki rolnej, lepiej dostosowanej do realiów terenów wiejskich. Największymi beneficjentami będą rolnicy ekologiczni, mniejsze gospodarstwa i producenci z sektora torfowiskowo-klimatycznego.

Instrumentem wdrożeniowym WPR w Polsce jest Plan Strategiczny Wspólnej Polityki Rolnej na lata 2023-2027, w ramach którego w podziale na lata ogłaszane są między innymi konkursy grantowe. Wsparcie można uzyskać na interwencje inwestycyjne, dopłaty, programy szkoleniowe i działania na rzecz środowiska oraz jakości żywności. Wsparcie skierowane jest do rolników i ich grup, samorządów, przedsiębiorców i mieszkańców obszarów wiejskich.

Więcej informacji: <https://www.gov.pl/web/arimr/plan-strategiczny-dla-wspolnej-polityki-rolnej-na-lata-2023-2027---dzialania>

Lokalne Grupy Działania (LGD) – to rodzaj sformalizowanego partnerstwa terytorialnego tworzonego na obszarach wiejskich, zrzeszającego przedstawicieli lokalnych organizacji (z sektora publicznego, prywatnego i pozarządowego) oraz mieszkańców danego obszaru wyznaczonego granicą gmin członkowskich.



Kluczowym zadaniem LGD jest wspieranie zrównoważonego rozwoju danego terytorium poprzez wdrażanie Lokalnej Strategii Rozwoju (LSR). W Polsce działa prawie trzysta LGD i to one ogłaszają lokalne konkursy grantowe oraz obejmują różnymi formami wsparcia organizacje pozarządowe, koła gospodyń wiejskich, przedsiębiorców czy JST. Mogą to być operacje w zakresie przedsiębiorczości, małego przetwórstwa, tworzenie sieci krótkich łańcuchów dostaw i rynków lokalnych, projekty edukacyjne oraz wspierające zasoby kulturowe, przyrodnicze i turystyczne obszarów wiejskich.

Krajowa Sieć Obszarów Wiejskich prowadzi bazę danych o 297 LGD, których lokalne strategie rozwoju zostały wybrane do realizacji w ramach interwencji LEADER w okresie programowania 2023-2027. Wśród nich jest dziewięć miejskich grup działania finansowanych z EFS+/EFRR. Informacje o aktualnych konkursach i dostępnych formach wsparcia należy sprawdzać bezpośrednio w Lokalnej Grupie Działania właściwej dla Twojej gminy i województwa.

Więcej informacji: <https://www.ksowplus.pl/baza-danych/baza-lokalnych-grup-dzialania>

Centrum Doradztwa Rolniczego (CDR) w Brwinowie wraz z Oddziałami w Krakowie, Poznaniu, Radomiu i Warszawie – to państwowa jednostka organizacyjna, podlegająca bezpośrednio Ministrowi Rolnictwa i Rozwoju Wsi. Celem jest doskonalenie wiedzy i umiejętności kadry doradczej oraz podniesienie i ujednolicenie standardów usług świadczonych przez doradców na rzecz rolników. CDR współpracuje z licznymi instytucjami branżowymi, naukowo – badawczymi, administracją publiczną i instytucjami pracującymi na rzecz rozwoju wsi i rolnictwa oraz z ośrodkami doradztwa rolniczego.

Więcej informacji: <https://www.cdr.gov.pl/>

Ośrodki Doradztwa Rolniczego (ODR) – działają w środowisku wiejskim i rolniczym. Świadczą kompleksowe usługi doradcze i szkoleniowe w zakresie rolnictwa, rozwoju wsi, rynków rolnych oraz wiejskiego gospodarstwa domowego. Celem działalności jest poprawa poziomu dochodów rolniczych oraz podnoszenie konkurencyjności rynkowej gospodarstw rolnych, wspieranie zrównoważonego rozwoju obszarów wiejskich oraz podnoszenie poziomu kwalifikacji zawodowych rolników oraz wsparcie mieszkańców obszarów wiejskich.

Informacje o dostępnych formach wsparcia należy sprawdzać bezpośrednio w ODR właściwym dla Twojej gminy i województwa.

Więcej informacji: <https://www.gov.pl/web/rolnictwo/osrodki-doradztwa-rolniczego>



Krajowa Sieć Obszarów Wiejskich+ (KSOW+) – to partnerska platforma współpracy i wymiany informacji na poziomie regionalnym, krajowym i międzynarodowym. Ma charakter otwarty, a partnerami mogą być różne podmioty zaangażowane w rozwój rolnictwa i obszarów wiejskich m.in. organizacje i administracja publiczna, przedstawiciele sektora rolniczego, doradcy, naukowcy. Celem KSOW+ jest wspieranie polityki rolnej i rozwój obszarów wiejskich

KSOW+ stanowi rozwinięcie i kontynuację dotychczasowych struktur: Krajowej Sieci Obszarów Wiejskich (KSOW), funkcjonującej od 2009 roku, oraz Sieci na Rzecz Innowacji w Rolnictwie i na Obszarach Wiejskich (SIR). Dzięki temu zachowana jest ciągłość działań, a także możliwość dalszego wykorzystania zgromadzonego przez lata dorobku, wiedzy i sieci współpracy.

Szczególnie polecamy Strefę Wiedzy, z której warto skorzystać poszukując inspiracji oraz partnerów do nowych projektów.

Więcej informacji: <https://www.ksowplus.pl/>

„TY TEŻ DASZ RADĘ!”



Cześć III – „Ty też dasz radę”

- Coaching dla przedsiębiorczyń – „Ja jako liderka zmiany”
- Ćwiczenia coachingowe – „Dam radę, bo potrafię”
- Podsumowanie – „Ty też dasz radę”

czułość

"Ustawiam się na poboczu
własnego życia."

VIRGINIA WOOLF

DROGA

PLACZ



Autorka części III

Dominika Miedzińska-Golczyk

Psycholożka, psychotraumatolożka, interwentka kryzysowa. Od lat wspiera kobiety w trudnych sytuacjach życiowych i w momentach przełomowych, towarzysząc im w odzyskiwaniu sprawczości i zaufania do siebie. Prowadzi psychoedukacyjne spotkania dla kobiet, w których łączy wiedzę psychologiczną z doświadczeniem pracy w kryzysie oraz głęboką wrażliwością na neuroróżnorodność. W pracy stawia na autentyczność, uważność i język, który nie ocenia – tylko otwiera. Wierzy, że każda kobieta może budować swoje życie i swoją firmę w zgodzie ze sobą: z własnym tempem, potrzebami i historią. Jej celem jest tworzenie przestrzeni, w której kobiety mogą poczuć się bezpiecznie, usłyszeć siebie i zrobić kolejny krok – nawet wtedy, gdy wydaje im się, że stoją w miejscu.



Największym dobrem, jakie możesz wyświadczyć innemu człowiekowi, nie jest to, że podzielisz się z nim swoim bogactwem, ale że odślonisz przed nim jego własne.

Benjamin Disraeli

Droga czytelniczko!

Bardzo się cieszę, że możemy się dzisiaj spotkać wokół tak ważnego tematu. Może właśnie czas projektu „Kobietą dłonią” **będzie pierwszym krokiem ku życiu po swojemu**, w zgodzie ze swoimi wartościami i potrzebami, by móc w pełni rozwijać swój potencjał? Będę zaszczycona, jeśli w tych materiałach znajdziesz odrobinę inspiracji i refleksji do zwrotu ku sobie i tego, czego pragniesz, a być może nie miałaś odwagi spróbować.

Proszę, nie spiesz się. Przechodź przez te materiały we własnym rytmie, w zgodzie ze sobą, z tym, gdzie aktualnie jesteś. Zachęcam, byś czytała je po kolei, ale nie jest to konieczne – możesz wracać, pomijać, zatrzymywać się tam, gdzie coś w Tobie drgnie. Ćwiczenia są propozycją, a nie obowiązkiem. Weź z nich tylko to, co naprawdę Ci służy. Rób po swojemu, tak jak potrafisz dziś. Te treści mają Cię wspierać, a nie poganiać.

Niech będą Twoją spokojną towarzyszką w drodze do większej odwagi.

Dominika

Co mnie blokuje?

Przypowieść o Mohini



Mohini była białą tygrysicą, która przez wiele lat mieszkała w Washington DC National Zoo. Przez większość tych lat jej dom znajdował się w starym legowisku lwa – typowej klatce o wymiarach 4x4 metry, z żelaznymi prętami i cementową podłogą. Mohini spędzała dni chodząc niespokojnie tam i z powrotem w ciasnym pomieszczeniu.

Ostatecznie biolodzy i personel zaczęli pracować razem, aby stworzyć dla niej bardziej naturalne środowisko. Zajmowało ono kilka akrów, miało wzgórze, drzewa, staw i różnorodną roślinność. Z podekscytowaniem wypuścili Mohini do jej nowego domu. Ale było już za późno. Tygryś natychmiast schroniła się w narożniku ogrodzonego terenu i tam spędziła resztę życia. Mohini chodziła i chodziła w tym zakątku, aż na obszarze 4x4 metry trawa została całkowicie wydeptana.



Refleksje

Być może największą tragedią w naszym życiu jest to, że wolność jest możliwa, ale mimo tego spędzamy lata uwięzione w starych wzorcach zachowań, w spełnianiu oczekiwań innych osób, społeczności, rodziny, szkoły, szefa, kultury. Czasami nieświadomie karmimy przekonania, które nam nie służą. Choćbyśmy wygrały milion na loterii, poślubiły kochającego partnera, znalazły wymarzoną pracę, dopóki czujemy się niewystarczająco dobre, nie będziemy umiały cieszyć się możliwościami, jakie stawia przed nami życie. Możliwe, że nawet ich nie zauważymy.

Jak rodzą się nasze przekonania?

Przekonania o sobie i o świecie nie pojawiają się znikąd. Powstają powoli i składa się na nie kilka czynników: doświadczenia, które przeżyliśmy, słowa, które do nas kierowano i to, co widzieliśmy w oczach ważnych ludzi. Często zaczynają się, jak ciche podszepty: *Uważaj... Dasz radę... To nie dla Ciebie... Postaraj się bardziej... Co z tobą nie tak? Inni już to zrobili to lepiej.* Z czasem stają się filtrem, przez który patrzymy na życie i na siebie.

W psychologii mówi się, że **przekonania tworzą się tam, gdzie spotyka się emocja z interpretacją.** Coś się wydarza, a my próbujemy zrozumieć, dlaczego. Jeśli w tych chwilach zabrakło nam wsparcia, bezpieczeństwa albo kogoś, kto pomógłby



nazwać to, co trudne, często powstają przekonania, które bardziej ograniczają, niż chronią czy dodają otuchy. Jeśli natomiast byliśmy widziane, słyszane i trzymane w uważności, rodzą się w nas przekonania, które dają siłę.

To, co ważne: **przekonania nie są wyrokami**. To tylko historie, które kiedyś uczyłyśmy się powtarzać — z lojalności do przeszłości, z potrzeby przetrwania, z miłości, a czasem ze strachu. Można je obejrzeć z bliska, porozmawiać z nimi, zrozumieć ich sens. Można je nawet przepisać na nowo, jeśli przestały nam służyć.

Ćwiczenia, do których zaraz przejdziesz, są zaproszeniem do takiego właśnie spokojnego przyglądania się sobie. Nie po to, by cokolwiek naprawiać, ale by lepiej zobaczyć, skąd przyszedłeś i dokąd możesz pójść dalej.

ĆWICZENIE 1

To ćwiczenie pomoże Ci uświadomić sobie **automatyczne przekonania o sobie**. Zatrzymaj się na chwilę. Pomyśl o tym, co chciałabyś stworzyć, robić (firma, projekt, działalność). Zapisz pierwsze trzy zdania, które pojawią się w Twojej głowie, kiedy o tym myślisz:

Zastanów się chwilę i spróbuj odpowiedzieć na poniższe pytania. Możesz zapisać swoje odpowiedzi.

- Czy Twój wewnętrzny głos jest naprawdę Twój? Czyj to głos? Rodziców? Nauczycieli? Partnera/ki?
- Czy te zdania są faktami czy interpretacją?
- Czy ten głos jest wspierający?
- Jakie wzbudza w Tobie emocje? Gdzie czujesz je w swoim ciele?
- Gdybym była dla siebie dobra co powiedziałabym zamiast tego?



ĆWICZENIE 2

Może być pomocne w identyfikacji przekonań ograniczających. Wypisz 5 zdań, które często mówisz do siebie, gdy myślisz o pracy, ryzyku, pieniądzu, porażce lub własnych możliwościach, np.: *Powinnam już to umieć. Inni są lepsi. Nie mam prawa się pomylić.*

Przy każdym zapisanym zdaniu zaznacz:

- ☒ jeśli jest to prawda,
- ☐ jeśli jest to tylko myśl,
- ☐ jeśli jest to przekonanie, którego chciałabyś się oduczyć.

Następnie zadaj sobie pytanie: *Co by się we mnie zmieniło, gdyby to zdanie przestało rządzić moimi decyzjami?*

ĆWICZENIE 3

Wybierz jedno trudne przekonanie, np. *Nie jestem wystarczająca* albo *Na biznes trzeba mieć stalowe nerwy*. Następnie odpowiedz:

- *Kiedy pierwszy raz tak pomyślałam?*
- *Kto mówił podobnie?*
- *Czy to przekonanie jest aktualne tu i teraz, czy to echo dawnych warunków, w których żyłam?*
- *Jaką funkcję pełni to przekonanie? Chroni mnie? Zawstydzają? Zatrzymuje przed bólem?*

Klucz: Zobacz, czy to przekonanie nadal jest Ci potrzebne jako dorosłej kobiecie.



ĆWICZENIE 4

Ćwiczenie *Zwolnij miejsce na coś nowego* może być pięknym początkiem budowania nowych przekonań. Wybierz 2–3 **przekonania, które Cię nie wspierają**.

Dla każdego z nich zapisz:

1. Stare przekonanie: *Nie dam rady sama.*
2. To, co chcę myśleć zamiast tego: *Mogę prosić o pomoc i nadal być kompetentna.*
3. Mały dowód na to, że to nowe przekonanie też może być prawdziwe: *Ostatnio sama ogarnęłam... Kiedy poprosiłam o wsparcie, nic złego się nie stało...*

To ćwiczenie zadziała tylko wtedy, gdy nie spróbujesz wmawiać sobie haseł typu: *Mogę wszystko*. Wspierające przekonania mogą być ciche, realistyczne i Twoje.

ĆWICZENIE 5

Ćwiczenie *Gdybym wierzyła, że jestem wystarczająca...* może pomóc Ci aktywować odwagę i sprawczość. Dokończ zdania:

- Gdybym naprawdę wierzyła, że mam prawo spróbować, zrobiłabym _____

- Gdybym ufała, że jestem wystarczająco dobra, to pierwszym krokiem byłoby ____

- Gdybym wierzyła, że potrafię, dziś wykonałabym _____

Zwróć uwagę: Często to, co zapisujesz, jest dokładnie tym jednym, prostym krokiem, który warto zrobić jeszcze dziś.



ĆWICZENIE 6

Warto zwrócić uwagę także na to, **jak myślimy o świecie**. Rozpoznanie kulturowych i społecznych barier może być wspierające w odważnych działaniach.

Zapisz, co myślisz o świecie pracy i biznesie:

- Świat biznesu jest _____
- Ludzie, którzy zakładają firmy, zwykle _____
- Kobiety w biznesie mają _____

Potem odpowiedz szczerze:

- *Czy to moje własne obserwacje, czy zasłyszane stereotypy?*
- *Czy to przekonanie wspiera mnie czy ogranicza?*
- *Jak zachowałabym się, gdybym nie wierzyła w to zdanie?*

Refleksje

Może zauważyłaś już, że Twój wewnętrzny krytyk nie jest Tobą. **To bardzo ważna informacja.** Jesteś kimś więcej, niż myślisz i kimś więcej niż Twoje myśli. Czerpiąc z psychologii możemy rozumieć wewnętrznego krytyka jako zinternalizowany głos – często echo dawnych doświadczeń, norm rodzinnych czy ocen, które kiedyś pomagały nam przetrwać, ale dziś ograniczają. Badania nad dialogiem wewnętrznym pokazują, że krytyczne komunikaty uruchamiają w mózgu reakcję stresową podobną do tej, jaką wywołuje realne zagrożenie. Dlatego tak łatwo pomylić myśl z faktem, no bo skoro czujemy, jak działa na nas myśl, to jak nie uznać jej za prawdziwą? Tymczasem w nurcie terapii poznawczej i terapii akceptacji i zaangażowania (ACT) podkreśla się, że myśli są jedynie wytworami umysłu – mogą być powtarzalne, natrętne, głośnie, ale wciąż są tylko myślami. **Myśl nie jest faktem, to tylko myśl.**

Kiedy zauważasz głos krytyka, spróbuj zrobić krok w tył: nazwać go, zobaczyć jego ton, źródło i intencję. Często odkryjesz, że nie mówi Twoim językiem, lecz językiem kogoś z przeszłości. Masz prawo nie słuchać każdego komunikatu, który pojawia się w głowie. Możesz wybierać te, które Cię wspierają. To pierwszy, mały akt odwagi na drodze do zmiany.

Zauważanie myśli to jeden z najważniejszych kroków do zmiany. Nie chodzi o to, by je uciszać czy zwalczać – to zwykle działa odwrotnie i tylko je wzmacnia. W ACT



uczmy się patrzeć na myśli, jak na zjawiska, które się pojawiają i znikają, a nie jak na prawdy o nas. Kiedy przestajemy się z nimi utożsamiać, robi się w nas więcej przestrzeni na spokój, ciekawość i wybór. Poniższe ćwiczenia pomogą Ci zobaczyć myśl, nazwać ją i pozwolić jej odejść – bez walki, bez oceny, z odrobiną łagodności dla siebie.

ĆWICZENIE 7

„To tylko myśl” – etykietowanie

Gdy pojawia się trudna myśl, zamiast w nią wierzyć, **nazwij ją**: *Pojawia się myśl, że sobie nie poradzę. Zauważam myśl, że nie nadaję się do tego zadania.*

Dodanie tego krótkiego wstępu tworzy psychologiczną przestrzeń między Tobą a treścią myśli. To jak odstawienie jej na półkę, z której możesz na nią spojrzeć z dystansem i zauważyć, że jest tylko myślą, a nie faktem o Tobie.

ĆWICZENIE 8

„Myśl na chmurze” – ćwiczenie wyobrażeniowe

To ćwiczenie pomoże Ci uświadomić sobie, że **myśli przychodzą i odchodzą, jak chmury na niebie**. Nie wszystkie musimy łapać i sklejać się z nimi. Mogą po prostu płynąć przez nasz umysł, jak chmury na niebie.

Usiądź w cichym miejscu, zamknij oczy i wyobraź sobie niebo. Gdy pojawi się jakaś myśl – umieść ją na chmurze i obserwuj, jak powoli odpływa. Nie próbuj zmieniać myśli, ani się jej pozbywać – po prostu pozwól jej przepłynąć.



ĆWICZENIE 9

„Głos jak z radia” – zmiana formy myśli

Weź jedną natrętną myśl i wypowiedz ją w głowie w inny sposób: szeptem, głosem spikera radiowego, śpiewając jak piosenkę. Zmiana formy odbiera myśli moc i pokazuje, że nie jest obiektywną prawdą, lecz dźwiękiem, który można modulować. To ćwiczenie rozluźnia i dodaje lekkości.

Jeśli czujesz, że Twoje myśli są dla Ciebie dużym obciążeniem, wpływają poważnie i długotrwale na Twój nastrój i motywację, **rozważ proszę terapię lub chociaż konsultację z psychologiem**, szczególnie w nurcie poznawczo-behawioralnym (CBT) lub terapii akceptacji i zaangażowania (ACT). Szukanie rozwiązań i proszenie o pomoc – to właśnie strategie radzenia sobie z trudnościami, a nie przykłady „nieradzenia sobie”.

Możesz też zgłębić temat w wartościowej literaturze. Szczególnie polecam Twojej uwadze:

- G. R. Schiraldi „Jesteś kimś więcej niż myślisz”, Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne, Sopot 2021.
- Steven C. Hayes, Spencer Smith „W pułapce myśli”, Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne, Sopot 2020.



(Od) nowa

O mnie

„I tak
wiele razy
zaczynam
od nowa”

ANNA ŚWIRSZCZYŃSKA

L&K

sama
co lubię

NIE WIEM

W czym jestem dobra?

Samopoznanie to fundament odważnej zmiany: rozpoznanie własnych mocnych stron, wartości i sposobów dbania o siebie daje kierunek i siłę działania. Współczesne badania podkreślają, że nie wystarczy „chcieć” – potrzeba znać zasoby, które już masz i uczyć się traktować siebie tak, by te zasoby mogły rozkwitnąć. **Koncepcja samowspółczucia** łączy trzy elementy: życzliwość wobec siebie, poczucie wspólnoty ludzkiego doświadczenia i uważne przyjmowanie trudnych uczuć – i to właśnie samowspółczucie sprzyja lepszemu zdrowiu psychicznemu i odporności na porażki.

Równocześnie psychologia pozytywna wskazuje, że **każdy z nas ma zestaw charakterystycznych mocnych stron** (np. wytrwałość, empatia, kreatywność) – ich nazwanie i świadome wykorzystywanie zwiększa poczucie sensu, motywację i satysfakcję z życia. Ważne jest, by samopoznanie łączyć z troską o siebie w praktyce: badania sugerują, że samowspółczucie **nie tylko zmniejsza samokrytykę**, lecz także **wspiera zdrowe nawyki i wytrwałość w realizacji celów** – to kluczowe, gdy zmieniasz pracę czy zaczynasz działalność.

Na koniec tego krótkiego wstępu teoretycznego chcę jeszcze wspomnieć, że teoria i badania potwierdzają, że prawdziwa zmiana dzieje się, gdy działamy w zgodzie z wartościami: wartości nadają kierunek, a mocne strony i łagodność wobec siebie dają paliwo. Samopoznanie to więc nie tylko katalog cech, lecz praktyczny przewodnik: nazywasz swoje atuty, rozumiesz, jak o sobie zadbać i wybierasz działania, które naprawdę Cię odzwierciedlają.

Za chwilę zaproszę Cię do kilku ćwiczeń, które pomogą nazwać Twoje wartości i mocne strony. Mam jednak prośbę – nie zaczynaj ich, jeśli nie możesz dziś podarować sobie choć odrobiny łagodnej obecności. **Zrób je wtedy, gdy jesteś w stanie być ze sobą tak, jak z kimś, kogo naprawdę chcesz wesprzeć – z życzliwością, zrozumieniem i delikatnością.**

Wiele z nas nosi w sobie surowy, wymagający ton: głos, który krytykuje, popędza, ocenia. To właśnie on sprawia, że tak trudno ruszyć w stronę zmian, choć bardzo ich potrzebujemy. Złość na siebie, obwinianie i nierealne oczekiwania potrafią odebrać nam siłę, zanim w ogóle zrobimy pierwszy krok.

Dlatego zanim rozpocznesz te ćwiczenia, **zatrzymaj się na chwilę**. Oddychaj. Poczuj, że masz prawo być dla siebie dobra. Prawdziwa zmiana zaczyna się tam, gdzie kończy się przymus, a zaczyna troska. Tutaj chcemy praktykować właśnie to – bycie po swojej stronie.



ĆWICZENIE 1

„Tylko rok”

Wyobraź sobie, że dostajesz informację, że został Ci tylko rok życia. W ciągu tego roku będziesz miała dość siły, żeby zająć się tym, co dla Ciebie najważniejsze, żeby spełniać marzenia. Napisz, co chciałabyś robić. Wypisz wszystko, co przyjdzie Ci do głowy.

Refleksje

Powyższe ćwiczenie pięknie pokazuje, **jakie są nasze wartości i co jest dla nas naprawdę ważne**. Uświadomienie sobie własnych pragnień, wartości to pierwszy krok w kierunku życia, które chcemy prowadzić. Brzmi rozsądnie, a jednak od razu mogą pojawić się wątpliwości: *Przecież wiem, czego chcę... Przecież się staram... A i tak nie wychodzi. To nie jest takie proste.*

I rzeczywiście – nie jest proste. Jest trudne, bo gdyby było inaczej, wszyscy żylibyśmy tak, jak chcemy, a tego typu przewodniki byłyby zbędne. Pierwszą lekcją, jaką możemy wynieść z ACT (terapii akceptacji i zaangażowania), jest akceptacja: życie bywa trudne, a życie w zgodzie z wartościami nie oznacza braku przeszkód, przykrych emocji czy trudnych ludzi. Bez tej zgody trudno wyruszyć w jakąkolwiek drogę.

Być może nauczyłaś się unikać trudności, bo w ten sposób chronisz się przed bólem, porażką, żalem. To naturalne, ale równocześnie blokuje Cię przed tym, co naprawdę ważne. Pytań jest więc wiele: czego tak naprawdę pragniesz? Bezpiecznego unikania trudności czy życia, które odzwierciedla Twoje wartości? Często właśnie to pytanie pokazuje, dlaczego nie żyjemy pełnią życia: bo wierzymy, że trudność oznacza brak kompetencji, a błąd – porażkę. Do tego dochodzą wzorce, które utrudniają nam ruszenie z miejsca –nieświadome mechanizmy, które zamiast pomagać, utrwalają problem. Mogą to być:

- lęk przed porażką, niepowodzeniem,
- porównywanie się do innych,
- odkładanie działań na „później”,
- unikanie dyskomfortu, wysiłku, trudnych emocji,
- nierealistyczne wymagania wobec siebie, poczucie „niewystarczalności”,

- 
- krytyczny, surowy głos wewnętrzny, samokaranie,
 - nadmierne analizowanie i rozpamiętywanie przeszłości,
 - szkodliwe nawyki: uciekanie w emocje, używki, kompulsywne jedzenie, impulsywne ćwiczenia,
 - impulsywność i trudność w odraczaniu gratyfikacji,
 - poświęcanie własnych potrzeb dla innych, trudności w stawianiu granic,
 - lęk przed konfrontacją i oceną,
 - nadmierna kontrola, nietolerancja niepewności.

Twoim zadaniem nie jest od razu „naprawić” wszystkich tych wzorców. **Pierwszym krokiem jest ich zauważenie, nazwanie i przyjrzenie się im z ciekawością.** Rozpoznanie tego, co Cię blokuje, pozwala świadomie decydować, w które działania chcesz zainwestować energię, a które ograniczenia możesz łagodnie odpuścić. To właśnie tu zaczyna się prawdziwe samopoznanie i kierunek, w którym możesz podążać w zgodzie ze sobą.

Na potrzeby kolejnych rozważań przygotowałam listę przykładowych wartości.



Lista wartości

Bogactwo	Niezależność	Skuteczność
Akceptacja	Bezinteresowność	Empatia
Osiągnięcia	Pogoda ducha	Energia
Uznanie	Autentyczność	Entuzjazm
Przygoda	Świadomość	Wiara
Ambicja	Równowaga	Ekologia
Docenienie	Piękno	Bezpieczeństwo
Wdzięczność	Rodzicielstwo	Elastyczność
Atrakcyjność	Przynależność	Skupienie
Zaangażowanie	Odwaga	Szczodrość
Współczucie	Spokój	Harmonia
Kreatywność	Miłość	Ciekawość
Wrażliwość	Szacunek	Integralność
Spokój	Spełnienie	Inspiracja
Przyjaźń	Prostota	Zdrowie
Prawda	Wiedza/nauka	Sprawiedliwość
Tolerancja	Szczerość	Uczciwość
Różnorodność	Duchowość	Odkrywanie
Tradycja	Spontaniczność	Inteligencja
Porządek	Radość	Intuicja
Troska	Komfort	Innowacyjność
Zaufanie	Wiarygodność	Relacja z partnerem
Wiarygodność	Sens	Życzliwość
Odpowiedzialność	Przyjemność	Mądrość
Lojalność	Równość	Siła
Uważność	Motywacja	Sukces
Skromność	Otwartość	Szczerość
Sława	Optymizm	Dobro
Pokój	Oryginalność	Relaks
Wytrwałość	Pasja	Rozwój
Wolność	Zabawa	

Zaglądając do ćwiczenia „Tylko rok” i listy ogólnych wartości, **stwórz SWOJĄ listę wartości.**



Moja lista wartości



odważnia

inaczej

"Nie jesteśmy
na nowo stworzone.
Jesteśmy odnalezione."

ADRIENNE RICH

KOCHAM

wybijam

czuję
myśle

próbuję

Po rozpoznanych wartościach, chciałabym przekierować Twoją uwagę na kolejny aspekt samopoznania – mocne strony. Czym one są?

Mocne strony to nie tylko „talenty” ani spektakularne umiejętności, które widać z daleka. W psychologii pozytywnej rozumie się je przede wszystkim jako **powtarzalne wzorce myślenia, działania i reagowania**, które wspierają nas w codziennym życiu i pozwalają funkcjonować w zgodzie z naszymi wartościami. To te jakości, które – gdy z nich korzystamy – sprawiają, że czujemy się bardziej sobą: spokojniejsze, odważniejsze, bardziej pełne sensu.

Badania wskazują, że osoby świadome swoich mocnych stron są nie tylko bardziej skuteczne zawodowo, ale też lepiej radzą sobie ze stresem, podejmują trafniejsze decyzje i częściej czują, że ich życie ma kierunek. Dzieje się tak dlatego, że mocne strony są jak **wewnętrzne zasoby** – stabilne, dostępne, możliwe do rozwijania – które możemy wykorzystywać nawet wtedy, gdy życie robi się trudne.

Co ważne: **mocne strony nie zawsze są spektakularne**. Czasem to drobne, ale powtarzalne sposoby bycia: umiejętność słuchania, spokojne analizowanie, pomysłowość, wrażliwość na ludzi, zorganizowanie, wytrwałość. U wielu kobiet te jakości latami pozostawały „niewidoczne”, bo były traktowane jako coś oczywistego albo mało wartościowego. Tymczasem to właśnie one stają się fundamentem odważnych zmian – również zawodowych. Rozpoznawanie swoich mocnych stron to akt samoopieki i samowspółczucia. To powiedzenie sobie: *Jest we mnie coś, na czym mogę budować. Nie muszę zaczynać od zera*. A jednocześnie to zaproszenie, by widzieć siebie pełniej, nie tylko przez pryzmat błędów, braków i oczekiwań innych ludzi. Gdy zaczynasz dostrzegać, co w Tobie działa, co masz w nadmiarze, co jest Twoją naturalną jakością, pojawia się więcej odwagi. Bo odwaga nie rodzi się z pewności, tylko z poczuciem, że masz zasoby, by poradzić sobie po drodze.

Ten rozdział jest właśnie o tym: o delikatnym, życzliwym odkrywaniu tego, co w Tobie najmocniejsze. Nie po to, by stać się „lepszą”, lecz by przypomnieć sobie, kim już jesteś.

Zanim przeniesiemy wartości na konkretny pomysł zawodowy, **warto przyrzeć się Twoim mocnym stronom**. To one są paliwem dla działania – pokazują, w czym jesteś dobra, co przychodzi Ci naturalnie i co daje Ci energię. Psychologia pozytywna podkreśla, że świadomość własnych zasobów zwiększa pewność siebie, odporność na trudności i motywację do podejmowania wyzwań.



Często jednak mylimy swoje mocne strony z obowiązkami czy tym, czego „wymagają inni”. Dlatego tak ważne jest, byś wyodrębniła to, co naprawdę jest Twoją siłą – niezależnie od opinii innych czy od tego, co „powinnaś robić”.

ĆWICZENIE 1

Zidentyfikuj swoje mocne strony

Wypisz 10 rzeczy, które przychodzą Ci najłatwiej i sprawiają, że czujesz się w tym dobrze. Mogą to być cechy charakteru: cierpliwość, kreatywność, empatia. Mogą to być także umiejętności praktyczne: organizacja, pisanie, prowadzenie rozmów.

Obok każdej cechy dopisz konkretny przykład z życia, kiedy ją wykorzystałaś. Zastanów się, które z nich najbardziej chcesz rozwijać w kontekście zawodowym.

ĆWICZENIE 2

Mocne strony w codziennych sytuacjach

Przez tydzień obserwuj swoje działania i reakcje – w pracy, w domu, w kontaktach z innymi. Notuj momenty, kiedy poczułaś satysfakcję, energię, poczucie sprawczości. Zastanów się, jakie mocne strony ujawniły się w tych sytuacjach.



Notatki



ĆWICZENIE 3

Twój osobisty zasób wsparcia

Wybierz 3–5 mocnych stron, które najbardziej Cię wyróżniają. Zastanów się, jak możesz je świadomie wykorzystać, gdy pojawi się trudność, wątpliwość lub krytyk wewnętrzny. Zapisz krótkie przypomnienie dla siebie, które możesz czytać codziennie: *Moją siłą jest... Mogę ją wykorzystać, aby zrobić krok naprzód.*

Od wartości do działania – Twoja mapa zawodowa

Zrozumienie swoich wartości i mocnych stron to pierwszy, kluczowy krok. Teraz czas zrobić kolejny: **zastanowić się, jak możesz je wykorzystać w pracy, w biznesie, w projektach, które mają dla Ciebie znaczenie.** Samorozwój zawodowy nie zaczyna się od perfekcyjnego planu ani idealnych warunków – zaczyna się od **świadomego wyboru działań zgodnych z tym, co naprawdę dla Ciebie ważne.**

Kiedy działasz w zgodzie z własnymi wartościami, trudności przestają być przeszkodą, a stają się naturalną częścią drogi. Lęk przed porażką, niepewność, krytyczny głos wewnętrzny – nadal będą się pojawiać. Ale teraz **masz kompas**, który pozwala wybierać kroki prowadzące do Twojego celu, zamiast dryfować w kierunku cudzych oczekiwań czy wymagań.



ĆWICZENIE 4

Wartości w działaniu zawodowym

Spośród listy wartości wybierz 2–3, które chcesz świadomie realizować w pracy lub przy zakładaniu firmy. Przy każdej wartości napisz przynajmniej jedną konkretną czynność, którą możesz wykonać w ciągu najbliższych dni, aby ją odzwierciedlić.

- Na przykład: wartość „rozwój” → *Zapisuję się na mini-kurs online albo czytam branżowy artykuł.*
- Wartość „odwaga” → *Dzwonię do potencjalnego klienta lub umawiam się na networking.*

Możesz zrobić te ćwiczenie w formie tabelki.

ĆWICZENIE 5

Wsparcie i samowspółczucie

Zastanów się, jakie trudności i lęki mogą pojawić się przy realizacji Twoich działań. Napisz do siebie krótką wiadomość w tonie wsparcia i zrozumienia, jakbyś mówiła do bliskiej przyjaciółki.

Przypominaj sobie o tym tekście, gdy pojawią się krytyczne myśli lub poczucie, że coś „nie wychodzi”.

Mam nadzieję, że dzięki tym ćwiczeniom, zaczniesz widzieć swoje wartości nie tylko jako abstrakcję, ale jako praktyczne wskazówki do działania zawodowego i przedsiębiorczego.



Podsumowanie

Dotarłaś do miejsca, w którym wiele kobiet zatrzymuje się na długo – między pragnieniem zmiany a lękiem, który szepcze, że *To jeszcze nie czas... Nie jestem gotowa... Ktoś na pewno zrobi to lepiej...* W tym ebooku przeszłaś jednak drogę, która pozwoliła Ci zobaczyć, że odwaga nie zaczyna się dopiero wtedy, gdy wszystko jest jasne i poukładane. Odwaga zaczyna się dużo wcześniej – w Tobie, a działać w kierunku życia „po swojemu” możemy działać niezależnie od lęku lub niewspierających myśli.

Najpierw przyjrzałaś się temu, co Cię zatrzymywało. Ograniczające przekonania i głosy wewnętrznego krytyka mają ogromny wpływ na nasze decyzje zawodowe. Kiedy je widzimy, kiedy potrafimy je nazwać, tracą moc kierowania naszym życiem z tylnego siedzenia. Pojawia się przestrzeń na własny głos. Pamiętaj proszę, że myśl to tylko myśl, a nie prawda o Tobie. Jesteś kimś więcej niż myśl.

Potem zanurzyłaś się w refleksję nad wartościami – nad tym, co jest dla Ciebie naprawdę ważne, co daje poczucie sensu, kierunku, wewnętrznej zgody. Wartości są jak kompas, który nie usuwa przeszkód, ale pomaga nie zgubić trasy. To dzięki nim decyzje zawodowe zaczynają mieć swoją logikę i ciężar, a nie wynikają tylko z oczekiwań innych ludzi.

W kolejnych ćwiczeniach odkrywałaś swoje mocne strony – te ciche, codzienne jakości, które często bagatelizujemy, bo wydają się „zbyt zwyczajne”. A jednak to właśnie one są Twoim zasobem, Twoją konstrukcją nośną. Bez nich każdy plan byłby tylko teorią. Z nimi — staje się czymś, na czym można realnie budować nowe zawodowe życie.

W tej ostatniej części przełożyłaś tę wiedzę na praktykę. To ważny krok, bo samorozwój bez działania łatwo zamienia się w kolejną formę odraczania zmiany. Ty jednak wykonałaś pracę, która pozwala ruszyć dalej: w stronę biznesu, nowej ścieżki, projektu, który dojrzewał w Tobie od dawna.

Na koniec chcę Ci zostawić jedną myśl:

Nie musisz być gotowa i czekać na odpowiedni moment. Wystarczy, że jesteś obecna i życzliwa wobec siebie, a wtedy KAŻDY moment jest najlepszy.

Zmiana nie wymaga doskonałości, wymaga czułego towarzyszenia sobie na każdym kroku.



Życzę Ci **odwagi** - tej spokojnej, konsekwentnej, wynikającej z poczucia, że masz prawo żyć po swojemu.

Życzę Ci **wyborów zgodnych z wartościami**, nawet wtedy (a może zwłaszcza wtedy), gdy są niewygodne.

Życzę Ci **zaufania do swoich zasobów** i wyrozumiałości wobec swojej drogi. Niech to będzie początek życia, które tworzy się nie z lęku, lecz z wewnętrznej zgody. **Niech będzie Twoje.**

Dominika Miedzińska-Golczyk

odważnie

dziatom

próbuję

wartości

"Mamy w sobie
- każda z nas -
lepszego przewodnika niż
jakikolwiek drugi człowiek".
JANE AUSTEN

jestem OK

odnajduje

Po mojemu





Bibliografia

Artykuły naukowe w czasopismach

1. Ertmańska K.: *Community Supported Agriculture (CSA) as a form of sustainable consumption*. *Acta Scientiarum Polonorum. Oeconomia* 2015, nr 14(2), s. 51–59.
2. Krzyżanowska K., Parzonko A.J., Sieczko A.: *Oczekiwania konsumentów pokolenia Z dotyczące zakupów produktów spożywczych prosto od rolnika*. *Turystyka i Rozwój Regionalny* 2024, nr 21, s. 93–102.
3. Minta S., Uglis J.: *Znaczenie sprzedaży bezpośredniej w rozwoju obszarów wiejskich*. *Intercathedra* 2018, nr 2(35), s. 186.
4. Paszke M.: *Rola rolnictwa wspieranego przez społeczność w rozwoju zrównoważonym*. *Gospodarka w Praktyce i Teorii* 2017, nr 4(49), s. 55–67.
5. Sieczko A., Parzonko A.J., Krzyżanowska K.: *Czynniki sprzyjające i ograniczające zakup produktów spożywczych bezpośrednio z gospodarstwa rolnego na przykładzie konsumentów z generacji Z*. *Roczniki Naukowe Stowarzyszenia Ekonomistów Rolnictwa i Agrobiznesu* 2024, t. XXVI, nr 3, s. 157–168.

Monografie, prace zbiorowe, książki naukowe

1. Poczta W., Hałasiewicz A. (red. nauk.): *Polska wieś 2024. Raport o stanie wsi. 20 lat w Unii Europejskiej*, Wydawnictwo Naukowe Scholar, Warszawa 2024.
2. Zieliński M. (red. nauk.): *Kierunki i możliwości rozwoju rolnictwa ekologicznego w Polsce w ramach Europejskiego Zielonego Ładu*, Fundacja Europejski Fundusz Rozwoju Wsi Polskiej, Instytut Ekonomiki Rolnictwa i Gospodarki Żywnościowej PIB, Warszawa 2022.

Raporty, opracowania instytucjonalne i statystyczne

1. Główny Urząd Statystyczny: *Powszechny Spis Rolny 2020*, GUS, Warszawa 2021.
2. *Kobiety w rolnictwie. Raport 2025*. Agro Woman, online: <https://www.agrowoman.pl> [dostęp: 15.11.2025].
3. Woźniak-Jęchorek B., Kuźmar S., Fazlagić J., Jasiczak J., Lis K., Rydzak W., Shelest-Szumilas O., Szymkowiak A., Trąpczyński P.: *Wpływ procesów cyfryzacji na osoby w wieku 50+, kobiety, osoby z niepełnosprawnościami oraz osoby z terenów oddalonych od ośrodków miejskich. Możliwości w zakresie mechanizmów wsparcia wyrównywania szans na rynku pracy*, Konfederacja Lewiatan, Warszawa 2023.



Publikacje poradnikowe i eksperckie (online)

1. Gazdecki M.: Marketing dla rolników. Podstawy teoretyczne i wskazówki dla praktyków, Wielkopolski Ośrodek Doradztwa Rolniczego w Poznaniu, online: https://www.wodr.poznan.pl/images/2022/sir/publikacje-i-filmy/marketing-dla-rolnikow-podstawy-teoretyczne-i-wskazowki-dla-praktykow/marketing_dla_rolnik%C3%B3w._podstawy_teoretyczne_i_wskaz%C3%B3wki_dla_praktyk%C3%B3w.pdf [dostęp: 01.12.2025].
2. Sałata B.: *Małe przetwórstwo w gospodarstwie rolnym*, Centrum Doradztwa Rolniczego w Brwinowie Oddział w Radomiu 2025, online: https://www.ksowplus.pl/files/porta1/Publikacje/Male_przetworstwo_w_gospodarstwie_rolnym_2025.pdf [dostęp: 01.12.2025].
3. Włoszczowski T.: *Produkt tradycyjny i lokalny: wytwarzanie, promocja, budowa marki, dystrybucja. Kompendium dobrych praktyk*, Społeczny Instytut Ekologiczny, Fundacja Rolniczej Różnorodności Biologicznej AgriNatura, online: https://www.ksowplus.pl/files/Bazy/Biblioteka/files/produkt_tradycyjny_i_lokalny.pdf [dostęp: 01.12.2025].

Artykuły i materiały publicystyczne lub branżowe (online)

1. Przepióra A.: Rolnik a przetwórstwo, online: <https://wir.org.pl/aktualnosci/rolnik-a-przetworstwo> [dostęp: 17.11.2025].
2. Szymańska M.: *Ceny żywności ekologicznej są o 30% wyższe od konwencjonalnych. Ale czy rynek będzie rość?*, online: <https://www.money.pl/gospodarka/ceny-zywnosci-ekologicznej-sa-o-30-proc-wyzsze-od-konwencjonalnych-ale-czy-rynek-bedzie-rosl-6872401848410208a.html> [dostęp: 21.11.2025].

Źródła internetowe – programy, instytucje, bazy danych, granty

1. Agencja Restrukturyzacji i Modernizacji Rolnictwa: *Plan Strategiczny dla Wspólnej Polityki Rolnej na lata 2023–2027 – interwencje*, online: <https://www.gov.pl/web/arimr/plan-strategiczny-dla-wspolnej-polityki-rolnej-na-lata-2023-2027---dzialania> [dostęp: 01.12.2025].
2. Centrum Doradztwa Rolniczego w Brwinowie, online: <https://www.cdr.gov.pl/> [dostęp: 01.12.2025].
3. Forum Darczyńców w Polsce, online: <https://www.forumdarczyncow.pl> [dostęp: 01.12.2025].



4. Krajowa Sieć Obszarów Wiejskich+ (KSOW+): *Baza Lokalnych Grup Działania*, online: <https://www.ksowplus.pl/baza-danych/baza-lokalnych-grup-dzialania> [dostęp: 01.12.2025].
5. Krajowa Sieć Obszarów Wiejskich+ (KSOW+): *Strefa Wiedzy*, online: <https://www.ksowplus.pl/strefa-wiedzy> [dostęp: 01.12.2025].
6. Ministerstwo Rolnictwa i Rozwoju Wsi: *Ośrodki Doradztwa Rolniczego*, online: <https://www.gov.pl/web/rolnictwo/osrodki-doradztwa-rolniczego> [dostęp: 01.12.2025].
7. Narodowy Instytut Wolności – Centrum Rozwoju Społeczeństwa Obywatelskiego: *Moc Małych Społeczności*, online: <https://niw.gov.pl/nasze-programy/moc-malych-spolecznosci/> [dostęp: 01.12.2025].
8. Narodowy Instytut Wolności – Centrum Rozwoju Społeczeństwa Obywatelskiego: *Rządowy Program Fundusz Inicjatyw Obywatelskich NOWEFIO*, online: <https://niw.gov.pl/nasze-programy/nowefio> [dostęp: 01.12.2025].