



BIBLIOTEKA PROGRAMU AKADEMII  
**RÓWNAĆ SZANSE**

Stowarzyszenie „MILENIUM - Brzeźnica 2007”



# CUD MIÓD

## Od pomysłu do sukcesu

*„Jeśli z Ziemi zniknie pszczoła, człowiekowi pozostaną tylko cztery lata życia.  
Nie ma więcej pszczół, nie ma zapylania, nie ma więcej zapylania, nie ma więcej roślin, nie ma więcej  
zwierząt, nie ma więcej ludzi...”*

*Albert Einstein*

*Te słowa były dla nas wskazówką i podpowiedzią, co możemy zrobić,  
aby nasze działania przyniosły wielorakie korzyści: ratowały zagrożoną przyrodę  
oraz rozwijały społecznie i twórczo młodych ludzi.*



Brzeźnica 2015

<b>Realizacja projektu:</b>	<b>Stowarzyszenie Milenium - Brzeźnica 2007</b>
<b>Koordinacja projektu:</b>	<b>Irena Nowak</b>
<b>Konsultacja projektu:</b>	<b>Danuta Daszkiewicz Sławomir Jaskulski</b>
<b>Redakcja tekstu:</b>	<b>Aleksandra Czyżewska Irena Nowak Urszula Maż Aneta Domaradzka Agnieszka Żurek</b>
<b>Korekta tekstu:</b>	<b>Urszula Maż</b>
<b>Projekt okładki:</b>	<b>Marcin Chomicki</b>
<b>Opracowanie graficzne i skład:</b>	<b>Arkadiusz Domaradzki</b>
<b>Wydawca:</b>	<b>Stowarzyszenie „Milenium - Brzeźnica 2007” ul. Dębicka 23, 39-207 Brzeźnica, tel. 606 231 592 milenium.brzeznicza2007@gmail.com, www.milenium-brzeznicza2007.pl</b>
<b>Druk:</b>	<b>Drukarnia ZET ul. Ks. Nosala 10, 39-200 Dębica, tel. 14 676 35 83</b>
<b>Wydanie:</b>	<b>pierwsze, Brzeźnica 2015, ISBN 978-83-942960-0-1</b>

**Publikacja wydana dzięki Polsko - Amerykańskiej Fundacji Wolności  
oraz Polskiej Fundacji Dzieci i Młodzieży w ramach Programu „Równać Szanse”.**

**Wydanie książki wsparli:**

**POLSKO-AMERYKAŃSKA  
FUNDACJA WOLNOŚCI**



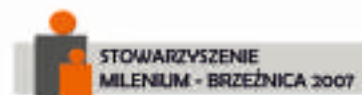
**GMINA DĘBICA**



**POWIAT DĘBICKI**





**POLSKA FUNDACJA  
DZIECI I MŁODZIEŻY**






## SPIS TREŚCI

1. Inkubator przedsięwzięcia.....	4
2. Startujemy - budujemy zespół.....	10
3. Fundamenty naszej firmy.....	16
4. Tajniki wiedzy - nasze know-how.....	24
5. Organizujemy się.....	34
6. Integrujemy się.....	58
7. Święto miodu.....	66
8. I co dalej?.....	74
9. Oni w nas uwierzyli.....	78
10. Nasza biblioteczka.....	80



# Inkubator przedsięwzięcia



ROZDZIAŁ

1



# 1

## Inkubator przedsięwzięcia

Naszym zdaniem nie ma rzeczy niemożliwych do zrobienia. Są tylko takie, na które brakuje nam chęci i czasu albo pomysłu lub motywacji.

Ta publikacja jest dla wszystkich tych, którzy mają pomysły, chcą działać i robić rzeczy wyjątkowe. Jest opisem kolejnych etapów metody, która ma odpowiedzieć na Wasze pytania, pomóc Wam stawiać pierwsze nieśmiałe kroki, a później większe i odważniejsze przy realizacji przedsięwzięć i szukaniu wsparcia społecznego. Tutaj znajdziecie wskazówki, podpowiedzi, dobre rady jak przekuć pomysły na działania, a działania na sukcesy. Nieważne, czy to będzie, tak jak w naszym przypadku pasieka, którą założyliśmy od podstaw, czy może inna, równie ciekawa inicjatywa. Ważne, że dzięki temu zrealizujecie swoje marzenia i rozwinięcie umiejętności społeczne, które pomogą Wam w przyszłości stać się niezależnymi, przedsiębiorczymi i kreatywnymi osobami.

Jeśli w Waszych głowach kłębią się pomysły na zrobienie rzeczy zwykłych lub niezwykłych, to zapraszamy do uważnego zapoznania się z naszą publikacją. Znajdziecie tu pytania, których boicie się zadać, bo może wydają się Wam mało ważne, a nawet głupie. Odpowiedzi na nie pomogą Wam osiągnąć wymarzone cele i co ważne, pokażą drogi jakimi powinniście do nich dążyć. Dzielimy się tutaj uwagami, udostępniamy nasze pomysły i sposoby na ich realizację. Możecie z nich śmiało skorzystać, modyfikować je i dopasowywać do swoich potrzeb. Pokazujemy, że nie ma zwycięstwa bez pomyłek i błędów, bez potknięć i upadków, doradzamy, co zrobić, aby niepowodzenia mniej bolały.



Do naszego działania zapraszamy:

- \* młodych ludzi, którzy chcą robić rzeczy zwykle lub niezwykle
- \* dorosłych, którzy „odbierają” na tych samych falach, co młodzi ludzie i są przekonani, że realizacja podobnych przedsięwzięć jest drogą do sukcesu w codziennym życiu
- \* organizacje pozarządowe, szkoły, ośrodki kultury, które są przyjazne młodzieży
- \* każdego, kto umie, chce i potrafi doradzić innym, jak z pomysłu zrodzić sukces

Gdybyśmy tak na moment zajrzeli do pszczelego ula, na początku wydawałoby się nam, że panuje w nim chaos i nieporządek. Ale to chaos pozorny. W rzeczywistości jest tu porządek i ład, którego ludzie mogą tylko pozazdrościć pszczołom. Podobnie dzieje się z nami, kiedy pojawia się w naszej głowie jakiś pomysł, potem wiele pytań bez odpowiedzi, wiele wątpliwości, po prostu mętlik. Wtedy przydałyby się: dyscyplina, współpraca i przemyślane działania, które obserwujemy w ulu.

Wierzmy, że ta publikacja będzie dla Was pomocą i dzięki niej unikniecie błędów, z którymi my - Stowarzyszenie „Milenium – Brzeźnica 2007”, borykaliśmy się przy realizacji naszego przedsięwzięcia. Przy opisie naszych przedsięwzięć posługujemy się terminami pszczelarskimi, zgodnie z charakterem naszych działań. Jednak równie dobrze można je zastosować realizując inne pomysły w zależności od tego, co Was „kręci”.

Jesteśmy przekonani, że uda się Wam dotrzeć do celu, bo my już go osiągnęliśmy i przeżyliśmy tę wspaniałą przygodę. A teraz wszystko to, przez nas przemyślane przefiltrowane, trafia w Wasze ręce.

## Dlaczego warto przeżyć tę przygodę? Ponieważ możecie:

- ➔ poczuć smak sukcesu
- ➔ zbudować coś, co będzie Waszym dziełem
- ➔ zrealizować swoje plany i marzenia
- ➔ udowodnić, że potraficie nawiązywać nowe relacje i zdobywać wsparcie dorosłych
- ➔ dotrzeć do celu mimo, że po drodze potkniecie się niejedną raz
- ➔ zintegrować się z rówieśnikami i pracować w zespole
- ➔ sprawdzić, czy jesteście wytrwali i konsekwentni w działaniu
- ➔ zdobyć przestrzeń do działania, takie „własne królestwo”, którego losy zależą od waszych decyzji.









**Startujemy  
budujemy zespół**



ROZDZIAŁ

2



## 2

# Startujemy

**budujemy zespół i robimy wokół siebie wielkie**

**HALO!!**

Podstawą działania jest zespół. **Kogo potrzebujemy?**

- A. młodych ludzi i animatorów pracy z młodzieżą
- B. ekspertów i pasjonatów, którzy znają się na pszczelarstwie
- C. firmy, instytucje, partnerów i sponsorów.

**Jak dotrzeć do tych osób?**

Jak znaleźć ekipę do działania? Najlepiej w najbliższym otoczeniu. W swojej lub sąsiedniej miejscowości. Informacje zdobywamy z różnych źródeł i na różne sposoby.

**Nasze propozycje poszukiwań:**

- Pytamy, rozpuszczamy wici wśród znajomych różnymi sposobami, opowiadamy im o swoich planach, rozmawiamy z rodziną o tym, co chcemy robić, rozbudowujemy sieć znajomych.
- Wrzucamy do Internetu (np.fb) informacje o tym, co chcemy robić i kogo szukamy.
- Sprawdzamy, gdzie w naszej miejscowości lub okolicy spotykają się na pogawędki młodzi ludzie.
- Zapraszamy na pierwsze spotkanie kilku znajomych, a następnie każdy z nich zaprasza kilku innych znajomych. W ten sposób, podobnie jak przez pączkowanie, rośnie liczba zainteresowanych tematem.



## Kto może być naszym ekspertem?

- sąsiad lub znajomy, który prowadzi amatorską pasiekę
- członkowie zrzeszeni w związkach, klubach, np. Związku Pszczelarzy
- proboszcz miejscowej parafii, który z pasją od lat zajmuje się hodowlą pszczół

Rozejrzyjmy się dookoła, dopytajmy znajomych, naszych przyjaciół i rodzinę. Z pewnością dotrzemy do kogoś, kto ma wiedzę i doświadczenie w interesującym nas temacie. Kiedy znajdziemy taką osobę, to zaprośmy ją do współpracy.

### Zapewniamy!

Pasjonaci, to wspaniali ludzie, którzy chętnie podzielą się z innymi swoim doświadczeniem.

#### **DOBRA RADA:**

Jeśli znajdziecie już taką osobę, która zechce z Wami współpracować, warto podpisać z nią umowę na czas trwania przedsięwzięcia. Przedstawmy cel, nasze pomysły, oczekiwania i planowane efekty końcowe. Określmy też zakres współpracy, aby nie było dla nikogo zaskoczeniem, co chcemy osiągnąć podczas naszych spotkań i czego od innych oczekujemy.





## Stawiamy na współpracę

Dobry zespół jest podstawą, ale nie może działać w izolacji i osamotnieniu. Poszukajmy partnerów: instytucje i firmy, stowarzyszenia czy kluby a nawet osoby prywatne, które mogą udzielić nam wsparcia w naszych działaniach.

**U nas były to:** Fundacja Śnieżki „Twoja Szansa”, która podarowała nam farbę na altanę i ule, softysi wsi, którzy wspierali finansowo i rzeczowo nasze imprezy i spotkania, Dyrekcja Zespołu Szkół, która udostępniała nam wielokrotnie pomieszczenia na nocleg (klasy i salę gimnastyczną) i na spotkania integracyjne, Centrum Kultury i Bibliotek Gminy Dębica - użyczyło nam bezpłatnie biuro oraz dostęp do zaplecza kuchennego i sali widowiskowej w budynku Domu Kultury.

### DOBRA RADA:

Warto zrobić burzę mózgów, wypisać wszystkie możliwe instytucje z naszego powiatu, które mogą udzielić wsparcia.

Jeśli z 10 pozycji uda się nam namówić do współpracy 3, to już będzie sukces. Warto próbować i docierać do innych ludzi. Wbrew pozorom, jest wielu ludzi chętnych do pomocy.

Muszą tylko widzieć nasze zaangażowanie i cel, do którego dążymy.







# Fundamenty naszej firmy







ROZDZIAŁ  
3

## 3

## Fundamenty naszej firmy

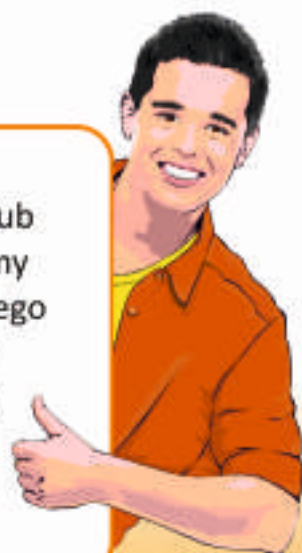
**bierzemy sprawy w swoje ręce, czyli to co musimy zrobić wspólnie!**

1. Poszukajmy siedziby.
2. Podzielmy naszą „firmę” na działą.
3. Ustalamy ramy czasowe, terminy realizacji i harmonogramy działań.
4. Zbudujmy relacje i komunikację tak, jak to jest w pszczelej rodzinie.

**Ad.1 Poszukajmy lokum**, czyli miejsca, gdzie będziemy się spotykać i dyskutować o realizacji zadań. Potrzebny jest nam przytulny kąt, gdzie niemal o każdej porze będziemy mogli przesiadywać i przegadywać nasze ważne i nieważne sprawy albo po prostu, przy herbacie i kawie, spędzimy miło czas. Rozejrzyjmy się dookoła, sprawdźmy jakie zasoby posiada nasza miejscowość, w której chcemy tworzyć. Może to być jakieś pomieszczenie w budynku w naszej lub sąsiedniej miejscowości albo sala lub pokój w Domu Kultury. Może mamy informację o jakimś pomieszczeniu w Domu Strażaka albo dowiemy się o niewykorzystanej piwnicy przy Bibliotece Publicznej. Z pewnością w naszym zasięgu jest coś, co może na początku nie wygląda najlepiej, ale po adaptacji zmieni wygląd i klimat. A poza tym, to my wniesiemy tam swoją pozytywną energię, która zdziała cuda! Zaadaptowane lokum będziemy odtąd nazywać naszym „biurem”.

**DOBRA RADA:**

Dowiedzmy się, kto jest właścicielem tego pomieszczenia lub kto za nie odpowiada. Dotrzyjmy do tej osoby, przedstawmy siebie i plan naszego działania. Spiszmy umowę nieodpłatnego udostępnienia pomieszczenia na czas realizacji naszego zadania. To jest bardzo ważne! Pozwoli uniknąć sytuacji, w której nagle z jakichś nieprzewidzianych powodów, zostaniemy pozbawieni pomieszczenia, tak bardzo nam potrzebnego na czas działania.



**Ad.2 Podzielmy naszą „firmę” na działy.** W każdej komórce wybierzmy lidera. To on będzie czuwał nad tym, abyśmy podejmowali mądre i konstruktywne decyzje, a ich realizacja przebiegała terminowo i bez zakłóceń, no i żeby w zespole wszystko grało.

Warto dobrze przemyśleć, w której grupie chcemy pracować i jaka będzie tam nasza rola. Uwzględnijmy swoje mocne i słabe strony. Zaproponujmy grupy zadaniowe. Weźmy pod uwagę zakres czynności, które będą do wykonania.

Warto zastanowić się w czym jesteśmy dobrzy albo jakie mamy predyspozycje.

**My utworzyliśmy:  
Produkcję, Zaopatrzenie-Sprzedaż, Obsługę Techniczną oraz Promocję.**

Od tej pory działamy przede wszystkim w grupach, ale nie znaczy to, że przestajemy wszyscy razem współpracować. Wprost przeciwnie. Cała sztuka polega na tym, żeby z czterech puzzli ułożyć jeden pełny obrazek.



**Ad.3. Ustalmy ramy czasowe i terminy realizacji.** Dobrze jest wykorzystać i zagospodarować ściany biura na przywieszenie planu działań naszego przedsięwzięcia. Na kilku lub kilkunastu kartkach z bloku papierowego opracujemy schemat zawierający: etapy naszego działania (co jest do zrobienia), ramy czasowe, terminy, których nie wolno przekraczać oraz osoby odpowiedzialne za realizację zadania.



Przyklejmy je na ścianie chronologicznie. Kolorem czerwonym wyeksponujemy najważniejsze zadania. Takie karty dobrze się sprawdzają. Można na nich robić notatki. Dopisywać ważne rzeczy, o których wcześniej się zapomnielo. Takie informacje „rzucają się w oczy” oraz przypominają, że jesteśmy wszyscy odpowiedzialni za realizację poszczególnych etapów przedsięwzięcia, które składają się na całość zadania.



**DOBRA RADA:** Podczas każdego wspólnego spotkania warto rozpoczynać zebranie od przeczytania „ściąg” ze ściany i przedyskutowania ważnych tematów, czyli krótko mówiąc: „Co już zostało zrobione, co przed nami w najbliższym czasie i o czym, być może, zapomnieliśmy?”. Ważnym punktem takiego roboczego spotkania będzie sprawozdanie liderów działów ze stopnia realizacji zadań.

W razie problemów, warto pomyśleć o tzw. planie awaryjnym!

**Ad.4. Zbudujmy relacje i komunikacje.** Dobra komunikacja i przepływ informacji to podstawa naszego działania. Kontakt pomiędzy uczestnikami w grupie jest bardzo ważny. Od tego zależy będzie w jakim stopniu zrealizujemy zadania i jaki będzie udział każdego z nas w tych działaniach. Dlatego warto zastanowić się, czym dysponujemy i jakie mamy zasoby w dziedzinie komunikacji interpersonalnej.



**Co zatem warto zrobić dla dobrej komunikacji?**

**a. STWORZYĆ GRUPY NA FACEBOOKU:**

- \* GŁÓWNA - dla wszystkich uczestników
- \* TEMATYCZNE - dla określonych grup zadaniowych

Pozwoli to na:

- a) Szybką komunikację pomiędzy koordynatorami i uczestnikami przedsięwzięcia.
- b) Wymianę poglądów na tematy związane z wykonywaniem zadania.
- c) Skuteczną organizację spotkań.

**ZALETY:** Informacje umieszczane w grupach, będą widoczne tylko dla uczestników zadania.

**WADY:** Ten sposób komunikacji jest tylko dla tych, którzy mają stały dostęp do Internetu.

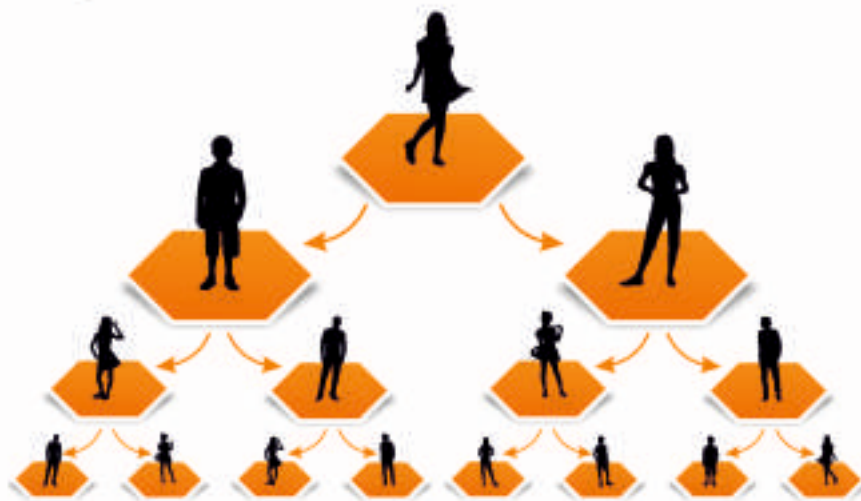
**DOBRA RADA:**

Ustalcie wcześniej zasady komunikacji na fb.

Jeśli ktoś przeczyta informację i zaakceptuje ją, niech potwierdzi to wpisem ok! Taki wpis będzie świadczył o tym, że dana osoba przyjęła wiadomość. Brak „ok” świadczy o tym, że informacja z jakichś względów nie dotarła do danej osoby i trzeba szukać innych sposobów komunikacji.



b. „ŁAŃCUSZEK BELLA”, czyli podaj dalej – dobry, sprawdzony przez nas sposób komunikacji.



Na jednym z pierwszych spotkań ustalamy zasady komunikacji telefonicznej. Koordynator dzwoni do dwóch wcześniej wybranych osób X i Y. Osoby X i Y dzwonią, każda do 2 innych osób A i B oraz C i D. Te zaś dzwonią do następnych dwóch każda... itd. W ten sposób liczba powiadomień rośnie w postępie geometrycznym.

**ZALETY:** Każda osoba wykonuje tylko 2 telefony. Każda z osób jest odpowiedzialna za powiadomienie dwóch innych.


**WADY:** Jeśli ktoś nie ma telefonu, musi korzystać z innej formy komunikacji.

### c. **TABLICA INFORMACYJNA** w naszym biurze

Może to być karta przypięta do ściany lub tablica korkowa, na której dopinamy karteczki. Będzie to **TABLICA DO SPRAW RÓŻNYCH**.

Na niej zapisujemy i notujemy wszystkie informacje, które chcemy, aby dotarły do każdego w sytuacji, kiedy nie wszyscy mogą uczestniczyć w spotkaniu. Opracowujemy system przekazu informacji, np. zrealizowane zadania odhaczamy, ważne podkreślamy, itp.





# Tajniki wiedzy - nasze know-how





ROZDZIAŁ

4

## 4

## Tajniki wiedzy - nasze know-how

Termin (know – „wiedzieć”, how – „jak”) pochodzi z języka angielskiego i określa konkretną wiedzę techniczną z danej dziedziny, umiejętność wykonania lub wyprodukowania czegoś, kompetencję, biegłość (cyt. Wikipedia).

Zanim zaczniemy działać, musimy nabyć i pogłębić wiedzę na interesujący nas temat. Najlepiej zdobyć wiedzę od najlepszych.



### DOBRA RADA:

Znalezienie mistrza, który zgodzi się spotkać i współpracować z nami w roli eksperta nie jest trudne. Jeżeli nie znajdziemy go wśród znajomych, to dobrze jest zgłosić się do najbliższego miejscowego koła, klubu lub do redakcji pisma o interesującej nas tematyce. W naszym przypadku było to Koło Pszczelarzy.

Spotkajmy się z mistrzem na swoim terenie lub jeśli to jest możliwe u niego. Posłuchajmy jego rad, ale zaproponujmy też formę szkolenia, która nas satysfakcjonuje.

Dobrze sprawdzają się spotkania w grupie, gdzie wspólnie siedzimy w kręgu, słuchamy i czerpiemy wiedzę na interesujące nas tematy. W trakcie szkoleń, bądźmy aktywni. Słuchajmy, dopytujmy, zapisujemy cenne uwagi. Warto nakierować mistrza na informacje, które najbardziej nas interesują i zainspirują do działania. Notujmy podczas spotkań jego podpowiedzi i wskazówki. Warto założyć notatnik, w którym będziemy zapisywali ważne rzeczy, by nie stracić tego, co najcenniejsze. Róbmy zdjęcia, będą dla nas fotoskARBnicą wiedzy.

**ZALETY KRĘGU:** Widzimy się wszyscy nawzajem, obserwujemy emocje, które nam towarzyszą podczas spotkania. Pytania rodzą następne pytania i uaktywniają wszystkich uczestników.



Do spotkania z mentorem przygotujmy się starannie. Usiądźmy wcześniej w grupie i wypracujmy listę pytań, które chcemy zadać naszemu ekspertowi. Nasza „ściągawka” zawierała pytania dotyczące pasieki, jej wielkości, sposobu budowy, funkcjonowania. Jeśli jednak zdecydujecie się na inną działalność, dopasujcie pytania do Waszej rzeczywistości.

#### **Przykładowa lista pytań do eksperta:**

- 1. Jakie są kryteria wyboru miejsca na pasiekę?*
- 2. Jak ustawiać ule na pasieczysku i jakich kolorów używać do ich pomalowania?*
- 3. Czym się kierować przy wyborze ula?*
- 4. Jaki sprzęt jest niezbędny w pasiece i gdzie najlepiej robić zakupy?*
- 5. Gdzie najlepiej zaopatrzyć się w materiał hodowlany (pszczoły)?*
- 6. Jak urządzić pracownię pasieczną, czyli zaplecze?*
- 7. Dlaczego miód to cud i dlaczego warto w niego zainwestować?*
- 8. Czy przepisy prawne przy różnych przedsięwzięciach są ważne i czy obowiązują każdego?*

A oto odpowiedzi na nasze pytania, których udzielił nam ekspert. Zachęcamy do zapoznania się z nimi.

## **1. Jakie są kryteria wyboru miejsca na pasiekę?**

Pasieka amatorska ma dać na co dzień właścicielowi przyjemność z obcowania z pszczołami, powinna być więc najlepiej pasieką przydomową. Miejsce pasieki powinno znajdować się na terenie o podłożu suchym, zacisznym i nasłonecznionym (nie w bezpośrednim słońcu). Jednak dokonując wyboru miejsca, musimy wziąć pod rozwagę fakt, że pszczoły mogą być uciążliwe, a nawet niebezpieczne dla sąsiadów. Ważna jest również zasobność środowiska i ewentualna konkurencja w postaci innej pasieki w pobliżu.

## **2. Jak ustawiać ule na pasieczniku i jakich kolorów używać do ich pomalowania?**

Najlepiej ustawić je na specjalnych stojakach lub stelażach, w kierunku południowo-wschodnim, w grupach po 3-5 uli. Nie ustawiamy uli w równoległych, symetrycznych rzędach, z prostej przyczyny: pszczoły będą błędziły.

### **DOBRA RADA:**

Dobrze jest ponumerować ule, wtedy początkującym pszczelarzom łatwiej nimi gospodarować.  
Unikamy ewentualnych pomyłek.



Na pasieczysku powinniśmy zainstalować zadaszony poidło, najlepiej z bieżącą wodą. Powinno ono znajdować się w takim miejscu, żeby wylatujące z uli pszczoły nie zanieczyszczały go swoimi odchodami. Ważne, aby poidło zainstalować wcześniej niż ustawimy pasiekę. Jeśli pszczoła znajdzie wcześniej inne źródło wody (niekoniecznie czyste), nie zainteresuje się naszym poidłem.

Ule malujemy na różne kolory, w tym głównie na kolory rozpoznawalne przez pszczoły, a więc biały, żółty, niebieski, niebiesko-zielony, zielony. Ułatwia to robotnikom powrót z pożytku do swoich rodzin.

### **5. Gdzie najlepiej zaopatrzyć się w materiał hodowlany (pszczoły)?**

Można kupić pszczoły wraz z ulami albo odkłady, czyli niewielkie rodziny pszczele. My zdecydowaliśmy się na drugi wariant. Skorzystaliśmy z uprzejmości zaprzyjaźnionego pszczelarza, który przygotował dla nas gotowe odkłady. Taki odkład zaopatruje się w nową matkę. Odkład składa się z młodej czerwiącej matki, 2-3 ramek z czerwiem w różnych stadiach oraz 1- 2 ramki z pokarmem.

### **6. Jak urządzić pracownię pasieczną, czyli zaplecze?**

Zaplecze pasieczne to pomieszczenie, w którym można schować różne rzeczy, niezbędne nam do pracy w pasiece. Najlepiej do tego przygotować nową lub zaadoptować starą altanę. Można też urządzić specjalne pomieszczenie w domu mieszkalnym lub w zabudowaniach gospodarczych. Jeśli zdecydujemy się na nowe pomieszczenie, trzeba zaplanować koszty budowy takiej altanki. Trzeba jednak pamiętać, że musi to być pomieszczenie z zamykanymi oknami, wyposażone w półki, na których będziecie przechowywać sprzęt, ramki, ubrania oraz miód. Pomieszczenie powinno składać się z dwóch części: „czystej” - służącej do odbioru miodu, rozlewania, klarowania i etykietowania słoików oraz części gospodarczej - przeznaczonej do innych prac, takich jak: przygotowanie ramek, węży oraz jako magazyn sprzętu. Dobry miód musi spełniać polskie normy, a ponieważ łatwo chłonie wilgoć i zapachy, to tzw. część czysta zaplecza musi być odpowiednia.

### **7. Dlaczego miód to cud i dlaczego warto w niego zainwestować?**

Dlaczego cud-miód? To proste. Sedno sprawy tkwi w cytacie, który rozpoczyna tę publikację: Nie ma pszczół – nie ma życia. A pszczoły wymierają. Nic dodać, nic ująć. Pszczoła daje życie, pszczoła jest bezcenna sama w sobie. Miód, którym nas obdarza, to lek i kosmetyk w jednym. Dlatego tak ważna jest wiedza nie tylko o dobroczynnych owadach, ale również o właściwościach miodu - tego naturalnego produktu wytwarzanego przez nasze pszczołki z nektaru kwiatowego lub spadzi. Warto wspomnieć, że miód znalazł zastosowanie w wielu dziedzinach, np. miód jako lek, kosmetyk, afrodyzjak, produkt w gastronomii.

### 3. Czym się kierować przy wyborze ula?

Wybór ula to jedna z najważniejszych decyzji. Ul musi spełniać określone warunki: szczelność, izolacja termiczna, odpowiednia wentylacja. Przy zakładaniu pasieki najlepiej zaopatrzyć się w nowe ule. Jeśli kupujemy używane, musimy je starannie zdezynfekować. Polega to na dokładnym oskrobaniu wnętrza, a następnie jego opaleniu i pomalowaniu ścian zewnętrznych.

**I ważna zasada** – w jednej pasiece jest jeden typ uli i jeden rodzaj ramek. My zdecydowaliśmy się na nowe ule typu wielkopolskiego. Skorzystaliśmy z podpowiedzi mistrza.

Wybór ula zależy od charakteru pasieki, np. amatorska, szkoleniowa, zawodowa. W pasiece szkoleniowej powinny znajdować się różne typy uli.

### 4. Jaki sprzęt jest niezbędny w pasiece i gdzie najlepiej robić zakupy?

Sprzęt w pasiece dzielimy na dwa rodzaje: sprzęt do obsługi ula oraz sprzęt, który służy do pozyskiwania miodu.

Sprzęt do obsługi ula to: dłuto, miotelka, podkurzacz, kapelusz z woalką, rękawice.

Sprzęt do pozyskiwania miodu: odstojniki, miodarka, sita, naczynia, wiaderka koniecznie z pokrywkami, odsklepiacze widelcowe, nóż, odstojnik z kranem do rozlewania miodu. To jest podstawowy i konieczny sprzęt. Oczywiście można i warto wyposażyć się w inne akcesoria, np. zapas ramek, węża, drut do ramek, urządzenia do wtapienia węzy, urządzenie do topienia wosku.

#### **DOBRA RADA:**

Lista niezbędnych narzędzi jest długa, dlatego warto skontaktować się z osobami lub organizacjami pszczelarskimi, które likwidują swoje pasieki i odkupić od nich cały lub częściowy sprzęt. Z pewnością zaoszczędzimy!



## 8. Czy przepisy prawne są ważne i czy obowiązują każdego?

Nieznajomość prawa nie jest żadnym usprawiedliwieniem. Prawo obowiązuje każdego bez wyjątku.

Przed ostatecznym podjęciem decyzji, gdzie możemy zorganizować pasiekę, należy uważnie sprawdzić, czy wybrane miejsce będzie spełniać obowiązkowe przepisy prawne. W razie czego sąd będzie dysponował tylko prawem zwyczajowym wywodzącym się jeszcze z 1879 roku, które w sprawie lokalizacji pasieki, stwierdza co następuje:

„...Ustawienie pni pszczelich w odległości mniejszej jak 10 m od uczęszczanej drogi publicznej, obcego domu mieszkalnego, stajni, podwórza lub ogrodu jest wtedy dozwolone, jeżeli pszczoły wylatując z ula wznoszą się od początku 3 metry ponad tymi miejscami lub też jeżeli między nimi, a pasieką wznosi się mur, gęsta ściana krzewów lub też inne ogrodzenie 3 metry wysokie”.



### **Pamiętajmy!**

Uządzeń nie da się uniknąć, ale budując pasiekę trzeba zminimalizować ich ilość.



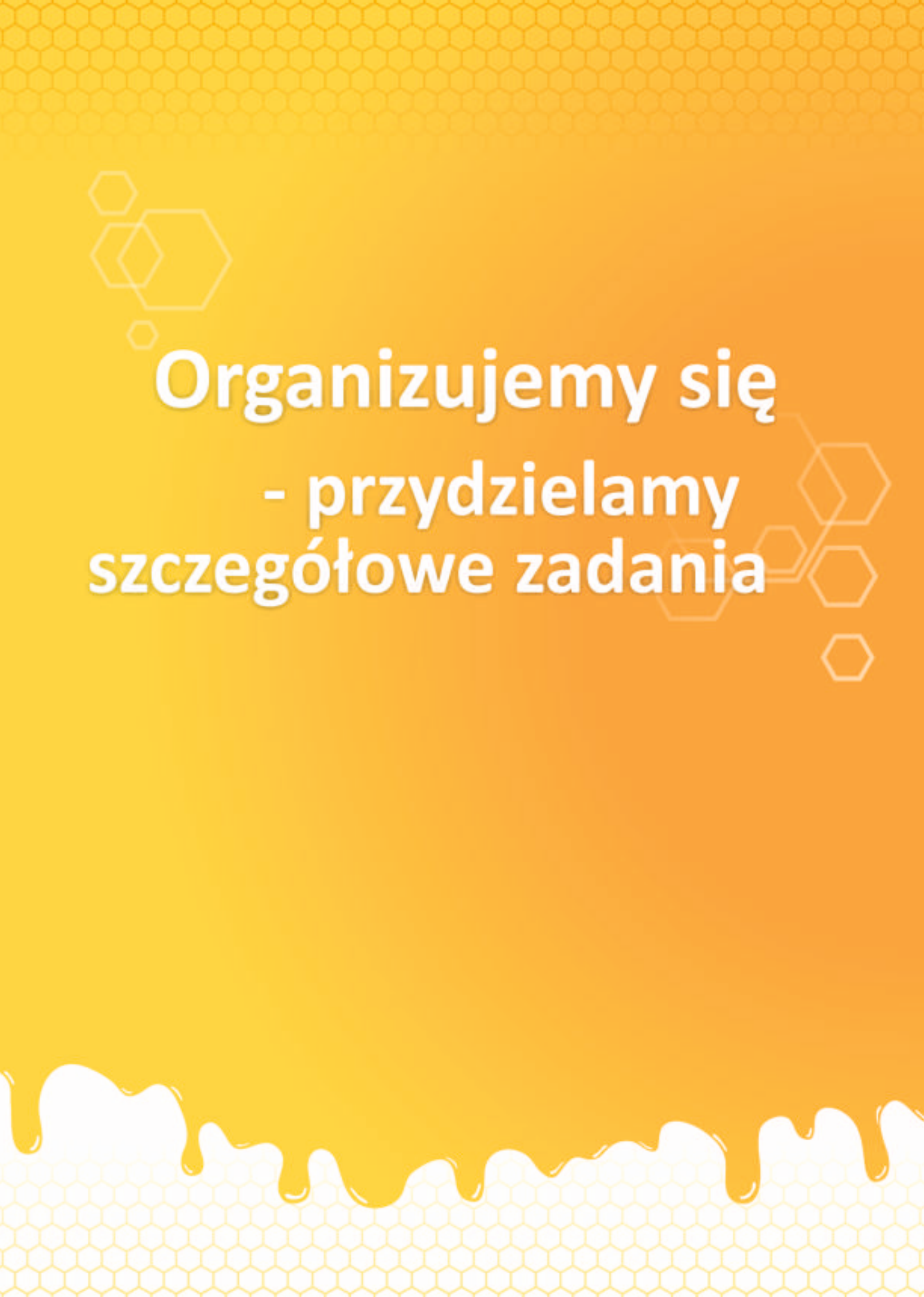




ROZDZIAŁ

5





**Organizujemy się**  
**- przydzielamy**  
**szczegółowe zadania**

## Etapy wyboru miejsca pod naszą pasiekę:

**I. Etap „zielonego światła”** – czyli spisujemy wszystkie propozycje, jakie nam się pojawią.

**II. Etap „sita”** – ustalamy kryteria wyboru i tworzymy checkliście”.

**III. Etap decyzji** – wybraliśmy się w teren na spacer badawczy z checkliście”.

„Odhaczając” na liście, co dobre a co złe, wybraliśmy najlepszy teren na przyszłe przedsięwzięcie. Przykładowa checklista jest poniżej. Kolejnym propozycjom przyporządkowaliśmy punkty od 0 - 5 wg ustalonych kryteriów: 0 – źle, 5 – bardzo dobrze.

Cecha terenu	Uwagi	Teren 1	Teren 2	Teren 3
nastłonecznienie	najlepiej lekko zacienione	5	3	1
odległość od zabudowań, dróg, budynków mieszkalnych	co najmniej 100, 150 m	2	4	2
zasobność środowiska czyli tzw. baza pożytkowa tj. lasy, łąki, pastwiska itp.	wskazana dobra zasobność	2	5	1
dostęp do pasieki	wskazany łatwy dostęp do pasieki	3	5	2
wilgotność środowiska	im mniejsza tym lepiej, duża wilgotność stanowi dyskwalifikację terenu	0	5	3
konkurencja w postaci innej pasieki - ile uli jest w pobliżu i w jakim są stanie	stare zaniedbane ule mogą być źródłem chorób	1	4	2
ruchliwa droga, autostrada, torowisko, linie wysokiego napięcia	im dalej od ruchliwych i niebezpiecznych miejsc tym lepiej	4	0	5
Suma punktów		17 pkt.	26 pkt.	16 pkt.

Uwzględniając liczbę punktów, wybraliśmy najlepsze z najlepszych miejsce pod naszą działalność. W tym przypadku jest to teren nr 2.

# 3

## Organizujemy się

- przydzielamy szczegółowe zadania

### NASZE DZIAŁY:

- ➔ OBSŁUGA TECHNICZNA
- ➔ ZAOPATRZENIE-SPRZEDAŻ
- ➔ PRODUKCJA
- ➔ PROMOCJA



### Zadania OBSŁUGI TECHNICZNEJ:

1. Wybrać miejsce pod inwestycję i sprawdzić warunki tam panujące.
2. Urządzić pracownię – zaplecze techniczne.
3. Wyznaczyć stanowiska dla poszczególnych uli.
4. Dbać o utrzymanie i stan pasieki oraz uli.

**Ad.1. Wybór miejsca pod inwestycję.** Wyposażeni w wiedzę warsztatową wybierzmy najlepsze miejsce pod inwestycję. My zrobiliśmy to zespołowo, metodą burzy mózgów. Najpierw spisaliśmy na kartce wszystkie propozycje, które pojawiły się podczas dyskusji. W drugim etapie opracowaliśmy kryteria wyboru miejsca na nasze działanie. Wzięliśmy pod uwagę wszystkie sugestie, które pojawiły się podczas zajęć warsztatowych z ekspertem.

**Ad.2. Urządzić pracownię.** Dobrym zapleczem jest zamknięte pomieszczenie z oknami. Powinno być wyposażone w stół, półki, miejsce na odzież roboczą. Można zaadaptować istniejące już pomieszczenie. My wyremontowaliśmy wspólnie z zaprzyjaźnionym stolarzem altanę, która stała w pobliżu naszej pasieki. Bieżące prace wykonywaliśmy sami. Farby na jej pomalowanie zdobyliśmy u sponsora w Fundacji „Twoja Szansa”, działającej przy firmie Śnieżka.

**Ad.3. Wyznaczyć stanowiska dla uli.** Uwzględniając sugestie eksperta wybieramy stanowiska uli. Koniecznie wybierzmy się tam całym zespołem. Weźmy pod uwagę wszystkie za i przeciw. Podejmijmy decyzję, a ustawienie uli zlećmy grupie technicznej.

**Ad.4. Dbać o pasiekę i ule.** Na tym nie kończy się rola grupy technicznej. Jej zadaniem jest systematyczne doglądanie stanu pasieki i zaplecza. Co najmniej raz na 2 tygodnie dobrze jest sprawdzić, czy wszystko jest w porządku. W razie konieczności trzeba wykonać prace naprawcze lub remontowe.

## Zadania działu: ZAOPATRZENIE- SPRZEDAŻ

1. Przygotować, po konsultacji z ekspertem, zlecenie zakupu uli, pszczoł oraz sprzętu.  
Wybrać najkorzystniejsze oferty.
2. Kupić i dostarczyć ule na pasieczysko.
3. Zaopatrzyć grupę produkcyjną w ubrania robocze.
4. Zakupić lub wypożyczyć niezbędny sprzęt.
5. Kupić odkłady pszczele.
6. Wyposażyc apteczkę.
7. Zaopatrzyć firmę w materiały biurowe.
8. Zamówić naklejki na stoiki. Sprzedawać towar.
9. Prowadzić „buchalterię”, czyli kontrolować finanse.

Przede wszystkim robimy rozeznanie rynku po to, aby wybrać najlepiej i nie przepłacić. Dobrze jest śledzić internetowe fora tematyczne. W naszym przypadku były to fora pszczelarskie. W naszym zespole znalazły się 2 chętne osoby, które sprawdzały na bieżąco w Internecie interesujące nas tematy. Przygotowaliśmy listę niezbędnych do kupienia lub pożyczania rzeczy.

Przykładowa lista:

NAZWA SPRZĘTU	ILOŚĆ/SZT.	CENA JEDNOSTKOWA W ZŁ	KONTAKTY/ ADRESY/TELEFONY	KUPIĆ - K POŻYCZYĆ - P
Wirówka	1	150,00	tel. 608 981 340	P
Słoiczki na miód	100	0.80	Hurtownia „Sloik”	K
Naklejki	500	0,25	Drukarnia „Zet” - Dębica tel. 14 685345	K
Naczynia do miodu	5	24,00	Sklep „Wszystko dla domu”	K
.....	.....	.....	.....	.....



#### **DOBRA RADA:**

Nie przepłacajmy! Nie mając doświadczenia i nie znając uwarunkowań rynkowych, mamy tendencję do przepłacania. To, co droższe, nie zawsze jest lepsze. Rozejrzyjmy się za rzeczami z odzysku - dopytajmy tych, którzy się na tym znają.

W każdej pasiece powinna być apteczka lub miejsce wydzielone do przechowywania niezbędnych środków leczniczych, dezynfekcyjnych, a także opatrunkowych dla ludzi, którzy mogą potrzebować pomocy po użądleniu przez pszczoły.

#### W apteczce powinny się znaleźć:

- **Cardiamidum lub kardiamid z kofeiną** – jako środek pobudzający akcję serca przy omdleniach wskutek użądleń
- **Krople walerianowe (Nervosol)** - środki o działaniu uspokajającym
- **Preparaty wapniowe doustne (calcium)**
- **Woda utleniona 3%** - do przemywania drobnych skaleczeń
- **Jodyna lub Tinktura propolisowa** – do odkażania okolicy skaleczeń. Nie stosować bezpośrednio na ranę
- **Spirytus salicylowy** – do odkażania rąk i okolic rany (nie stosować bezpośrednio na rany)
- **Altacet** – kwaśna woda – do okładów – łagodzi skutki użądlenia
- **Soda oczyszczona** – środek o łagodnym działaniu zasadowym do neutralizowania działania kwasów w przypadku oparzeń





## Zadania działu: PRODUKCJA

1. Utrzymywać kontakt z ekspertem. Założyć i prowadzić segregatory tematyczne.
2. Codziennie pielęgnować pszczoły.
3. Uzupełniać na bieżąco miesięczny harmonogram.
4. Wybierać miód.

**Ad.1. Konsultacje z ekspertem.** Aby zapewnić fachowość działań, utrzymujemy stały kontakt z ekspertami. Warto założyć FOLDER TEMATYCZNY, np. segregator, w którym pod odpowiednimi hasłami będziemy gromadzić na bieżąco najciekawsze artykuły dostępne w prasie czy w Internecie, dotyczące interesującego nas obszaru (prawne, medyczne, historyczne). Tu będziemy też gromadzić cenne wskazówki ekspertów.

**ZALETY** folderu tematycznego:

- Uzupełniamy go na bieżąco.
- Mamy szybki i szeroki dostęp do aktualnej wiedzy na interesujący nas temat.
- Oszczędzamy czas na wykonywanie niepotrzebnych czynności (wiele rozwiązań już dawno zostało wymyślonych).
- Wdrażamy do realizacji czynności, które sprawdziły się i pomagają w praktyce.



**Ad.3. Harmonogram pracy.** Planszę z harmonogramem umieścimy w widocznym miejscu zaplecza pasiecznego. Dzień roboczy odznaczamy w rubryce uwagi. W razie potrzeby powiadamy zespół techniczny o konieczności prac interwencyjnych. Harmonogram możemy modyfikować i ulepszać, w zależności od potrzeb.

W naszym przypadku harmonogramy różniły się w zależności od pory roku. W miesiącach marzec – wrzesień dyżury w pasiece odbywały się 1 raz na tydzień. W okresie wrzesień – luty, 1 raz na 2 tygodnie. Sytuacje wyjątkowe wymuszały zwiększenie ingerencji, np. wichura, obfite opady deszczu lub inne niekorzystne warunki atmosferyczne.

DZIAŁ PRODUKCJI / miesiąc MAJ / DYŻURY												
Data/osoba	Karolina		Piotrek		Barbara		Leszek		Anna		Eliza	
	plan	uwagi	plan	uwagi	plan	uwagi	plan	uwagi	plan	uwagi	plan	uwagi
04.05	-		X		-		-		-		-	
11.05	X		-		-		-		-		-	
18.05	-		-		X		-		-		-	
25.05	-		-		-		X		-		-	

#### **Ad.4. Produkcja i przygotowanie miodu do sprzedaży.**

**Produkcja miodu:** Podczas miodobrania bardzo ważna jest organizacja pracy. Dobrze jest podzielić się na 2 grupy. Jedna pracuje bezpośrednio przy pszczołach, druga odwirowuje miód w pracowni. Czynności pierwszej grupy, czyli zagładanie do uli, wykonujemy w godzinach popołudniowych, zaś odwirowanie – najlepiej wieczorem. Rano najlepiej czyścić i rozlewać miód. Uwzględniamy fakt, że po odwirowaniu, przynajmniej na 24 godziny trzeba odstawić miód, aby wyklarował się i był przejrzysty.

**Przygotowanie do sprzedaży:** Naczynia napełnione miodem muszą być szczelnie zamknięte, gdyż wchłaniają wilgoć. Oklejmy je etykietami. Przeznaczone do sprzedaży, przechowujemy w przyciemnionych pomieszczeniach, najlepiej w temperaturze: 16–18°C.

**Ad.2. Codzienna pielęgnacja pszczół.** Opieka nad pasieką uzależniona jest od pory roku oraz warunków atmosferycznych. Wygodnie jest stworzyć miesięczny lub kwartalny harmonogram prac, w którym każdy z pracowników ma swój przyporządkowany dzień roboczy w firmie. Obok harmonogramu powieśmy listę koniecznych czynności, które należy wykonać podczas dyżuru. Na przykład w naszej pasiece wyglądało to tak:

Obowiązkowy zakres czynności pracownika:

1. Odnotować obecność – podpisem na przygotowanej liście.
2. Zapoznać się z uwagami w harmonogramie.
3. Sprawdzić stan każdego ula.
4. Sprawdzić stan zaplecza.
5. Dokonać stanu rodzin pszczelich poprzez ogląd ramki pracy i wylotki
6. W kalendarzu zapisać stan pogody (temperaturę + jeden z symboli: słońeczko, słońeczko za chmurą, chmura, deszcz, śnieg).

Lp.	Obserwacja ramki pracy	Wniosek
1.	Jeśli pszczoły dobrze budują ramkę pracy, na plastrze, który budują widać komórki pszczele, w ulu obserwujemy małą aktywność rodzin pszczelich, nie ma nadmiaru pszczół i nie spodziewamy się gwałtownego pożytku.	Nie interweniować.
2.	Pszczoły silnie i szybko budują komórki pszczele. Na plastrze pojawia się czerw.	Dodać węży.
3.	Pojawiają się komórki trutowe, a w nich czerw trutowy.	Rodzina jest w pełni dojrzała, może wejść w nastrój rojowy – nadmiar młodych, bezrobotne pszczoły trzeba zatrudnić poprzez dodanie węży lub kolejnej nadstawki miodowej z wężą.
4.	Pszczoły słabo odbudowują ramkę pracy lub w ogóle.	Konieczny jest przegląd gniazda, gdyż istnieje możliwość choroby lub osierocenia gniazda. Możliwe pojawienie się rójki. W sytuacji wystąpienia rojenia patrz pkt.5. Taka sytuacja może też wystąpić podczas złej pogody i nagłego ochłodzenia, kiedy brakuje pożytku, wtedy dokarmiamy.
5.	Na ramce pojawiają się miseczki matecznikowe.	Znak, że za 10 do 12 dni nastąpi rójka. Należy rodzinę zatrudnić, np. przez poszerzenie gniazda wężą, odbieranie czerwia krytego, produkcję wosku itp.

## Zadania działu: PROMOCJA

1. Faza „0” zdobywamy niezbędną wiedzę nt Marketingu i PR.
2. Promocja „Na starcie”, czyli włączmy pierwszy bieg.
3. Promocja w trakcie, czyli nie boimy się zakrętów.
4. Promocja efektów przedsięwzięcia, czyli osiągamy siłę wiatru.
5. Promowanie produktu (miodu).



Chcemy, aby nasze działania były widoczne i zauważone, dlatego też musimy się zastanowić i odpowiedzieć na pytania: komu? dlaczego? i co chcemy pokazać? To bardzo odpowiedzialne zadanie i ogromne przedsięwzięcie. Jest to przekazanie otoczeniu informacji o tym, co robimy.

Należy tu zwrócić uwagę na wiele elementów, które składają się na ważność przekazu: formę, treść, kontakt z mediami, wizualizację przedsięwzięcia (zdjęcia, filmiki, wywiady). Ponadto ze względu na ograniczony budżet, musimy znaleźć najbardziej efektowne, ale i najtańsze kanały dystrybucji.

Promocja musi towarzyszyć naszym działaniom na każdym etapie. Dzięki niej będziemy reklamować nasze przedsięwzięcie oraz wszystkich, którzy w nim uczestniczą i pomagają osiągnąć zamierzony cel.

Promocja ma za zadanie kreowanie wizerunku firmy i produktu. Praca w dziale ma charakter ciągły i zmienia się w zależności od etapu, którego dotyczy. Każdy z tych momentów jest ważny i wpływa na nasze zyski, czyli na sprzedaż produktu na rynku.

**Ad1. Faza „0”, czyli zdobywamy niezbędną wiedzę nt marketingu i PR – u.** W celu rozkręcenia pracy w dziale Promocja, zacznijmy od fachowca, który już ma wiedzę w tym temacie. Może to być pracownik marketingu lub dziennikarz lokalnych mediów. Zaprośmy do siebie takie osoby, wysłuchajmy ich rad i sugestii, a na koniec zaproponujmy odegranie wspólnych scenek rodzajowych. Dzięki temu zobaczymy jak powinno się budować relacje z innymi oraz jak jesteśmy postrzegani przez otoczenie, kiedy to my „załatwiamy sprawy”. W naszym przypadku zaproszeni przez nas eksperci włączyli nas jeszcze do pracy warsztatowej, podczas której wykonaliśmy konkretne ćwiczenia praktyczne.

Ćwiczyliśmy:

- rozmowy telefoniczne
- pisanie e-maili
- pisanie pism urzędowych
- rozmowy bezpośrednie



*Kilka dobrych rad i odpowiedzi:*

**I. Rozmowa telefoniczna** - powinna zawierać: powitanie, przedstawienie się rozmówcy i przekazanie meritum sprawy. Warto zapytać o możliwość przesłania informacji drogą elektroniczną lub o ponowny telefon z przypomnieniem się. Nie zapominajmy o pożegnaniu i podziękowaniu za rozmowę.

**WAŻNE:** Do każdej rozmowy telefonicznej trzeba się przygotować. Przez telefon bardzo szybko wyczuwa się niepewność lub niewiedzę rozmówcy. Zróbcie sobie notatkę i wypiszcie najważniejsze punkty rozmowy, które chcecie poruszyć!

**II. Maile** – przeważnie jest to forma krótkich tekstów, z których wiele można wywnioskować o osobie lub organizacji. Ważny jest tutaj styl pisania, ortografia i gramatyka. Pamiętajmy, że nasze maile są zawsze oficjalne i czytają je osoby, które nas nie widzą, nie słyszą i często nie znają. Czy zainteresują się naszym mailem, zależy od sposobu, w jaki go napiszemy. Pamiętajmy o chwytliwym temacie (pierwsza sekunda, na którą zwraca uwagę czytający), zwrotach grzecznościowych, krótkiej, sensownej treści pisanej poprawną polszczyzną, informacji o załącznikach. Na zakończenie nie zapomnijmy wpisać: swojego imienia i nazwiska, kontaktowego numeru telefonu oraz nazwę organizacji, którą reprezentujecie.



**DOBRA RADA:**

Jeśli nie jesteśmy pewni pisowni jakiegoś wyrazu – warto zajrzeć do słownika lub zastąpić go innym. Błąd ortograficzny niezbyt dobrze świadczy o autorze pisma. Przed wysłaniem maila do konkretnej osoby lub firmy, można wysłać go najpierw do siebie. Sprawdzimy wtedy, czy się go „dobrze” czyta i czy nie przesadziliśmy z ilością załączników.

**III. Pisma urzędowe:** Istnieją różne „szkoły” pisania pism i lokowania w nich informacji, jednak każde z nich powinno zawierać podstawowe elementy:

\* **Logo**, czyli tzw. znak firmowy – inaczej określanym jako znak towarowy, marka, obraz, rysunek przedstawiający nasze przedsiębiorstwo. Nasze logo:



- \* Miejscowość, data (przeważnie umieszczana jest w prawym górnym rogu kartki).
- \* Nazwisko i imię osoby do której kierujemy pismo lub nazwę instytucji.
- \* Tekst pisma zaczynamy od akapitu (wcięcia tekstu) piszemy treść zawierającą najważniejsze informacje o przedsięwzięciu, a także o celu pisma (prośbie). Na koniec należy pamiętać o zwrocie grzecznościowym: Z poważaniem lub Z wyrazami szacunku i własnoręcznym podpisie. Na samym dole, w stopce, umieszczamy informacje o firmie lub organizacji, którą reprezentujemy. Podajemy adres i kontakt (te dane mogą znaleźć się również w górnej części pisma).

### WAŻNE!

Pamiętajmy, że do napisania pisma powinno użyć się maksymalnie 2 rodzajów czcionek, a treść powinna być pisana czcionką jednolitą i nie mniejszą niż rozmiar 12!

#### IV. Rozmowy bezpośrednie – czyli jak Cię widzą, tak Cię piszą!

Pierwsze 5 sekund rozmowy, liczy się najbardziej. Ten czas może przesądzić o wszystkim. Gestami, mową, ubiorem wyrabiamy sobie opinię na temat rozmówcy.

Mówiąc potocznie w czasie kilku chwil, wiemy czy kogoś lubimy, czy też nie. Zapamiętajmy: „Dobre wrażenie robi się tylko raz!”

Warto więc wybierając się na rozmowę ubrać się starannie, pamiętać o uśmiechu na twarzy, krótko przedstawić cel wizyty. Przy powitaniu - wstańmy. Mówmy spokojnie, łagodnym tonem. Przyjmijmy wyprostowaną postawę, bo to oznacza otwartość i szczerłość rozmówcy.

#### DOBRA RADA:

Przed rozmową, przećwiczmy ją przed lustrem albo nagrajmy na kamerę. To pomaga „zobaczyć siebie” podczas rozmowy i usunąć ewentualne niedociągnięcia.



Nieco inaczej wyglądają **rozmowy z darczyńcami i sponsorami**. Przygotowując się do rozmowy z potencjalnym sponsorem czy darczyńcą pamiętajmy, że jasne określenie naszych potrzeb, to bardzo ważny element w rozmowach biznesowych. Zastanówmy się więc, co możemy zaoferować sponsorowi, mówmy do niego językiem korzyści, wyraźnie wskazując, co on zyska we współpracy z nami. Bardzo miłym i ważnym gestem jest oficjalne podziękowanie sponsorowi w różnych formach: może być to wydrukowanie oficjalnego pisma, umieszczenie logo firmy na naszej stronie internetowej i fanpage'u oraz wyczytanie go podczas organizowanej imprezy (w naszym przypadku było to „Święto Miodu”). Docenienie osób, które nam pomagają, jest bardzo ważnym elementem współpracy. Promocja naszych działań na stronach partnerów również wpływa na wzrost oglądalności i ich aktywności. Jest to korzyść obopólna i przynosi każdej ze stron wymierne korzyści.

Warto wspomnieć też o portalach społecznościowych, gdzie kształtują się relacje międzyludzkie: Facebook, Instagram, Twitter, filmy na youtube'a i inne. Mają one wiele zalet, ale też niosą ze sobą zagrożenia. Informacja raz wrzucona do sieci, pozostaje tam praktycznie na zawsze. Ważne więc, żeby dobrze przemyśleć treść udostępnianych informacji, a zwłaszcza zdjęć, na publikację których koniecznie trzeba mieć zgodę.

Zalety portali:

- uniwersalność – powszechność zastosowania, która w zasadzie nie posiada już większych ograniczeń terytorialnych czy wiekowych,
- szybkość przekazywania informacji,
- wyjątkowo niski koszt użytkowania,
- różnorodność możliwych rozwiązań.

Jeśli zdecydujemy się prowadzić fanpag'a lub bloga, warto wtedy pilnować jego aktualizacji i ustalić częstość wpisów, np. jeden raz na tydzień, do piątku każdego tygodnia, itp.



## PRZYKŁAD ZGODY NA PRZETWARZANIE DANYCH I WIZERUNKU

....., dnia ..... r.

.....  
.....  
.....

.....  
.....  
.....

**Oświadczenie o udostępnieniu danych**

Na podstawie art. 23 ust. 1 pkt 1 ustawy z dnia 29 sierpnia 1997 r. o ochronie danych osobowych (Dz. U. 2002, nr 101, poz. 926) oświadczam, że wyrażam zgodę na przetwarzanie przez ..... wskazanych poniżej danych osobowych dotyczących mojej osoby wyłącznie dla celów .....

\* .....

\* .....

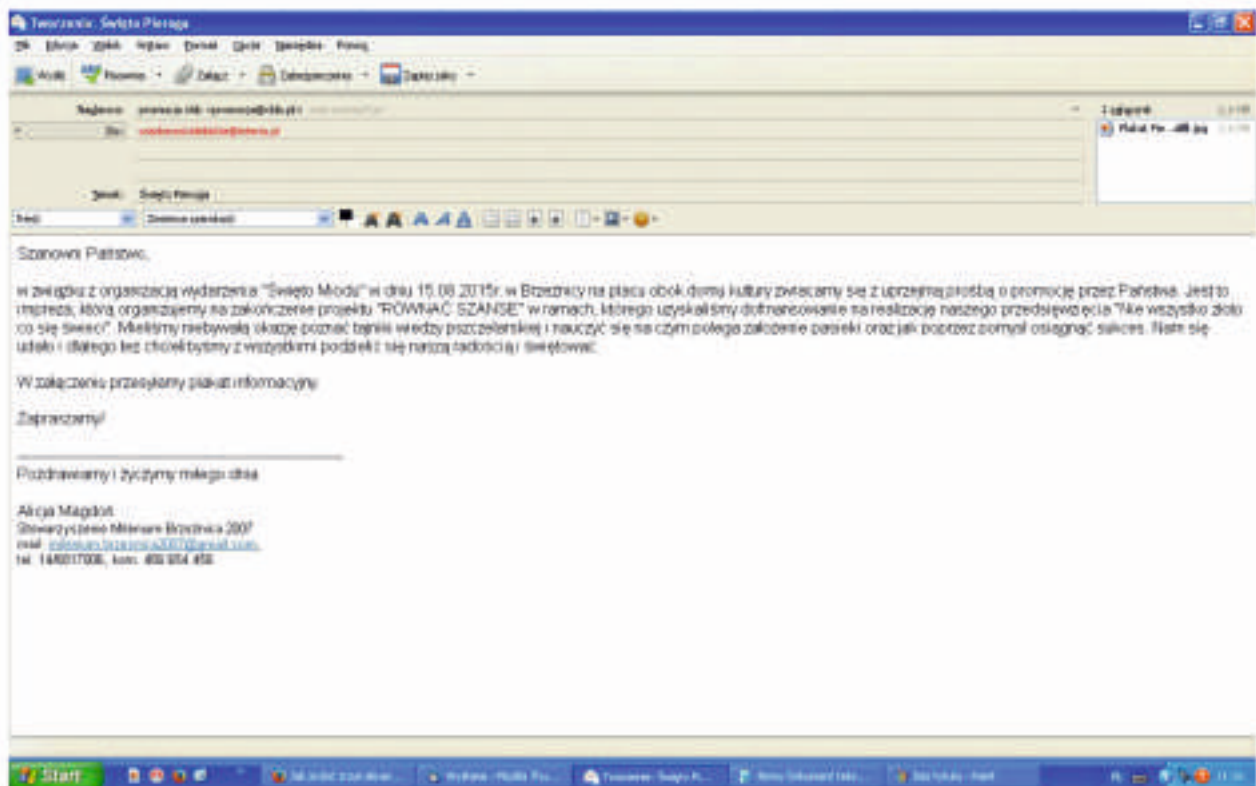
\* .....

\* .....

\* .....

.....  
podpis pracownika

## PRZYKŁAD MAILA



## PRZYKŁAD PISMA URZĘDOWEGO

Pismo Sponsorskie (Widok chroniony) -

Układ strony    Odbiór    Korespondencja    Rezerwa    Widok    Artykuł



**STOWARZYSZENIE  
MILENIUM - BRZEŹNICA 2007**

Stowarzyszenie Milenium - Brzeźnica 2007  
ul. Dębicka 23  
39 - 207 Brzeźnica  
Tel./Fax: 14 6876 006  
e-mail: milenium.brzeznic2007@gmail.com  
[www.milenium-brzeznic2007.pl](http://www.milenium-brzeznic2007.pl)

Brzeźnica, 21.07.2015.

Nr pisma ...../2015

**Sz. P. Leokadia Guziola**

*Prezes  
PPHU „PARTNERS” w Brzeźnicy*

Szanowna Pani,

Stowarzyszenie Milenium - Brzeźnica 2007 w dniu 15 sierpnia 2015 r. organizuje wydarzenie pod nazwą "Święto Miodu".

Wydarzenie to ma na celu zaprezentowanie osiągnięć grupy dzieci i młodzieży, która pozyskała fundusze na realizację projektu „Nie wszystko złoto co się świeci” z Fundacji RÓWNAĆ SZANSE.

Dzięki pracy połączonej z zabawą grupa miała okazję zintegrować się, ale przede wszystkim nauczyć się przedsiębiorczości, pracy na rzecz przyrody i lokalnego środowiska oraz jak poprzez budowę pasieki, opiekę nad pszczołami i produkcję miodu osiągnąć sukces zaczynając od pomysłu.

W związku z organizacją wydarzenia zwracamy się z uprzejmą prośbą o wsparcie naszej inicjatywy w formie rzeczowej lub finansowej. Jednocześnie pragniemy zapewnić, iż w przypadku podjęcia współpracy zadamy o nagłośnienie udzielonego nam wsparcia poprzez różnego rodzaju aktywność reklamową. W celu uzgodnienia szczegółów do dyspozycji pozostaje Madzia Lytel tel. 654 456 654.

Z poważaniem w imieniu młodzieży

Agnieszka Żurek  
Prezes Stowarzyszenia  
Milenium - Brzeźnica 2007

## Ad.2. Promocja „Na starcie”, czyli włączamy pierwszy bieg.

Wzbogaceni o wiedzę dotyczącą mediów, ruszmy z promocją. To, co my wiemy o naszym przedsięwzięciu, przekazujemy innym. Na początek podajmy do publicznej wiadomości informacje, które zawierają odpowiedzi na pytania: po co? dlaczego? skąd pomysł? kto jest zaangażowany w to, co robimy? i co chcemy osiągnąć?

Na potrzeby promocji przygotujmy tablicę komunikacyjną z podziałem na 3 komórki: **Media, Internet** oraz **Archiwum**.

Do każdego działu przypiszmy 2 lub 3 chętne osoby odpowiedzialne za realizację zadań i wpiszmy w poszczególne komórki odpowiednie zadania i terminy realizacji.

### Zadania grupy Media:

- Kontakty z mediami, darczyńcami, sponsorami, instytucjami wsparcia (telefony, pisma, mailingi).
- Pisanie notatek do prasy, wybieranie materiału do publikacji (zdjęcia, filmiki).



### Zadania grupy Internet:

- Systematyczne uzupełnianie informacji na stronach www, portalach społecznościowych, prowadzenie bloga i fanpage'a.
- Systematyczna dokumentacja zdjęciowa.

### Zadania grupy Archiwum:

- Gromadzenie i archiwizowanie dokumentacji prasowej, fotograficznej, filmowej w wersji dowolnej. Najlepiej jednocześnie papierowo i elektronicznie.

### Ad.3. Promocja w trakcie, czyli nie boimy się zakrętów.

Promocja powinna być procesem ciągłym. Stanowi relację najważniejszych, zrealizowanych już działań i jest zapowiedzią przyszłych. Ma za zadanie być obecną w świadomości lokalnej społeczności. Dział Promocji musi być w ciągłym kontakcie z pozostałymi grupami.

#### PROMOCJA



Na Walnym Zebraniu, które zgromadzi wszystkich uczestników działania – ustalmy częstotliwość kontaktów z innymi działami. U nas były to tygodniowe raporty. Na ich podstawie powstawały materiały do mediów, które trafiały do publicznej wiadomości co najmniej raz w miesiącu.

W obszarze promocji warto wziąć pod uwagę najnowsze sposoby informacji i komunikacji. My korzystaliśmy ze **Sweetchatów**, **marketingu szeptanego** (codzienne rozmowy w otoczeniu) oraz **wirusowego** (przeniesienie dyskusji do Internetu, również poprzez zdjęcia, filmiki i treści w formie newslettera).

#### WAŻNE:

Należy pamiętać o tym, że osoby włączające się w dyskusję na forach mają prawo do przekazywania zarówno pozytywnych, jak i negatywnych opinii o naszych działaniach.

**Ad.4. Promocja efektów przedsięwzięcia, czyli osiągamy siłę wiatru.** Promocja końcowa skoncentrowana jest na pokazaniu efektów działania i wspólnym świętowaniu. My pokazaliśmy naszą siłę wiatru w osobnym 7 rozdziale: „Święto Miodu”.

**Ad. 5. Promowanie produktu.** W warunkach nowoczesnej gospodarki rynkowej nie wystarczy dzisiaj jedynie produkować, trzeba też umiejętnie sprzedać wytworzony produkt. Współczesny klient jest wymagający i o tym nie trzeba nikogo przekonywać, przecież każdy z nas jest klientem. Warto wziąć pod uwagę różne aspekty.

**1. Opakowanie i etykieta** powinny być profesjonalnie przygotowane. Dawno już minęły czasy, że wystarczyły zwykłe słoiki czy etykiety robione z kartek zapisanych długopisem czy drukowanych na domowej drukarce. Jeśli planujemy wyjść klientom naprzeciw, warto pamiętać, że opakowanie i etykieta mają ogromną moc. Kolorowa etykieta z pewnością przyciągnie wzrok klienta.



Przy bezpośredniej sprzedaży od producenta – produkty nie zawsze muszą mieć etykiety. Jeśli zaś produkt trafia do nabywcy poza miejscem zamieszkania producenta (pszczelarza), etykieta jest ważnym elementem sprzedaży i promocji.

Na etykiecie powinny się znaleźć: firmowa pieczęć z imieniem, nazwiskiem i adresem zamieszkania oraz symbol towaru. W przypadku miodu, zgodnie z polską normą, trzeba określić odmianę miodu oraz podać wagę netto i rok produkcji.

**CIEKAWOSTKA:**

NK – miód wielokwiatowy, NR – miód rzepakowy, NA – akacjowy,  
NG – gryczany, NW – wrzosowy, NL – lipowy,  
NS – nektarowo–spadziowy, S – spadziowy,  
SL – miód ze spadzi liściastej,  
Si – miód ze spadzi iglastej



**2. Dobrze prowadzony PR** – to szansa na dotarcie do szerokiej masy odbiorców.

**3. Wielotorowa promocja** – trzeba iść w każdym możliwym kierunku.

**4. Reklama** – to stały element promocji produktu. Chodzi o to, by zachęcić klienta do zakupu i poinformować go, że nasz produkt jest lepszy od konkurencji. W przypadku reklamy warto korzystać zarówno z tradycyjnych, jak i innowacyjnych form reklamy produktów.

Co można zrobić w tym temacie?

- Postawić ciekawy banner przy drodze prowadzącej do gospodarstwa.
- Zadbaj o identyfikację wizualną samochodu, którym się poruszamy (oczywiście z wszystkimi zamiarami).
- Zadbaj o umiejętną promocję w Internecie. Pamiętajmy, że w dzisiejszych czasach to pierwsze miejsce, w którym klient szuka informacji o jakimkolwiek produkcie.
- Uczestniczyć w targach, festynach i innych lokalnych imprezach, wystawiając swój produkt.

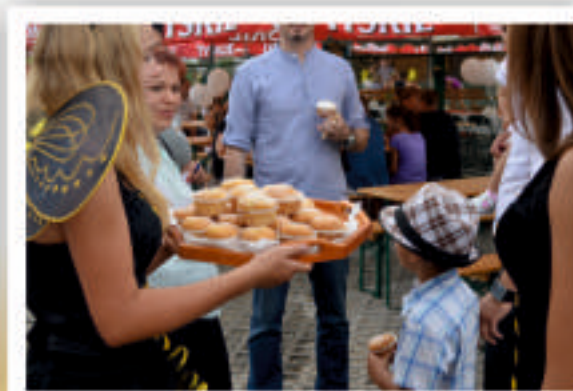
Warto wziąć pod uwagę tzw. **Marketing mieszany!** Podstawowym elementem marketingu są: produkt, cena, dystrybucja i promocja!

➔ **Produkt:** musi być naturalny, wysokiej jakości. Ważny jest zapach, smak, wygląd i walory odżywcze. Te informacje, których nie można zobaczyć lub przeczytać na etykiecie, warto umieścić w ulotce informacyjnej.

➔ **Cena:** Dobry produkt musi kosztować. Niska cena zadziała, ale na krótko. Ceny nigdy więc nie należy obniżać na początku kontaktu na linii sprzedawca – klient. Co innego w przypadku konsumentów, którzy od dłuższego czasu kupują produkty w jednej pasiece. W takiej sytuacji można zacząć stosować politykę rabatów czy upustów, czyli taki pasieczny program lojalnościowy – stali klienci mogą liczyć na atrakcyjne zniżki lub ciekawe gratisy. Taka polityka cenowa może też przyciągnąć nowych konsumentów.

➔ **Dystrybucja i sprzedaż towaru** - czyli sposób, w jaki dany produkt trafia do odbiorcy. Możemy stosować sprzedaż bezpośrednią albo wystawiać produkty podczas imprez i targów. Jeśli zdecydujemy się na profesjonalne sklepy, musimy pamiętać, że poniesiemy dodatkowe koszty. Ktoś musi na nas „po drodze” zarobić!

➔ **Promocja:** Ostatnią składową marketingu mix jest promocja, czyli sposób, w jaki klienci dowiadują się o produkcie. Powinna być ona prowadzona wielotorowo, zarówno poprzez reklamę, jak i public relations oraz utrzymywanie pozytywnych relacji z klientami. Trzeba pokazać jak najwięcej pozytywnych cech produktu oraz producenta.









**Integrujemy się**





ROZDZIAŁ  
6

# 6

## Integrujemy się

Integracja grupy jest bardzo ważnym elementem naszego działania. Od tego jak bardzo się polubimy, zależy dalsza współpraca i jakość naszych działań. Jak prowadzić proces integracji, o czym warto więc pamiętać i co warto wziąć pod uwagę?

Etapy integracji:

1. **Integracja na wejściu** – chcemy o sobie wiedzieć więcej.
2. **Integracja w trakcie** – przeciwdziałamy wypaleniu, podnosimy motywację do działania i ładujemy akumulatory.

### Ad.1. INTEGRACJA NA WEJŚCIU

To wszelkiego rodzaju działania, które mają na celu zbudowanie mocnego zespołu do „działań specjalnych”. Można to zrobić „na miejscu” lub podczas wyjazdu integracyjnego. Pamiętajmy, że w zespole znajdują się osoby, które możemy znać tylko z widzenia lub w ogóle. Integracja pozwoli poznać je od zupełnie innej strony.

My zaplanowaliśmy 2-dniowy wyjazd integracyjny poza miejsce zamieszkania. Wspólnie poszukaliśmy atrakcyjnego miejsca, które położone było niedaleko naszej miejscowości, ale posiadało bardzo dobre warunki i miało dobrze wyposażone zaplecze wokół obiektu. Dzięki temu zaoszczędziliśmy na kosztach dojazdu, a większość czasu spędziliśmy na świeżym powietrzu.



## Wspomnienie Justyny - uczestniczki wyjazdu integracyjnego

Sierpniowy wypad do Skrzyszowa wzbudzał wiele emocji. Pierwszy raz cała miodowa grupa wyjeżdżała razem poza Brzeźnicę. W piątek 27 sierpnia o godz. 9:30 wszyscy zebraliśmy się przed budynkiem szkoły (przy naszym Domu Kultury jest zbyt niebezpiecznie - ruchliwa droga). No prawie wszyscy, 4 dziewczyny wsiadały na trasie. Emocje sięgały zenitu. Po przyjeździe do Skrzyszowa, zostaliśmy zakwaterowani w pokojach 2,3,4 osobowych w Ośrodku Wypoczynkowo – Hotelowym „Rajski Ogród”. Piękne zaplecze, zieleń, altany - tego nam trzeba było! I jeszcze pogoda! Po wielu pochmurnych dniach, kiedy wysiedliśmy przed ośrodkiem, zaświeciło słońce i było z nami cały czas. W hotelu i na placu zieleni pojawiły się plakaty „**Równać szanse**”.

Pierwszy dzień upłynął na grach i zabawach zespołowych. Jedną z wielu, ale zdecydowanie najlepszą zabawą, było wlewanie wody do rury, tak aby wydobyć piłeczkę, którą wcześniej Ania do niej wrzuciła. Została ona (zabawa) jednogłośnie uznana za najlepszą, ponieważ było przy niej dużo śmiechu, a jednocześnie pokazała, że w grupie trzeba patrzeć na cały zespół, a nie tylko na siebie. Po każdej prawidłowo wypełnionej konkurencji wolontariuszka Ania rozdawała motywujące naklejki. Wiktor pomyślał o wspaniałej muzyce. Była też konkurencja na odgadywanie symboli PFDiM, PAFW i RS 2013 - ale to akurat było łatwe, bo na każdym spotkaniu pani koordynator przepytuje nas skrupulatnie z ich znajomości. Nikt nie ma prawa ich nie znać! Do symboli dopasowywaliśmy odpowiednie logo - ale to też „bułka z masłem”. Wszystko zostało udokumentowane przez nasze fotoreporterki.

Ale zabawa, zabawą - trzeba było też popracować na rzecz projektu. Harmonogramy poszły w ruch i..... wszystko zostało przeniesione na papier, tak aby nam nic nie umknęło. Na następny dzień zaplanowanych było również mnóstwo atrakcji, ale najpierw musieliśmy powołać zarząd. Jednogłośnie wybraliśmy: panią Prezes Marcelinę oraz V-ce Prezeskę Gabrielę. I jeszcze kilka Roboczych Zespołów, bo niestety nie wszyscy mogą rządzić. Ktoś musi pracować!

Projektowaliśmy nasze logo, było mnóstwo pomysłów, fantazja obudziła się w każdym z nas. I wreszcie zabawa z masą solną. Robiliśmy pamiątkowe prezenty. Kiedy nasze przepiękne, miodowe, prace suszyły się na słońcu, my udaliśmy się na obiad. Od razu po obiedzie spotkaliśmy się na placu, aby wręczyć prezenty.

Było bardzo dużo pszczołek, Wodeckich, garnków z miodem, ale też było solne-logo „Równać szanse”. Przepiękne.

Po wręczeniu prezentów wróciliśmy do zabawy. Była gra w piłkę, tańce oraz przygotowane przez nasze koordynatorki tematyczne kalambury! Gdy przyjechał autobus pożegnaliśmy się z obsługą hotelową i niestety musieliśmy wracać do domów.

Cały pobyt uważam za udany. Obsługa w hotelu była bardzo miła, jedzenie pyszne. Nasze panie koordynatorki zadbały o to, aby nam się nie nudziło, bawiły się razem z nami, dzięki czemu była naprawdę świetna atmosfera. Dało się zauważyć, że wszyscy super się dogadujemy. Uśmiechy nie znikaly nam z twarzy. Brzuchy bolały ze śmiechu. Sprzyjała nam pogoda i dobre humory. Tylko szkoda, że tak krótko. Już nie mogę się doczekać następnego takiego wyjazdu.

Na zakończenie jeszcze jedno! Wydawało mi się, że wszystkich uczestników projektu znałam wcześniej, ale dopiero teraz poznałam ich zupełnie z innej strony. Dobrze czułam się w ich towarzystwie i miło spędziłam ten integracyjny czas. Cieszę się, że mogę uczestniczyć w tak fantastycznym projekcie.

JUSTYNA



## O CZYM POWINNIŚMY PAMIĘTAĆ PODCZAS INTEGRACJI NA WEJŚCIU!

- Warto zrobić rekonesans i obejrzeć wcześniej miejsce, do którego chcemy się wybrać.
- Ustalić warunki pobytu z administratorem obiektu i zobaczyć, co mamy do dyspozycji i z czego możemy korzystać bez żadnych ograniczeń.

W naszym przypadku otrzymaliśmy do dyspozycji w ramach pobytu, oprócz noclegu i wyżywienia, także: dostęp do zielonego zaplecza, namioty ze stolikami do pracy, sprzęt sportowy, nagłaśniający i do karaoke, wyposażenie multimedialne, materiały papiernicze, salę dyskotekową, dostęp do wideoteki. Warto dopytać właściciela obiektu o takie szczegóły, które są ważne i pomogą w organizacji plenerowej imprezy.

- Zaplanować czas na twórczą pracę zespołu. Warto pomyśleć o tym, żeby podczas zabawy wypracować już wstępne działania w kierunku naszego przedsięwzięcia. Można tak umiejętnie pokierować imprezą, że uda się to z pewnością zrobić.

Nasz zespół podczas integracji: wybrał lidera grupy, zaprojektowaliśmy nasze logo i hasła, które będą nam przyświecać. Zapełniliśmy pierwsze kartki z planami na najbliższy miesiąc. Ustaliliśmy zasady komunikacji. Jednym słowem burza mózgów i kroki w nieznaną.

- Przygotować specjalne gry i zabawy z akcentem na wzmacnianie więzi i integrację zespołu.



My przygotowaliśmy się do tych czynności bardzo starannie. W zestawie gier znalazły się gry zespołowe, podczas których oprócz świetnej zabawy kształtowaliśmy zasady współpracy. Ten zespół miał największe szanse na zwycięstwo, który mądrze opracował strategię działania i przede wszystkim postawił na współpracę.

W Internecie jest całe mnóstwo różnych gier np. pod adresem:

<http://www.mcteam.pl/team-building.php>

### *Przykłady gier integracyjnych*

**Gra 1: Foliowa zabawa.** Grupa zostaje spięta folią, która sprawi, że uczestnicy będą mogli naprawdę się do siebie zbliżyć. Wspólnymi siłami muszą w jak najkrótszym czasie pokonać dystans bez wywrotek i zniszczenia opinającej ich folii. Pozornie prosta zabawa może nastreczyć wiele problemów większym grupom, gdy część jej uczestników idzie bokiem, a część tyłem do przodu. Tylko dzięki zgraniu zespołu mogą poruszać się bezpiecznie i w dobrym tempie. Istnieje możliwość wykonania konkurencji w formie wyścigów z innymi grupami.



**Gra 2: Rury.** Zadaniem drużyny jest wydostanie piłeczki (pingpongowej) z długiej stojącej pionowo rury. Aby ją wydostać trzeba napęczyć rurę wodą tak, aby ta wypłynęła na powierzchnię. Zadanie nie jest łatwe, bo rura jest 2-metrowa, wodę trzeba dostarczyć z odległości kilku metrów, a do jej transportu mamy niewielkie naczynie. Tylko zorganizowane działanie grupy pozwoli osiągnąć cel i wygrać z konkurencją.



## Ad.2. INTEGRACJA W TRAKCIE

Ma na celu ożywienie grupy w sytuacji, kiedy do zespołu wkrada się przysłowiowa nuda lub rutyna. Tak się może stać nawet wtedy, gdy nie widać tego gołym okiem i jesteśmy prawie pewni, że nic takiego nie ma miejsca. Nie czekajmy na moment, w którym zauważymy jakieś niepokojące symptomy. Już wcześniej pomyślmy o rozbudzeniu zespołu, chociażby poprzez krótkie wypadki i niewielkie imprezy, np.: wyjście na kręgle, lodowisko, rozgrywki sportowe na hali, wypad do kina, dyskoteki tematyczne, wycieczki piesze i rowerowe. Nie muszą to wcale być rzeczy wielkie i kosztowne. Czasami potrzebne są tylko krótkie i proste przerywniki lub po prostu „śmichy – chichy”. Ważne jest, aby spędzić ze sobą czas nie tylko pracując, rozwiązując problemy i wykonując zadania. Budujmy relacje w innych, bardziej luźnych sytuacjach – podczas wspólnej zabawy lub po prostu bycia ze sobą. Takie działania z pewnością wprowadzą nutę świeżości i energii do dalszego działania. Poprawią relacje międzyludzkie.

Naszymi ulubionymi przerywnikami były:

- kalambury
- biesiadowanie przy oranzadce
- nocne kino
- zabawa „zamrożony”
- ganiany



### DOBRA RADA:

Integrujmy się przynajmniej raz w miesiącu.

Róbmy przerywniki, żeby „nie dać się zwariować”. To podtrzymuje energię i przeciwdziała wypaleniu. Daje POWER!





# Święto Miodu





ROZDZIAŁ  
7

Jest czas na pracę - jest czas na zabawę! Warto pomyśleć o wspólnym świętowaniu, podczas którego będziemy się wspólnie bawić i cieszyć tym, co osiągnęliśmy.

Trzeba się do tego starannie przygotować:

- Przede wszystkim zdecydujemy wspólnie w jaki sposób chcemy świętować. Warto zastanowić się nad tym, czy to ma być odrębne środowiskowe spotkanie, czy też chcemy wykorzystać do tego inną imprezę gromadzącą liczną społeczność.

W naszym przypadku był to IV Festiwal Żurku, który tłumnie gromadzi mieszkańców Gminy Dębica. Nasze staranne przygotowanie spowodowało, że Święto Miodu zdominowało Święto Żurku.

- Kogo chcemy zaprosić? I tu warto wziąć pod uwagę wszystkich, którzy wspierali nasze działania. Ważne, żeby nie pominąć nikogo, dlatego trzeba to dobrze przemyśleć!

Kogo powinniśmy wziąć pod uwagę? Osoby, które bezpośrednio pomagały w realizacji przedsięwzięcia, rodziców, znajomych i przyjaciół, przedstawicieli samorządu lokalnego, sponsorów, media lokalne.

- Przygotujmy odpowiednio wcześniej formę podziękowań. Warto opracować Dyplomy i Certyfikaty.

- Najważniejsza rzecz! Jak chcemy się pokazać i zaprezentować nasze działania?

Warto pomyśleć i przemyśleć jak wykorzystać „swój czas antenowy” podczas imprezy, aby skutecznie i dobrze zaprezentować to, nad czym pracowaliśmy i czym się chcemy pochwalić.

## PRZYKŁAD CERTYFIKATU



My świętowaliśmy w ten sposób:

1. Przygotowaliśmy wiejski ogród, w którym była minipasieka z pszczelarzem (manekin). W pobliżu umieściliśmy kolorową fotogalerię z naszych działań, stoisko z ekspozycją miodowych słóczków oraz miodowych babeczek upieczonych wspólnie z paniami z Koła Gospodyń Wiejskich z Brzeźnicy w przededniu imprezy.



2. Zaplanowaliśmy kąciek rysunkowy dla dzieci. Zaprojektowaliśmy wcześniej z myślą o nich kolorowanki o tematyce pszczelej. Na stolikach pojawiły się miodowe lizaki.
3. Zaplanowaliśmy ciekawą konkurencję dla sołtysów wsi.
4. Przygotowaliśmy prezentację multimedialną, która przewijała się podczas trwania imprezy tak, aby każdy w dowolnej porze mógł ją obejrzeć.
5. Nasze dziewczęta przebrały się za pszczołki, które fruwały podczas całej imprezy, wzbudzając ogromne zainteresowanie przybyłych. Częstowały miodowymi babeczkami, prowadziły stoisko miodowe, odpowiadały na pytania zainteresowanych, prowadziły konkurencje, opiekowały się dziećmi podczas, gdy ich rodzice oglądali nasze prezentacje.









**DOBRA RADA:**

Świętowanie sukcesu to dobry czas na zabawę, ale też na pokazanie tego, co udało się nam zrobić. Warto więc burzą mózgowi wybrać te propozycje, które będą możliwe do zrealizowania oraz są medialne.

Jeśli planujemy występy przed publicznością, to pamiętajmy:

krótki pokaz da więcej niż długi monolog.

Dobrze jest przygotować, np.

krótkie show tematyczne, skecz, zabawę z udziałem publiczności. Pamiętajmy, że na imprezy środowiskowe przychodzą całe rodziny. Dzieci i dorośli.

W naszym przypadku promocja miała podwójną siłę wiatru za przyczyną pszczołkowych skrzydełek. Dział Promocji świętował sukces, ale też promował produkt. Pracy było dużo, ale dzięki bardzo dobrej współpracy z mediami, nie mieliśmy żadnych problemów z nagłośnieniem wydarzeń. W dowód uznania i dobrej współpracy, każdy uczestnik – pracownik otrzymał słoiczek pysznego miodu – w 100% naturalnego!





# Co dalej?



ROZDZIAŁ

8

Nasza działalność trwa już jakiś czas, w którym to zmieścił się cykl od założenia pasieki do miodobrania. Można więc dokonać rozliczeń i podsumowań, zrobić takie liczenie zysków i strat, jak w każdej dobrze prosperującej firmie. Niektórzy powiedzą: „miło było” i żegnają się z grupą, po prostu odchodzą.

Ci, którzy pozostają, tworzą świetnie zgraną i doskonale rozumiejącą się paczkę. Są wyposażeni w różnorodne doświadczenia, zdobytą wiedzę i są pozytywnie nakręceny. I co dalej? Jak nie zmarnować tego bogactwa? Jak wykorzystać ten ogromny potencjał, który w nas tkwi?

Rozejrzyjmy się dookoła i poszukajmy miejsc i sytuacji, w których wykorzystamy wiedzę i zdobyte wcześniej umiejętności. Nie bójmy się angażować w nowe zadania i pomysły, organizujmy prelekcje, szkolenia i warsztaty.

To dobry czas na wejście w nową rolę - eksperta lub animatora. Opowiadajmy i pokazujmy z pasją to wszystko, co do tej pory zrobiliśmy!



A co z pasieką? Jeżeli zdecydujemy się zakończyć dzieło, to mamy kilka możliwości:

- oddajemy ulę znajomemu pszczelarzowi
- odsprzedajemy rodziny pszczele, np. ogłaszając się w Internecie
- poszukajmy nowego miejsca dla uli, np. Centrum Edukacji Ekologicznej w najbliższej okolicy.

Jest też inny wariant. Nie zamykamy tego, co już stworzyliśmy:

- kontynuujemy, rozwijamy i rozszerzamy działalność. W myśl zasady „w grupie łatwiej” możemy, z pomocą zaprzyjaźnionych pszczelarzy, nawiązać współpracę z lokalnymi gospodarstwami pasiecznymi. Dzięki temu nawiążemy kontakty z grupami producenckimi zrzeszającymi pszczelarzy, a w przyszłości z ogólnopolskim klastrem odpowiadającym za promocję miodu i produktów pasiecznych w Polsce i za granicą. Należąc do związku, spółdzielni pszczelarskiej czy stowarzyszenia mamy szansę ubiegać się o wsparcie finansowe na zakup sprzętu pszczelarskiego, środków przeciw chorobom pszczół, lawet do przewozu uli, zwiększenie pogłowia rodzin pszczelich, itp. Będziemy mogli nie tylko kontynuować rozpoczęte dzieło, ale rozszerzać go poprzez zwiększenie liczby pszczelich rodzin, ale też przez udział w profesjonalnych szkoleniach, udział w kolejnych, może już większych przedsięwzięciach.





**Oni w nas  
uwierzyli**



# PODZIĘKOWANIA



**„Dobry człowiek jest jak małe światełko.  
Wędruje poprzez mroki naszego świata i na swojej  
drodze zapala zgaszone gwiazdy.”  
/ Phil Bosmans /**

Serdeczne podziękowania kierujemy do Wszystkich,  
którzy uwierzyli w nas i zaufali naszemu pomysłom.  
Dziękujemy Tym, którzy „zapalili zgaszone gwiazdy na mrocznym niebie”,  
wsparli nas finansowo oraz merytorycznie.

Głęboko wierzymy, że okazana pomoc i życzliwość w realizacji naszego przedsięwzięcia  
będzie owocowała dalszymi naszymi działaniami i podtrzymywała „zapalone światełka”.

Szczególne podziękowania kierujemy do:

**Pana Jacka Babicza** - Prezesa Zarządu Koła Pszczelarzy w Dębicy – za cenne wskazówki  
merytoryczne, czas poświęcony młodzieży  
i wspaniałe warsztaty pszczelarskie w plenerze.

**Pani Joanny Babicz** – członkini Koła Pszczelarzy - za zaszczepianie „bakcyła pszczelarza”  
w najmłodszym pokoleniu oraz wspaniały klimat współpracy.

**Pana Adama Cieślika** – pszczelarza z zamiłowania i tradycji, członka Koła Pszczelarzy  
w Ropczycach – za wspaniałą współpracę  
i popularyzację pszczelarstwa w naszym środowisku lokalnym.

Uwierzyli w nas również:

- **Gmina Dębica**
- **Starostwo Powiatowe w Dębicy**
- **Centrum Kultury i Bibliotek Gminy Dębica**
- **Dyrekcja Zespołu Szkół im. Jana Pawła II w Brzeźnicy.**

Szczególne podziękowania kierujemy do

**Pana Stanisława Rokosza** - Wójta Gminy Dębica  
oraz **Pana Andrzeja Reguły** - Starosty Powiatu Dębickiego,

którzy wspierając naszą publikację, uwierzyli, że wyda ona owoce w przyszłych  
pokoleniach, które wrócą do nas w postaci dobra wspólnego.



# Nasza biblioteczka





## Z tych pozycji skorzystaliśmy w naszej publikacji:



1. Frank R., *Miód – odżywia, leczy, pielęgnuje*, red. Longina Rutkowska, Wydawnictwo RM, Warszawa 2008.
2. Gałuszka H., *Miód pszczoły - powstawanie, wartość odżywcza, zastosowanie*, wyd. Sądecki Bartnik, Nowy Sącz 1998.
3. Gałuszka H., Kotejka J., Tworek K., *Pszczoły na spadzi*, Sądecki Bartnik, Nowy Sącz 1996.
4. Mazurek J., *Dziennik Pszczelarza Praktyka*, wyd. „Ma – Ja”, 2002.
5. Ostrowska W., *Gospodarka Pasieczna*, wyd. „Sądecki Bartnik”, 1998.
6. Miesięcznik, *Pszczelarstwo*, Pszczelnicze Towarzystwo Naukowe, 2004-2013.
7. Miesięcznik, *Pszczelarz Polski*, Polski Związek Pszczelarski 2015.
8. Ślósarz J., *Poradnik Młodego Pszczelarza – Małopolski Ośrodek Doradztwa Rolniczego w Karniowicach – Zakładanie Pasieki*, 2012.
9. Trzybiński S., *Współczesna Gospodarka Pasieczna*, wyd. „Rzeczpospolita”, 2008.

### **Zasoby Internetowe:**

1. <http://marketerplus.pl/teksty/artykuly/tanie-skuteczne-narzedzia-promocji/>
2. <http://www.pozycjonowanie-sklepow.com/na-czym-polega-promocja-w-serwisach-spolesnosciowych/>
3. <http://pixelpr.net/blog/post/Na-czym-polega-marketing-na-Facebooku/>
4. <http://blog.interia.pl/pomoc>
5. <https://naszorlik.pl/baza-wiedzy/jak-wspolpracowac-ze-sponsorem>
6. [www.portalpszczelarski.pl](http://www.portalpszczelarski.pl)
7. [http://www.portalpszczelarski.pl/artykul/143/marketing\\_pszczelarski\\_w\\_teorii\\_-\\_promocja.html](http://www.portalpszczelarski.pl/artykul/143/marketing_pszczelarski_w_teorii_-_promocja.html)
8. [http://www.portalpszczelarski.pl/artykul/144/marketing\\_pszczelarski\\_w\\_praktyce\\_promocja.html](http://www.portalpszczelarski.pl/artykul/144/marketing_pszczelarski_w_praktyce_promocja.html)
9. [http://www.portalpszczelarski.pl/artykul/28/marketing\\_mix\\_w\\_pszczelarstwie.html](http://www.portalpszczelarski.pl/artykul/28/marketing_mix_w_pszczelarstwie.html)
10. [http://bartnictwo.m-sto.org/index.php?option=com\\_content&view=article&id=12&Itemid=2](http://bartnictwo.m-sto.org/index.php?option=com_content&view=article&id=12&Itemid=2)





