

ALEKSANDRA SWULIŃSKA-KATULSKA.

Akademia Rolnicza

w Poznaniu

DODATKOWE ŹRÓDŁA DOCHODÓW W RODZINACH WIEJSKICH.

1. Ocena zainteresowania dodatkowymi źródłami dochodów środowiska wiejskiego w latach 1991 - 1993.

Badania ankietowe przeprowadzone przez Studium Wiejskiego Gospodarstwa Domowego Akademii Rolniczej w Poznaniu na temat dodatkowych źródeł dochodów, przeprowadzone w latach 1991 - 1993, dość dokładnie ukazują stopień zainteresowania środowiska wiejskiego tym problemem. Zauważalny jest również kierunek przemian w rozumieniu istoty zagadnienia oraz gwałtowne rozszerzanie się wachlarza możliwych form dodatkowego zarobkowania.

Badania ankietowe zostały przeprowadzone w 7 województwach (leszczyńskie, poznańskie, zielonogórskie, przemyskie, kaliskie, gorzowskie i warszawskie) w typowych gminach wiejskich. Ankiety wypełniały instruktorki do spraw gospodarstwa domowego, a także wybrane losowo rolniczki. Każdorazowo liczba ankietowanych wahała się od 600 - 980 osób. Badania były prowadzone dwa razy w roku. Pewnym utrudnieniem były zmiany strukturalne zachodzące w gminach. Do niedawna każda gmina posiadała własną instruktorkę do spraw gospodarstwa domowego. Obecnie jedna doradczyni obejmuje zasięgiem działania przynajmniej trzy, a czasami nawet pięć gmin.

Wyniki **pierwszej ankiety** z początku 1991 roku na temat życia w rodzinach wiejskich wykazały wyraźnie, że stan materialny rodzin wiejskich znacznie się obniżył. Na pytanie czy zamierza Pani lub ktoś najbliższy z rodziny podjąć w najbliższym czasie dodatkową pracę, poza wykonywaną w gospodarstwie rolnym, TAK odpowiedziało zaledwie 12% ankietowanych, w tym tylko 4% miało konkretny pomysł dodatkowej pracy. W tej grupie (4%) z 32 rodzin aż 29 upatrywało polepszenia swego bytu w handlu i to wyłącznie odzieżą. Środkami dla rozpoczęcia tych przedsięwzięć były własne oszczędności lub kredyty bankowe.

Po upływie ponad 6 miesięcy w **drugiej ankiecie** na to samo pytanie o dodatkowych źródłach dochodów twierdzącą odpowiadało już tylko 8% ankietowanych. Tylko 24 rodziny kontynuowały swoje wcześniejsze przedsięwzięcia z nieznacznymi modyfikacjami, stanowiło to zaledwie 3% ankietowanych. Tylko 1% ankietowanych stanowiły osoby, którym pierwszy pomysł na dodatkowe dochody przyniósł pełny sukces. Ogólne obniżenie zainteresowania dodatkowymi źródłami dochodów wynikało z lęku przed kredytami, a dokładnie przed odsetkami, które należało spłacać. Zauważalna stała się jednak tendencja do zamiany handlu odzieżą i tekstyliami na sprzedaż żywności oraz zajęcia się sprzedażą pasz, sprzętu i materiałów potrzebnych dla rolnictwa.

Trzecia ankieta z początku 1992 roku wykazała już wyraźny wzrost zainteresowania dodatkowymi źródłami dochodów. Aż 19% ankietowanych przedstawiało realny pomysł swojego działania. Prawie wszystkie przedsięwzięcia były jednak oparte nie na kredytach, lecz niemal wyłącznie na oszczędnościach własnych, oszczędnościach znajomych oraz na pomysłowości. Kobiety przejawiające ogólnie większą inicjatywę, zaczęły organizować we własnych pomieszczeniach hurtownie, sklepy, a nawet małą gastronomię. Do tej działalności gospodarczej na niewielką skalę powszechnie wykorzystywano garaże oraz inne pomieszczenia gospodarcze. Pojawiło się bardzo dużo punktów sprzedaży odzieży używanej, która sprzedawana na wagę i znacznie tańsza od odzieży nowej, stawała się dostępna dla większej grupy społeczeństwa i znajdowała nabywców. Bardzo dużo sklepów dotychczas sprzedających odzież przebranżowiło się na sklepy spożywcze. Prywatne placówki handlowe zaczęły regulować godziny pracy pod kątem klienta. Powszechnie, zwłaszcza sklepy spożywcze, przedłużały swoją działalność do późnych godzin wieczornych, co przed rokiem 1990 w ogóle nie miało miejsca.

Czwarta edycja ankiety z końca 1992 roku ukazuje dalszy wzrost zainteresowania różnymi inicjatywami na rzecz każdego nawet drobnego dodatkowego dochodu. Pogłębiające się bezrobocie rodzin chłopsko-robotniczych zmusiło członków tych rodzin do dużej aktywności. Aż 32% ankietowanych szukało polepszenia swych warunków materialnych przez dodatkową pracę. Wyraźnie zaznaczona jest bardzo duża różnorodność działań. Niektóre gospodynie podjęły się usług pralniczych, tworząc wręcz małe pralnie w pobliżu szpitali, domów dziecka, czy też domów wczasowych. Osoby zajmujące się własnymi małymi dziećmi, zaczęły tworzyć małe prywatne przedszkola. Oprócz podstawowej opieki nad dziećmi, oferują również za niedużą odpłatnością porcjowane budynie lub koktajle, czy wręcz pełne obiady. Proceder sprzedaży przygotowywanych na bieżąco porcjowanych deserów i napojów ma również miejsce w szkołach i placach zabaw dla dzieci. Inny kierunek dodatkowego zarabkowania stanowi produkcja rozsąd sadzonek kwiatów na cmentarz lub uprawa kwiatów ciętych. Wiele gospodyń proponuje swe usługi w dziedzinie wypieków lub przygotowywania

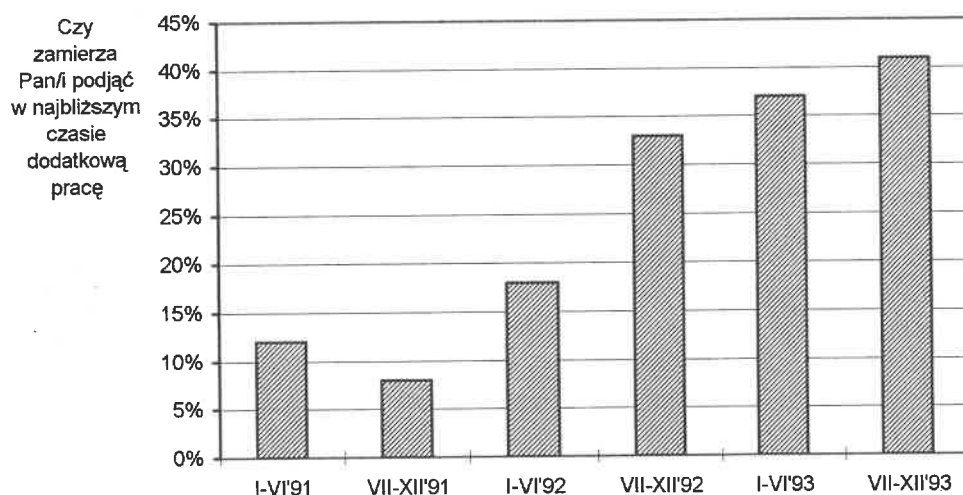
wręcz całych przyjęć. Gospodynie świadczą sobie również usługi kosmetyczne, fryzjerskie, krawieckie, i to zarówno odpłatnie, jak i na zasadzie wymiany. Rolnicy swoje produkty rolne sami starają się już paczkować lub przetwarzać i w tej formie dostarczać dopiero do sklepów. Kobiety - matki wyraźnie zaczęły tłumaczyć swoim dzieciom potrzebę większego zaangażowania w życie rodzinne, ich udział w poszukiwaniu dodatkowych dochodów stał się niezbędny. Młodzież pracuje przy utrzymaniu czystości, myje okna, samochody. Zaczęto bardziej racjonalnie gospodarować wodą, energią elektryczną. Sami rolnicy również podejmują świadczenie różnych usług: szklarskich, stolarskich, murarskich, elektrycznych. Zależnie od usytuowania wsi mieszkańcy przygotowują wiązki chrustu na rozpałkę w piecach, jak i specjalnie cięte drzewo do palenia w kominkach. Młodzież zbiera grzyby, jagody, dziko rosnące maliny, a jesienią owoce róży i głogu. Niektórzy podejmują się również zbieractwa ziół, choć to wymaga już większego zaangażowania i wiedzy. Działaniami mającymi przynieść dodatkowe dochody staje się również np. hodowla kóz, czy królików. Różnego rodzaju robótki ręczne o charakterze pamiątek, wykonywane często wspólnie przez wszystkich członków rodziny, sprzedaje się w przydrożnych zajazdach, pensjonatach, restauracjach, czy hotelach. Rolnicy świadczą sobie usługi wypożyczając sprzęt specjalistyczny lub najmując się do robót publicznych wraz ze swoim ciągnikiem lub inną maszyną.

Piąta edycja ankiety wykazała, że liczba osób myśląca o dodatkowych zarobkach znów wzrosła i wyniosła 38% ankietowanych. Jako nowy sposób dodatkowego zarabkowania pojawiła się sprzedaż sposobem "Network", czyli sposobem sieciowym. Rozwijała się ona nie tak żywo jak w miastach, ale kilka rodzin wiejskich dopatrzyło się właśnie w tym sposobie sprzedaży swej szansy dodatkowych dochodów. Ogólnie gospodynie wypowiadają się trochę nieufnie o tej działalności, lecz dostrzegając sukcesy osób, które już tą działalność podjęły, przekonują się jednak do niej. Sprzedaż sieciowa obejmuje głównie kosmetyki, środki czystości, drobny sprzęt gospodarstwa domowego. Znacznie wzrasta również zainteresowanie agroturystyką, tzn. przygotowywaniem pomieszczeń, które można udostępnić letnikom, czy też osobom podróżującym tylko na jedną noc. Poza noclegiem gospodynie oferują różne atrakcje, jak potrawy regionalne, przejażdżki konne wierzchem lub w powozach połączone ze zwiedzaniem atrakcyjnych zabytków lub pięknych zakątków przyrodniczych. W terenach o pewnych tradycjach letniskowych gospodynie organizują szczególne atrakcje dla letników, takie jak ogniska połączone z występami kapel ludowych. Wszystko po to, aby przyciągnąć turystów.

Szósta edycja ankiet, gdzie zainteresowanie dodatkowymi dochodami wykazało 41% ankietowanych, sygnalizuje następny etap przemian. W pomieszczeniach przykościelnych, remizach strażackich i innych salach wiejskich samorządy lokalne organizują odpłatnie, ale na miarę możliwości środowiska, różnego

rodzaju kursy. Przede wszystkim kobiety dostrzegają potrzebę podnoszenia swoich kwalifikacji, często dotyczy to również dzieci. Tematyka kursów często obejmuje kształcenie w zakresie ochrony zdrowia, umiejętności opieki nad chorym w domu, umiejętności robienia zastrzyków, stawiania baniek, itp. Kobiety, aby lepiej zarabiać przez zaangażowanie w działalność turystyczną, uczą się języków obcych, umiejętności układania kwiatów w wyszukane kompozycje, podstawowych reguł racjonalnego odżywiania. Osoby rozwijające już na znacznie szerszą skalę swoją działalność handlową, zainteresowane są bardzo kursami komputerowymi. Ożywienie w środowisku wiejskim, a także w małych miasteczkach wiąże się często z bardzo dużym zaangażowaniem kobiet w samorządach lokalnych.

Zainteresowanie dodatkowym zarobkowaniem przez rolników i rolniczki w latach 1991-1993



Ten ankietowy przegląd zainteresowania dodatkowym zarobkowaniem na wsi dość dokładnie obrazuje stopniowy wzrost zainteresowania bardziej wyszukanymi formami, wymagającymi większego zaangażowania, ale i przynoszącymi większe dochody. Poszukiwane są takie formy zarobkowania, które bazują na pomysły, a nie na dużym kapitale, ale mogą jednocześnie zbiegiem czasu przynosić duże zyski. Takie główne dziedziny to *Network marketing* oraz *agroturizm*. Powoli, ale dość skutecznie jedna sobie zwolenników również *rolnictwo*

ekologiczne, które z czasem stanie się chyba jednak podstawową szansą dla gospodarstw rolnych i rodzin wiejskich.

2. Ulepszenia i oszczędności w produkcji rolnej pozwalające zwiększyć zysk w gospodarstwie.

- Prowadzenie kompostowania obornika z wykorzystaniem dżownic, które zwiększają wartość nawozu.
- Wykorzystanie poplonu, jako sposobu nawożenia gleby.
- Stosowanie samodzielnie przygotowywanych naturalnych środków ochrony roślin.
- Obsadzenie miedz drzewami i rozmieszczenie domków dla ptaków, jako naturalny sposób ochrony roślin.
- Hodowla królików, kóz i innych zwierząt mniej rozpowszechnionych, na które zbyt może okazać się łatwiejszy.
- Uprawa na niedużych kawałkach nieużytków np. choinek.
- Hodowla ryb w niewykorzystywanym dotychczas stawie.
- Uprawa pieczarek, w zaadaptowanych pomieszczeniach lub innych gatunków grzybów np. Boczniaka.
- Uprawa ziół.
- Uprawa lnu lub hodowla owiec, z jednoczesnym wykorzystaniem tych surowców do produkcji gotowej odzieży.
- Uprawa roślin mało znanych: orzechów laskowych, nowych odmian dyni, josty, jeżyny bezkolcowej, soi i innych.

3. Działania pozwalające uzyskać dodatkowy dochód, ale uwarunkowane odpowiednim położeniem gospodarstwa rolnego.

- Prowadzenie małej gastronomii.
- Mini Camping.
- Przetwórstwo własnych produktów rolnych na niewielką skalę.
- Prowadzenie okresowej pralni lub przedszkola w zależności od potrzeb otoczenia.
- Przygotowywanie wesel i innych przyjęć w oparciu o regionalne wypieki z własnych produktów.
- Produkcja rozsad lub ciętych kwiatów.
- Zbieractwo: grzybów, jagód, ziół.
- Wykonywanie różnego rodzaju przedmiotów pamiątkowych, robótek ręcznych, koszyków wiklinowych.
- Uprawa kwiatów na susz i układanie z nich bukietów.
- Po przebyciu kursu na siostrę PCK,⁽¹⁾ opieka nad osobami starszymi i dziećmi.

4. "NETWORK" znaczy "SIEĆ"

Network marketing uważany jest przez znawców za sposób sprzedaży lat dziewięćdziesiątych. Produkty lub usługi sprzedawane są przy pomocy niezależnych przedstawicieli, tworzących między sobą sieć dystrybutorów, często rozsiadanych po całym świecie. Dystrybutorzy ci sponsorują nowych i pomagają im z kolei nie tylko w sprzedaży, ale także w sponsorowaniu ludzi z zacięciem do tego typu działalności. Firma zaś wynagradza dystrybutorów za wyszkolenie rzeszy nowych współpracowników procentem od ich utargu. Poprzez *network marketing* sprzedaje się już niemal wszystko, począwszy od kosmetyków i komputerów, przez polisy ubezpieczeniowe, skończywszy zaś na japońskich samochodach. Czy jest to metoda skuteczna? Znamcy uważają, że dotychczas nikt jeszcze nie wymyślił lepszego sposobu dotarcia do konsumenta. Dlaczego?

- *Network marketing* pozwala uniknąć astronomicznie drogiej reklamy w prasie, w radio i w telewizji. Wprowadzanie nowego produktu na rynek metodą tradycyjnej reklamy kosztuje bardzo dużo i często kończy się fiaskiem. Bo reklama, bombardując konsumenta zewsząd, przestała być dziś już skuteczna. W telewizji przeznaczają się na nią piętnaście minut na jedną godzinę programu. Atakuje kierowców na autostradach i męczy bywalców kin i restauracji. Mało kto pamięta, która reklama co reklamuje, a nawet jeśli pamięta, wcale to dla niego nic nie znaczy. Telewidzowie nagrywają dziś swoje ulubione programy na video i później, za przyciśnięciem guzika, reklamy pomijają.

A network marketing prezentuje produkty szerokiej publiczności szybko, tanio i bez większego ryzyka. To, co zarabiają tradycyjne firmy reklamowe, agenci i pośrednicy, tu przeznaczone jest na poprawę i tak wysokiej jakości lub wpływa na znaczne obniżenie ceny produktu. A klient jest wszędzie: wśród sąsiadów, w rodzinie, w miejscu pracy. Ludzie liczą się przecież z opinią znajomych, polecają sobie wzajemnie dobre usługi od pokoleń i chętnie kupują od kogoś, kogo znają. Zadowoleni są więc wszyscy: firmy, konsumenci i dystrybutorzy zarabiający często duże sumy. Są to pieniądze, które w tradycyjnym modelu sprzedaży zarobiłby magazynier, kierowca dowożący do sklepu, sprzedawca oraz pieniądze potrzebne na opłacenie sklepu.

- *Network marketing* umożliwia uzyskiwanie **stałego dochodu**, nie mającego nic wspólnego ze stałą pracą na etacie, choćby niewiadomo jak dobrze płatną. Sprzątaczką, majster i dyrektor dużego zakładu produkcyjnego są w tej samej sytuacji. Wszyscy zamieniają czas na pieniądze, z tą jedynie różnicą, że majstrowi płaci się więcej za godzinę niż sprzątacze. Jednak kiedy przestaną pracować, nikt im już nie będzie płacił. Dochód stały to trwała niezależność finansowa. To na przykład oprocentowanie pokaznego konta

w banku. To pieniądze, które pomnażają się bez naszego działania, niezależnie od tego, czy decydujemy się wstać z łóżka, czy nie. Stałym dochodem cieszą się biznesmeni, którzy ulokowali pieniądze w dużych inwestycjach - o ile ulokowali je korzystnie, ale przecież niewielu na to stać. *Network marketing* umożliwia każdemu dotarcie do stałego dochodu o nie ograniczonej wielkości i to bez ryzyka finansowego. Po zasponsorowaniu odpowiedniej liczby aktywnych dystrybutorów można wręcz przerwać działalność systemem *network* - ale czy warto?, a stały dochód, będący procentem od utargu swoich dystrybutorów, będzie systematycznie do nas spływał.

- *Network marketing* to również jedyny sposób na prawdziwą **stabilizację**. Ogólnie jest znany brak stabilizacji w świecie wielkich korporacji. Co roku około 80 tysięcy firm zostaje sprzedanych lub połączonych z innymi, 700 tysięcy ogłasza bankructwo, zaś 450 tysięcy zostaje rozwiązanych. Oczywiście, w miejsce starych firm powstają wciąż nowe, ale nie zmienia to faktu, że około 30 tysięcy osób miesięcznie traci pracę. Coraz więcej z nich chce pracować dla siebie. Boją się jednak ryzyka związanego z otwarciem własnej firmy, albo nie mają na to po prostu pieniędzy. *Network marketing* oferuje im właśnie to czego szukają - kompletną niezależność, bo każdy pracuje dla siebie, a jednocześnie stabilizację wielkiej firmy. W typowej sytuacji w pracy mało kto osiąga wysoki stopień finansowej niezależności. Trzeba lat, aby się przebić i dopchnąć do kilku najlepiej płatnych stanowisk. Często trafia się na przeszkody nie do pokonania, bo przecież niektóre stanowiska zwalniane są tylko w wypadku czyjejś śmierci i często są już z góry obsadzone, jeśli np. prezes firmy ma syna, łatwo przewidzieć, kto ma największe szanse na zostanie wiceprezesem. W *network marketingu* nikt się nie martwi o to, aby dotrzeć do najwyższego stanowiska, bo takiego stanowiska po prostu nie ma. Wszyscy mają te same stawki i możliwości.
- *Network marketing* to idealne **dodatkowe zajęcie**. Czas jaki przeznaczamy na tą działalność zależy tylko i wyłącznie od nas samych. W okresie żniw można tą działalność zupełnie przerwać z braku czasu, a później wrócić znów do niej. Ale nie będziemy musieli już zaczynać od początku, jak w przypadku każdego innego zajęcia. To co wypracowaliśmy sobie wcześniej ciągle figuruje na naszym koncie i ciągle czerpiemy z tego profity. Tak więc ciągle wspinamy się do góry, z przerwami gdy prace w gospodarstwie stają się ważniejsze, a nie ciągle zaczynamy i gdy już zaczynamy mieć dochody przerywamy, aby za jakiś czas zacząć znów od początku.

Żeby odnosić sukcesy w *network marketingu* wystarczy tylko otoczyć się ambitnymi, pracowitymi ludźmi. *Network marketing* to bardzo prosty sposób

dotatkowego zarobkowania. Łatwy do uruchomienia, nie wymagający większych inwestycji, specjalnego wykształcenia. Każdy może zostać swoim szefem. Wcale to jednak nie oznacza, że jest to recepta na szybkie wzbogacenie się. To dość mozolna praca, wymagająca cierpliwości, bo jej efekty widać dopiero po kilku miesiącach. Trzeba wciąż rekrutować nowych ludzi, wciąż ich trenować oraz pomagać im trenować i przekonywać innych. Konieczna jest rzetelna praca oparta na naśladowaniu tych, którzy odnoszą sukcesy w tym biznesie. Nikomu się w *network marketingu* jeszcze nie „udało”. Wszyscy sobie na sukces zasłużyli. To tylko okazja, którą dziś ma właściwie każdy z nas. W jaki sposób ktoś ją wykorzystuje, to już zupełnie inna sprawa.

5. „Agroturyzm” - to nic innego, jak wakacje na wsi.

W wielu gospodarstwach istnieją „uśpione” zasoby, które mogą być wykorzystane dla biznesu turystycznego. Mogą to być rzadko używane pokoje, strychy, całe niezamieszkałe budynki, części zagród lub nawet grunty. Wystarczy te zasoby uruchomić, a zaczną przynosić dochód. W niektórych przypadkach, kiedy dysponujemy całym, używanym od święta, umeblowanym np. piętrem domu, działalność turystyczną można rozpocząć od jutra, bez żadnych nakładów inwestycyjnych.

Dochody z turystyki można osiągać nie tylko z samego wynajmowania pomieszczeń na noclegi. Jest to wprawdzie podstawowa i niezbędna usługa, ale dzięki której możemy uzyskiwać następne korzyści finansowe. Możemy oferować dodatkowo bezpośrednią sprzedaż własnych produktów rolnych, posiłki dla gości, wypożyczanie sprzętu sportowego, konia, bryczki, czy też sprzedaż wyrobów rzemieślniczych lub pamiątkowych. Na tym wszystkim zarabia gospodarz świadczący usługi. Oprócz niego zarabiają właściciele sklepów, stacji benzynowych, rzemieślnicy i inni usługodawcy. W ten sposób uruchomione zostaje napędzanie lokalnej koniunktury gospodarczej. W rezultacie dochody uzyskane od turystów powodują zwiększenie popytu na inne artykuły i usługi, które z turystyką mogą nie mieć nic wspólnego.

Nie sposób przewidzieć wszystkich korzyści, jakie mogą wynikać z uruchomienia biznesu turystycznego. Wiele z nich ma charakter niewymierny lub nie owocuje w formie materialnej, lecz wyraża się po prostu w lepszych warunkach życia. Turystyka sprawia, że następuje zróżnicowanie lokalnej gospodarki, która staje się mniej podatna na niestabilności rynku, co ma ogromne znaczenie zwłaszcza w rejonach typowo rolniczych. Dzięki turystyce rodziny gospodarzy zdobywają nowe umiejętności, uczą się przedsiębiorczości, co może procentować w tych dziedzinach. Same kontakty z gośćmi, wymiana poglądów przynoszą niewymierne, ale istotne korzyści. Na przykład w przypadku gości zagranicznych turystyka mobilizuje do nauki języków obcych.

Czy biznes turystyczny jest szansą dodatkowego dochodu dla wszystkich gospodarzy? Na to pytanie nie ma prostej odpowiedzi. Wiele zależy od tego, jak szeroki zakres usług planujemy świadczyć i jak dużego zysku finansowego się spodziewamy. Znane są przypadki rolników, którzy zaczęli prowadzić usługi turystyczne obok zasadniczej pracy na roli i po kilku latach odkryli, że biznes turystyczny rozwinął się do takiego stopnia, że dochody z niego przewyższyły dochody z rolnictwa. Są to jednak sytuacje wyjątkowe. Turystyka jest zazwyczaj traktowana jako działalność dodatkowa, a dochody z niej stanowią około 30% do 50% dochodów z rolnictwa. Jeszcze inni gospodarze traktują działalność turystyczną jako przyjemne urozmaicenie codziennego życia, bardziej dla rozrywki, niż dla pieniędzy. Uzyskane dochody to coś w rodzaju niespodziewanego „kieszonkowego”. Robimy coś bo to lubimy, a pieniądze stanowią uboczny, chociaż miły, rezultat tej działalności. Okazuje się, że jest to o wiele skuteczniejszy sposób zarabiania pieniędzy niż wtedy, gdy od razu nastawiamy się na duże zyski. Jeśli jednak czegoś nie lubisz, nie zmuszaj się. Ani ty sam, ani Twoi goście nie będziecie zadowoleni. Skutek to niskie dochody i rozczarowanie obu stron. **Biżnes turystyczny nie jest dla każdego.**

Chcieć rozpocząć działalność w biznesie turystycznym to dopiero początek. Nie wszystko zależy od nas samych. Rozejrzyjmy się wokół. Co możemy zaoferować naszemu potencjalnemu turyście? Jakimi atrakcjami dysponujemy? Co sprawi, że turysta zdecyduje się wydać swoje ciężko zarobione pieniądze właśnie u nas, w naszej wsi, czy regionie.

Do warunków niezależnych zalicza się przede wszystkim położenie. Teren powinien być atrakcyjny turystycznie. Największe szanse mają wsie i gospodarstwa położone w otoczeniu, gdzie jest malowniczy i urozmaicony **krajobraz**. O walorach krajobrazowych decydują przede wszystkim jeziora, rzeki, lasy, pagórki, łąki. Oprócz walorów przyrodniczych na atrakcyjność krajobrazu składa się również zabudowa. Dla turystyki wiejskiej najbardziej nadają się wsie, gdzie budownictwo skalą i charakterem nawiązuje do tradycyjnego wiejskiego stylu. Nie chodzi tu o stare chaty, jakie możemy znaleźć w skansenach, chociaż te również mogą być przystosowane dla gości, ale o taki typ budownictwa, który nie będzie podobny do miejskiego, a poszczególne elementy jego architektury uwzględniają regionalną tradycję. Turyści, którzy przyjadą na wieś, będą poszukiwać przede wszystkim tego czego nie mają w mieście. Jednym słowem czystej, nie zniszczonej przyrody i nie zdegradowanego krajobrazu. I tu dochodzi do podstawowego problemu, jakim są **warunki ekologiczne** regionu. Jak wykazują badania przeprowadzone wśród turystów w Europie Zachodniej, najczęściej wymienianym motywem - aż 91% ankietowanych, wyboru wsi na miejsce urlopu jest chęć wypoczywania w kontakcie z czystą, nie skażoną przyrodą. Jak z tego wynikają wnioski dla biznesu turystycznego? Otóż diametralnie musi zmienić się stosunek do ochrony środowiska. Wprawdzie w deklaracjach uznaje się ochronę

środowiska za ważny problem, to jednak w gdy dochodzi do konkretnych działań, często bywa tak, że ochrona środowiska przegrywa i odkładana jest na lepsze czasy. Tymczasem w turystyce czyste środowisko to niezbędny warunek osiągnięcia dochodów. Tutaj wyraźnie widać, że ochrona środowiska się opłaca, przynosi wymierne, finansowe korzyści, bowiem nikt nie będzie chciał wypoczywać w zanieczyszczonym i zdegradowanym środowisku.

Pozostaje jeszcze problem **infrastruktury**. Cała wieś powinna być czysta i zadbana. Bardzo korzystne jest zaplanowanie choćby wykonanego we własnym zakresie placu zabaw dla dzieci, boiska sportowego, oznakowanej ścieżki spacerowej i rowerowej, kręgielni, wypożyczalni sprzętu sportowego i wędkarskiego, brodzika dla dzieci. Później można pomyśleć o regularnym basenie, korcie tenisowym i innych poważniejszych inwestycjach. Takie urządzenia zwracają się po pewnym czasie, gdyż pozwalają na wydłużenie sezonu, zwiększenie liczby gości i wzrost dochodów. Następnym istotnym elementem infrastruktury są sklepy, poczta, bank, połączenia komunikacyjne i telefoniczne, gastronomia, urządzenia służące kompleksowej ochronie środowiska, a więc oczyszczalnia ścieków, kanalizacja i wodociąg. Urozmaicenie pobytu turystów może być uczestnictwo w miejscowym życiu, w festynach, w uroczystościach, w obchodach świąt. Dużą popularnością cieszą się przejazdy bryczką, jazda konna, kucyki, kuligi, wędkarstwo, zwiedzanie obiektów historycznych i miejsc widokowych.

Bardzo istotne jest przystosowanie własnego gospodarstwa do obecności gości. Istnieje wiele możliwości, które sprawią, że goście uznają swój urlop za udany i może za rok znów zechcą spędzić swój wolny czas właśnie u nas. W pierwszej kolejności w każdym gospodarstwie powinien znaleźć się parking lub wręcz garaż. Następnie można pomyśleć o niewielkim terenie zielonym przeznaczonym na wypoczynek i gry sportowe, usytuowany w miejscu nie kolidującym z pracami w gospodarstwie, a jednocześnie na tyle blisko miejsca zakwaterowania, aby zachować z nim łączność. Ma to znaczenie w wielu sytuacjach, rodzice mogą obserwować dzieci, przygotowując piknik nie muszą przenosić daleko niezbędnych rzeczy. Koniecznie na tym terenie należy zaplanować zacienione miejsce do odpoczynku w czasie upału. Może to być altana z ławami i stołem, miejsce na ognisko i grill, mini plac zabaw z piaskownicą i huśtawką, trawnik do gry w piłkę, czy badmintona. Urządzenia rekreacyjne mogą być bardzo proste, wykonane we własnym zakresie z drewna, zamiast drogich plastikowych mebli ogrodowych. Goście chętnie wypoczywają na świeżym powietrzu, dlatego konieczne jest stwarzanie możliwości urozmaiconego pobytu wokół miejsca zakwaterowania.

Gdy dysponujemy już odpowiednim zapleczem, musimy już tylko zdobyć turystę. A więc musimy zacząć **reklamować** swoje usługi. Samodzielni gospodarze nie są w stanie organizować i finansować sprzedaży usług turystycznych. Wymaga to specjalnych kwalifikacji i jest to bardzo kosztowne. Dlatego we

wszystkich krajach Europy Zachodniej promocją turystyki wiejskiej zajmują się profesjonalne organizacje rolnicze, stowarzyszenia i związki turystyczne, biura podróży. Nie można oczekiwać od rolnika, że oprócz prowadzenia gospodarstwa i obsługi gości zajmie się jeszcze analizą rynku, konkurencją, dystrybucją materiałów reklamowych, a nawet samą sprzedażą. Jest mało prawdopodobne, aby udało się to wszystko osiągnąć przez zamieszczenie kilku ogłoszeń w prasie, a na tyle stać przeciętnego rolnika. W Polsce powstały już pierwsze stowarzyszenia grupujące rolników zajmujących się turystyką wiejską. Podstawową reklamą dostępną dla każdego gospodarza jest opinia gości, którzy spędzili u niego urlop, przekazywana rodzinie i znajomym. Jest ona zarazem najskuteczniejszą formą reklamy. Pierwszych gości można zdobyć przez wystawienie tablic przy drodze, czy specjalnie oznakowanie bramy wjazdowej. Można również złożyć kilka ogłoszeń w prasie, czy wprost zgłosić się do biur podróży. Będzie trzeba dochodem podzielić się z pośrednikiem, ale za rok goście przyjadą już sami prosto do nas, a może również razem ze znajomymi. Z czasem można pokusić się o wydrukowanie katalogów, folderów, ulotek, widokówek i wizytówek ze zdjęciem gospodarstwa, z adresem i krótkim opisem reklamowym walorów wypoczynkowych.

Badania ankietowe dodatkowych źródeł dochodów w rodzinach wiejskich prowadzone są nadal w wybranych województwach. Zbierane są także na bieżąco informacje o podejmowanych inicjatywach lokalnej przedsiębiorczości jak i prowadzone obserwacje zmian zachodzących w środowisku wiejskim