

AGATA JAŻWIŃSKA  
*Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego  
w Warszawie*

## AGROTURYSTYKA - JEDEN ZE SPOSOBÓW AKTYWIZACJI TERENÓW WIEJSKICH

*Wsi spokojna, wsi wesola..*

### 1. Miejsce agroturystyki we współczesnej wsi i rolnictwie

Agroturystyka to *organizowanie pobytu turystów przez rodzinę rolniczą we własnym gospodarstwie rolnym*<sup>(1)</sup>. Nie wymaga ona rozbudowanej bazy noclegowej czy żywieniowej. Może rozwijać się przy istniejących zasobach, oczywiście po przygotowaniu umożliwiającym uzyskanie odpowiedniego standardu.

Agroturystyka jako zjawisko składa się z kilku elementów:

- turysta - chce: wypocząć w nieskażonym i atrakcyjnym przyrodniczo rejonie; nawiązać kontakt z gospodarzem (uczestniczyć w życiu gospodarstwa); aktywnie spędzić czas; poznać obyczaje i kulturę danego rejonu;
- gospodarz - oferuje zakwaterowanie i wyżywienie, potrafi być przewodnikiem po rejonie, organizatorem czasu wolnego a nawet gawędziarzem;
- gospodarstwo rolne - schludne i zadbane miejsce wypoczynku przy jednocześnie zachowaniu pierwotnego przeznaczenia (możliwość kontaktu ze zwierzętami domowymi);
- wieś - wspólnota ludzi, którą łączą obyczaje, plany, stanowiąca pod względem organizacyjnym układ uzupełniający się (podział na różnego typu usługi), ale również obszar o infrastrukturze spełniającej oczekiwania turystów;
- środowisko przyrodnicze - czyste powietrze, dostęp do lasu, jeziora czy rzeki; możliwość korzystania z niezdewastowanej przestrzeni krajobrazowej.

(1) A.P.Wiatrak: „Wpływ agroturystyki na zagospodarowanie obszarów wiejskich”, Zagadnienia Ekonomiki Rolniczej, 1996, nr 1, s. 35.

Agroturystyka jest szansą dla ludności miejskiej na atrakcyjny, zdrowy i relatywnie tani wypoczynek. Przede wszystkim jest jednak antidotum na konieczność likwidowania małych gospodarstw rolnych oraz wsi w jej tradycyjnym rozumieniu. W krajach wysoko rozwiniętych w granicach 40-60% gospodarstw czerpie dochody z pracy poza rolnictwem, z czego większość stanowi obsługa ruchu turystycznego (np: Austria, Niemcy). W Polsce agroturystyka powinna się przyczynić do rozwiązania przynajmniej części problemów na wsi. Wynika to z faktu, iż wieś polska spełnia większość jej podstawowych wymogów. Rozdrobnienie gospodarstw, walory krajobrazowe - szachownica pól z kępami drzew, niski stopień uprzemysłowienia sprawiają, iż jest ona atrakcyjna z punktu widzenia turysty.

Łącznie 1 368 gmin, o powierzchni 206 tys. km kwadratowych (66% powierzchni kraju)<sup>(2)</sup>, posiada warunki sprzyjające rozwojowi turystyki, z czego na plan pierwszy wysuwa się województwo olsztyńskie i suwalskie. Poza tym szacuje się, iż stworzenie jednego miejsca pracy w turystyce wymaga zaledwie 40% nakładów potrzebnych do utworzenia takiego miejsca w przemyśle przetwórczym<sup>(3)</sup>. Agroturystyka aktywizuje także swoje otoczenie. Jedno gospodarstwo agroturystyczne uruchamia na obszarze wiejskim około 10 nowych miejsc pracy<sup>(4)</sup>. Wzrasta w danym rejonie zapotrzebowanie na płody rolne - głównie owoce i warzywa zarówno w postaci surowej, jak i przetworzonej. Rośnie też rola rzemiosła, handlu, transportu czy budownictwa. Z powstałych ulepszeń korzystają nie tylko turyści, ale i cała społeczność lokalna.

Planując usługi na rzecz turystów należy brać pod uwagę nie tylko aspekt ekonomiczny (możliwość sfinansowania przedsięwzięcia), predyspozycje gospodarza (wiedza, umiejętności, cechy osobowościowe), ale również - a może przede wszystkim - możliwości społeczno- przyrodniczego wykorzystania środowiska. Zaliczamy do nich:

- wydolność fizyczną - liczba turystów, która nie zakłóca równowagi środowiskowej danego terenu,
- wydolność ekologiczną - dopuszczalny stopień obciążenia środowiska przyrodniczego, który nie zagraża istniejącym gatunkom roślin i zwierząt,
- wydolność społeczno-psychologiczną - dopuszczalny stopień obciążenia mieszkańców rejonu, pozwalający na zachowanie istniejących więzi rodzinnych i lokalnych,

(2) M.Dębniwska, J.Bączek: „Rola doradztwa i pomocy finansowej w rozwoju agroturystyki”, Materiały z konferencji „Doradztwo w rozwoju agroturystyki”, Warszawa, 1997, s. 74.

(3) E.Kmita: „Agroturystyka jako szansa aktywizacji społeczno gospodarczej środowisk wiejskich”, Zagadnienia Doradztwa Rolniczego, nr 2/94, s. 19.

(4) M.Dębniwska, M.Tkaczuk: op. cit. s. 12.

- wydolność infrastrukturalną - dopuszczalny stopień obciążenia urządzeń komunalno - rekreacyjnych, nie powodujący procesu ich przyspieszonej degradacji.

W związku z tym działalnością agroturystyczną mogą być objęte również rejon o średnich i małych walorach przyrodniczych i krajobrazowych. Z jednej strony wiąże się to z ochroną terenów przyrodniczo najcenniejszych przed nadmierną penetracją turystyczną i co za tym idzie degradacją, a z drugiej z zapewnieniem atrakcji odbiorcom o niestandardowych wymaganiach (określanych w marketingu jako „wąski segment odbiorców”). Jako przykład mogą posłużyć gospodarstwa:

- agroekoturystyczne, których głównym atutem jest serwowanie żywności produkowanej metodami ekologicznymi,
- przystosowane dla osób niepełnosprawnych,
- umożliwiające organizowanie kilkudniowych szkoleń grupowych i „zielonych szkół”,
- organizujące tzw. wczasy w siodle,
- z zachowanym starym budownictwem, tworzącym odpowiednio zaadaptowany skansen.

## 2. Rola doradztwa rolniczego w rozwoju agroturystyki

Wprowadzanie i rozwój przedsiębiorczości na obszarach wiejskich wymaga wielu zabiegów związanych zarówno z tworzenie samego produktu, jak i strategią promocyjną. Wbrew potocznemu rozumieniu *produkt* to nie tylko przedmiot, ale *każdy obiekt rynkowej wymiany, wszystko, co można oferować na rynku*.<sup>(5)</sup> Warunkiem rynkowego sukcesu produktu jest jego zdolność do zaspokajania określonych potrzeb. W przypadku usług agroturystycznych może to być np.: chęć odpoczynku w określonych warunkach, zdobycie nowych umiejętności (np. jazda konna), poznanie obyczajów odwiedzanego rejonu i inne. Wykreowanie produktu wiąże się z odpowiednią strategią promocyjną, która przekazuje informacje o produkcie i kształtuje potrzeby nabywców. Cele ustalone w przedsiębiorstwach turystycznych w strefach promocji są bardzo zróżnicowane i mogą mieć postać:

- wprowadzania do zbytu nowych produktów i usług,
- wprowadzania na rynek nowych obszarów wypoczynku,
- rozszerzania dotychczasowych form zbytu dóbr turystycznych na okresy posezonowe i międzysezonowe,
- utrzymania zbytu na dotychczasowym poziomie,

---

(5) J.Altkorn (red.): „Podstawy marketingu”. Wyd. Instytut Marketingu, Kraków, 1995, s. 5.

- wycofania się z pewnych ofert, wprowadzenia nowych ofert, wprowadzenia innowacji,
- zdobycia nowych klientów na nowych obszarach i z innych niż dotychczas warstw i klas społecznych, zdobycia nowych rynków,
- podniesienia jakości i standardów,
- obniżenia (dostosowania) cen do możliwości nabywczych uczestników turystyki,
- uatrakcyjnienia form wypoczynku w miejscowościach turystycznych.<sup>(6)</sup>

Polscy rolnicy dopiero uczą się bycia przedsiębiorcami. Nielicznym znane są zagadnienia promocji, czy podstawy prawno - rachunkowe prowadzonej działalności. Dużą rolę odgrywają tu ośrodki doradztwa rolniczego, których zadaniem jest między innymi stymulowanie wielofunkcyjnego rozwoju obszarów wiejskich poprzez:

- wskazanie alternatywnych źródeł dochodu,
- pobudzenie drobnej przedsiębiorczości na obszarach wiejskich,
- kreowanie liderów wiejskich,
- udział w opracowaniu i realizacji programów rozwoju regionalnego,
- przekwalifikowanie rolników i przygotowanie ich do wykonywania innych zawodów.<sup>(7)</sup>

Początkowo nastawienie polskich rolników do działalności agroturystycznej nie było pozytywne. Przyczyn tego można by upatrywać w doświadczeniach z przełomu lat sześćdziesiątych i siedemdziesiątych - braku wzorców, niestabilnej sytuacji na rynku, jak również braku doświadczenia i przekonania samych doradców rolniczych.

Współpraca z Uniwersytetem w Dublinie i warsztaty szkoleniowe w Niemczech wzbudziły entuzjazm doradców i zaowocowały konkretnymi efektami. Pomoc doradców polegała na upowszechnieniu samej idei, zachęcaniu, pokazywaniu korzyści. Nadzorowano też przygotowanie pierwszych kwater oraz wydano promujące je foldery. Powoli rosło zainteresowanie wśród rolników. Zadaniem doradztwa stało się organizowanie współpracy pomiędzy poszczególnymi podmiotami. Zacieśniały się też kontakty z Niemcami. W ramach porozumienia między Ministerstwem Rolnictwa i Gospodarki Żywnościowej w Warszawie, a Niemieckim Ministerstwem Wyżywienia, Rolnictwa i Leśnictwa w Bonn wprowadzono program dotyczący rozwoju agroturystyki w wybranych gminach.

Sukcesem w rozwoju turystyki na terenach wiejskich było powołanie w czerwcu 1996 roku Polskiej Federacji Turystyki Wiejskiej „Gospodarstwa

(6) A.S.Kornak: „Zarządzanie turystyką”. Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 1996, s. 131.

(7) E. Kmita: „Doświadczenia doradztwa rolniczego w rozwoju agroturystyki wiejskiej”. Materiały z konferencji „Doradztwo a rozwój agroturystyki”, Warszawa 1997.

Gościnne”, która jest realizatorem programu PHARE -TURIN pn.: „Rozwój turystyki na terenach wiejskich i zalesionych”. Jeden z trzech projektów realizowany w ramach tego programu - „*Rozwój wiejskiej bazy noclegowej*” **realizowany jest przy znacznym udziale doradztwa rolniczego. Działania w tym zakresie skupiają się na doskonaleniu jakości bazy noclegowej na wsi poprzez:**

- system kategoryzacji,
- szkolenia: **adresowane** do potencjalnych kwaterodawców, członków stowarzyszeń, przedstawicieli samorządów; **poświęcone** problematyce: marketingu, umiejętności obsługi i żywienia gości, aspektowi prawnemu działalności turystycznej na wsi.

Pomoc ośrodków doradztwa rolniczego skupia się zasadniczo na dwóch grupach odbiorców:

1. **Rolnikach** - poprzez m.n.: szkolenia, pomoc w uzyskaniu kredytów preferencyjnych, przygotowanie czy opiniowanie biznes planów;
2. **Lokalnych organizacjach agroturystycznych** (2/3 z nich uznaje rolę ośrodków doradztwa rolniczego za istotną) - poprzez: szkolenia, promocję, udostępnianie lokali i inne usługi.

Zaangażowanie doradztwa rolniczego w rozwój agroturystyki pokazują chyba najlepiej poniższe liczby:

- z ODR-ami współpracuje ponad 1/3 wszystkich obiektów turystycznych na wsi i są to gospodarstwa, które stawiają pierwsze kroki w tej działalności, jak i te, których pozycja jest już już ustabilizowana;
- obiekty turystyczne na wsi, współpracujące z ODR-ami, dysponują 21 522 miejscami noclegowymi (bez pól namiotowych), w tym 15 653 (72%) to miejsca w gospodarstwach agroturystycznych;
- współpraca ODR-ów z gospodarstwami jeździeckimi to 143 obiekty z 1311 miejscami noclegowymi na terenie całego kraju;
- liczba pól namiotowych współpracująca z ODR-ami wynosi 203, o łącznej pojemności 6000 miejsc (średnio 1-5 w poszczególnych województwach).

### 3. Podsumowanie

Powyższe dane wskazują, iż rola doradztwa rolniczego w rozwoju turystyki wiejskiej jest bardzo duża. Wymienione tu pokrótce sukcesy nie rozwiązują jednakże problemów polskiej wsi. Wzrastające zainteresowanie turystów i rolników obciąża ośrodki doradztwa rolniczego do ciągłych działań, zgodnie z zasadą ustawiczności w doradztwie. Należy jednak pamiętać, iż odpowiedzialność za stan polskiej wsi spoczywa nie tylko na barkach doradztwa rolniczego. Przede wszystkim konieczna jest odpowiednia polityka prorolnicza państwa. Musimy

wreszcie zdać sobie sprawę, iż dostosowanie polskiego rolnictwa do wymogów Unii Europejskiej wiąże się z koniecznością odpływu części ludności do innych zawodów, w tym turystyki.

Znalezienie odpowiednich rozwiązań wymaga oczywiście zaangażowania placówek naukowych, a co ważniejsze ich sprawnej współpracy z praktyką rolniczą.