

MAREK SMOLEŃ  
*Uniwersytet Rzeszowski*

## DOSTĘPNE FORMY POMOCY FINANSOWEJ W OPINII ROLNIKÓW POWIATU JASIELSKIEGO

### 1. Wprowadzenie

Agencja Restrukturyzacji i Modernizacji Rolnictwa, od początku funkcjonowania, działa w celu wyrównania dysparytetu dochodowego rolników. Działania ARiMR charakteryzują się różnorodnością proponowanych rozwiązań oddziaływania na sektor rolno-żywnościowy.

Celem pracy było zbadanie zadowolenia rolników z dostępnych w ramach Wspólnej Polityki Rolnej instrumentów pomocy finansowej oraz opinii rolników dotyczącej pomocy pracowników ARiMR w korzystaniu z tej pomocy.

### 2. Metodyka badań i materiały źródłowe

Cel pracy zrealizowano za pomocą metody sondażu diagnostycznego z wykorzystaniem wywiadu kierowanego. Do badań wybrano 50 gospodarstw z powiatu jasielskiego, które spełniały następujące warunki: powierzchnia powyżej 1 ha UR, składanie wniosków o dopłaty bezpośrednie i korzystanie przynajmniej 1 raz z działania SPO lub PROW (innego niż rekompensata z tytułu ONW).

Kwestionariusz wywiadu zawierał dwie pule pytań. Pierwsza dotyczyła oceny sytuacji w gospodarstwie respondentów – rolników. Ocenie tej służyły pytania typu: „czy otrzymuje Pani/Pan dopłaty bezpośrednie do posiadanych gruntów rolnych?”; „czy wysokość udzielanych dopłat do 1 ha gruntów jest satysfakcjonująca?”. Pytano rolników o to, czy dostrzegają zmiany w polskim rolnictwie po wejściu do Unii Europejskiej, jak również, jaki mają one charakter (pozytywny czy negatywny).

Druga pula pytań dotyczyła oceny pracy pracowników zatrudnionych w Biurze Powiatowym ARiMR w Jaśle. Pytano „czy pomoc oferowana przez pracowni-

ków Agencji przy wypełnianiu wniosków jest wystarczająca?” Ponadto proszono o wybór cech, które charakteryzują pracowników Biura Powiatowego.

Wywiad kierowany został przeprowadzony na przypadkowej grupie pięćdziesięciu osób, rolników posiadających gospodarstwa rolne powyżej 1 hektara, współpracujących z Agencją i jednocześnie starających się o wsparcie finansowe w 2004 r. w zakresie któregośkolwiek z wybranych działań. Wśród badanych dominowały osoby z wykształceniem zawodowym (24 osoby – 48% badanej populacji) i z wykształceniem średnim (18 osób). Cztery osoby miały wykształcenie podstawowe i także cztery wyższe. W analizowanych gospodarstwach żyły najczęściej 4 osoby (w 13 przypadkach – 26%), ale także były rodziny trzy i ośmiuosobowe (po ośmiu respondentów). Dwuosobowych rodzin było 11, tj. 22% badanej populacji.

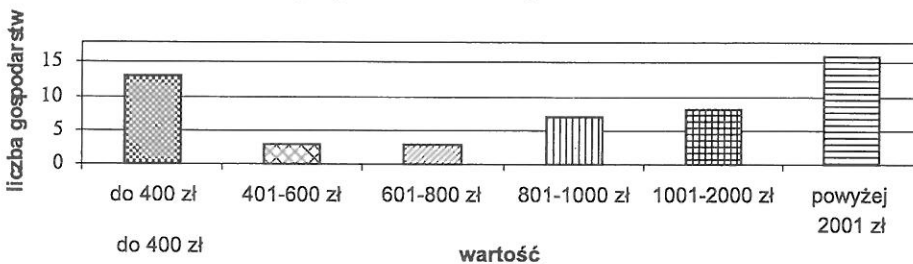
### 3. Wyniki badań

#### 3.1. Przychody analizowanych gospodarstw

Przy szacowaniu przychodów, rolnicy akcentowali fakt, iż „koszty poniesione na uzyskanie przychodów i tak były wyższe”. Uzyskane dane prezentuje wykres 1.

Wykres 1

Przeciętny szacowany przychód uzyskany w 2004 roku  
w gospodarstwach respondentów



Źródło: Opracowanie własne.

Właściciele większych obszarowo gospodarstw, czy też dużych stad zwierząt (dominowały stada owiec, kóz, bydła, mniejsze stada koni, a nawet strusi), osiągnęli przychód powyżej 2 tys. zł (16 gospodarstw). Właściciele mniejszych gospodarstw podawali niższe przychody, nawet poniżej 400 zł (w 12 przypadkach). Osoby, których produkcja rolnicza jest dodatkowym źródłem dochodu wskazywały na przychód rzędu 401-1000 zł.

Wyniki badań zweryfikowano testem Kołmogorowa-Smirnowa, który służy do weryfikacji hipotezy, że dwie populacje mają jednakowy rozkład cech lub, że dwie próby pochodzą z tej samej populacji [Józwiak, Podgórski, 2001]. Test ten oparty jest na statystyce:

$$\lambda = D * \sqrt{n},$$

gdzie: D to największa różnica między wartościami wskaźników proporcji skumulowanych, a

$$n = \frac{n_1 * n_2}{n_1 + n_2}$$

gdzie:  $n_1$  i  $n_2$  –elementowe próby pochodzące z populacji badanej [Młynarski, 2000].

### 3.2. Analiza wypowiedzi respondentów

Na pytanie: *od jak dawna korzysta Pani/Pan z usług ARiMR*, zdecydowana większość podała rok 2004 (33 osoby – 66%), 11 osób (22%) podało 2002 rok, natomiast 5 ankietowanych – 2003. Jeden rolnik zainteresowany pomocą finansową rozpoczął współpracę dopiero w 2005 roku. Po pomoc do Biura Powiatowego ARiMR, większość pytanych przychodziła tylko raz na pół roku, (gdy *istnieje taka potrzeba*). Wśród najczęściej podawanych powodów, ankietowani podawali konieczność rejestracji zwierząt, wyrabiania paszportów dla zwierząt, składania wniosków o dopłaty bezpośrednie czy w celu zasięgnięcia opinii o możliwości ubiegania się o pomoc w ramach Programów PROW czy SPO.

Dopłaty do posiadanych gruntów rolnych otrzymuje 49 beneficjentów na 50 pytanych, tylko jeden rolnik nie otrzymywał dopłat ze względu na niedoinformowanie. Wśród korzystających z płatności obszarowych znaczna większość, bo 67%, uznaje kwoty dopłat za satysfakcjonujące, choć nie ukrywa, iż mogłyby być one wyższe.

Spośród ankietowanych, wniosek o rentę strukturalną, złożyło pięcioro zainteresowanych, którzy do tej pory osiągalni przychody roczne powyżej 2001 zł i korzystali dwukrotnie w ciągu roku z pomocy ARiMR, a powierzchnia ich gospodarstw oscyluje w granicach 2 ha. O udział w programach rolno-środowiskowych wnioski złożyło 5 rolników (cztery osoby z wykształceniem zawodowym i jedna ze średnim). Powierzchnia trzech gospodarstw przekracza 7 ha, natomiast uzyskiwane przychody mieszczą się w granicach 801-1000 zł (dla dwóch gospodarstw) i powyżej 2001 zł (dla pozostałych trzech). Na ONW gospodarowało 14 rolników, połowa z wykształceniem zawodowym. Wnioski na ONW dotyczyły gospodarstw o powierzchni powyżej 5 hektarów.

Cztery osoby spośród ankietowanych złożyły wnioski o pomoc dla gospodarstw niskotowarowych. Dwa z gospodarstw były o powierzchni do 2 hektarów, wszystkie zajmowały się hodowlą zwierząt.

Wnioski o dopłaty z tytułu zalesiania obszarów rolnych złożyły 4 osoby, korzystające z pomocy Biura Powiatowego od momentu jego powstania, czyli od roku 2002. Powierzchnia tych gospodarstw waha się w granicach 2-4 hektarów, natomiast osiągnięty przychód w 3 gospodarstwach kształtował się w przedziale powyżej 1000 zł.

O kredyt preferencyjny ubiegał się jeden rolnik z wykształceniem zawodowym, właściciel gospodarstwa o powierzchni powyżej 7 ha, który swój przychód z dzia-

łałości rolniczej oszacował na poziomie do 400 zł. rocznie. Rolnik ten otrzymuje dopłaty bezpośrednie oraz z tytułu działalności na obszarach o niekorzystnych warunkach gospodarowania. Dodatkowo prowadzi produkcję zwierzęcą.

Rolnicy zapytani, czy zauważają zmiany w polskim rolnictwie po wejściu Polski do Unii Europejskiej, w zdecydowanej większości odpowiedzieli twierdząco (38 ankietowanych – 76%). Pozostałe, 12 osób uważało, iż takie „*analizy wymagają znacznego odstępu czasu, lepszej informacji*”. Z dystansem do podsumowywania zmian w rolnictwie podeszli przede wszystkim mężczyźni (siedmiu – 58% spośród 12 beneficjentów Agencji nie dostrzegających zmian w polskim rolnictwie) oraz osoby w przedziale wiekowym 26-35 lat z wykształceniem średnim, których gospodarstwa miały powierzchnię do 2 hektarów.

Wśród osób zauważających postępujące przemiany, 24 ankietowanych (63,2%) stwierdziło, że są one negatywne, natomiast 14 (36,8%), że posunięcia są właściwe, a zmiany na lepsze. Negatywnie oceniło zmiany 13 mężczyzn (54,2%) i 11 kobiet (45,8%), dominowały osoby starsze, w przedziałach wiekowych 46-60 i powyżej 60 lat (75% ocen negatywnych), z wykształceniem zawodowym było 11 osób (45,8%), 7 (29,2%) z wykształceniem średnim i dwie (8,3%) z wyższym. Rolnicy, którzy dostrzegli minusy w funkcjonowaniu rolnictwa w kraju po akcesji byli właścicielami przeważnie gospodarstw o powierzchni z przedziałów 2-4 ha i 5-7 ha, stanowiąc 66,7% negatywnie nastawionych, a ponadto osiągający przychody powyżej 1001 zł rocznie (58,3%).

Pozytywnie oceniło przeobrażenia dokonujące się w sektorze rolnym 14 osób (36,8%), w tym czterech mężczyzn (28,6%). Wiek ankietowanych mieścił się głównie w granicach 36-45 lat (5 rolników - 35,7%) i 46-60 lat (6 osób - 42,8%). Najwięcej osób miało wykształcenie zawodowe (8 osób – 57,1%), a także średnie (5 – 35,7%), jedna osoba wyższe. Dziewięciu gospodarzy posiadało gospodarstwa małe, o powierzchni do 4 hektarów, stanowili oni 64,3% entuzjastów. Większość z osób (71,4%) korzysta z pomocy Agencji od 2004 roku.

Kolejna pula pytań ankietowych dotyczyła oceny pracowników Biura Powiatowego ARiMR w Jaśle. Na pytanie sformułowane: „*czy pomoc oferowana przez pracowników ARiMR jest wystarczająca?*” 96% pytanym, odpowiedziało twierdząco. Średnia ocena wystawiona przez beneficjentów – w skali 5 punktowej - wyniosła 4,02, co daje obraz, że rolnicy są zadowoleni z obsługi i funkcjonowania Biura. Na pytanie „*czy pracownicy udzielili niezbędnych wskazówek przy sporządzaniu wniosków?*”- 13 osób (26%) opowiedziało „raczej tak”, a pozostałe 74% było zadowolonych.

Ostatnim zagadnieniem poruszonym w badaniu kwestionariuszowym była ocena osobistych cech pracowników Agencji (można było zaznaczyć kilka wariantów) rzutujących na obsługę beneficjentów. Rolnicy uznali, że: duża wiedza fachowa (42 wskazania) to atut pracowników BP ARiMR, poza tym dokładność przy rozwiązywaniu spraw i duża uwaga poświęcana klientowi (po 25).

Badając zależność pomiędzy wielkością oszacowanych przez rolników przychodów, a satysfakcją z uzyskiwanych dopłat bezpośrednich posłużono się testem Kołmogorowa-Smirnowa. Udowodniono, że istnieje ścisła zależność między wysokością uzyskanych przychodów a zadowoleniem z dopłat wyrównawczych - im wyższy przychód, tym satysfakcja wzrasta. Uzyskane w kwestionariuszu ankietowym dane zestawiono w arkuszu Excela, następnie wybrano dwie cechy: szacowany przychód z roku 2004 uzyskany w gospodarstwie oraz odpowiedź na pytanie: „czy wysokość dopłat bezpośrednich jest satysfakcjonująca?”

Na zapytanie odpowiadały jedynie osoby, które otrzymywały dopłaty. Było ich 48. Odpowiedzią mogło być potwierdzenie (tak) satysfakcjonującej wysokości dopłat wyrównawczych bądź też jej zaprzeczenie (nie). Zbudowano tabelę przedstawianą (tabela 1), a następnie dokonano niezbędnych obliczeń (tabela 2).

Tabela 1

Liczba odpowiedzi w ocenie wysokości dopłat bezpośrednich

Przeciętny szacowany przychód uzyskany w 2004 roku	Czy wysokość dopłat bezpośrednich jest satysfakcjonująca?		
	Nie	Tak	Suma
do 400 zł	9	3	12
401-600 zł	1	2	3
601-800 zł	1	1	2
801-1000 zł	1	6	7
1001-2000 zł	0	8	8
powyżej 2001 zł	4	12	16
Suma końcowa	16	32	48

Źródło: Opracowanie własne.

Tabela 2

Ocena wysokości dopłat bezpośrednich uzyskiwanych przez respondentów w grupach szacowanego przychodu w 2004 r.

Przeciętny szacowany przychód uzyskany w 2004 roku	Czy wysokość dopłat bezpośrednich jest satysfakcjonująca?		Proporcje		Proporcje skumulowane		Różnice
	Nie	Tak	Nie	Tak	Nie	Tak	
do 400 zł	9	3	0,56	0,09	0,56	0,09	0,47
401-600 zł	1	2	0,06	0,06	0,63	0,16	0,00
601-800 zł	1	1	0,06	0,03	0,69	0,19	0,03
801-1000 zł	1	6	0,06	0,19	0,75	0,38	-0,13
1001-2000 zł	0	8	0,00	0,25	0,75	0,63	-0,25
powyżej 2001 zł	4	12	0,25	0,38	1	1	-0,13
Suma końcowa	16	32	1	1			

Źródło: Opracowanie własne.

Zastosowano wzór:

$$n = \frac{n_1 * n_2}{n_1 + n_2}$$

w tym przypadku  $n_1 = 16$ ,  $n_2 = 32$ , więc:

$$n = \frac{16 * 32}{16 + 32} = 10,667$$

a stąd:

$$\lambda = D * \sqrt{n},$$

$$\lambda = 0,47 * \sqrt{10,667} = 1,535$$

Przyjmując poziom istotności  $\alpha = 0,05$ , wartość krytyczna odczytana z tabeli rozkładu  $\lambda$ -Kołmogorowa dla tego poziomu istotności wynosi  $\lambda_{0,05} = 1,358$ . Ponieważ  $\lambda = 1,535 > 1,358 = \lambda_{0,05}$ , wartość statystyki  $\lambda$  znalazła się w obszarze krytycznym. Hipotezę zerową o jednakowych rozkładach ocen należy odrzucić, uznając, że szacowane przychody i satysfakcja z wysokości dopłat różnią się istotnie w ocenach.

#### 4. Podsumowanie

W opinii ankietowanych rolników Agencja Restrukturyzacji i Modernizacji Rolnictwa, ze względu na sprawowane funkcje, elastyczność dostosowywania się do obsługi różnorodnych instrumentarium pomocy finansowej dla rolnictwa, uzyskała pozytywną ocenę. Ankietowani rolnicy, którzy pozytywnie ocenili pracowników Biura Powiatowego ARiMR, zwracali uwagę na ich profesjonalizm, dokładność i prezentowany poziom kultury zawodowej. Bogactwo instrumentów pomocy sprawia, że rolnicy coraz częściej sięgają po dostępną pomoc promowaną przez Agencję. Jak wykazały badania skuteczność przepływu środków wsparcia zależy od sprawności funkcjonowania ARiMR jako instytucji przekazującej zainteresowanym informacje na temat procedur i form pomocy. Jednak jak określiło to kilku ankietowanych rolników: „*na analizie (o słuszności akcesji) jeszcze przyjdzie odpowiedni czas, teraz jest za wcześnie, by cokolwiek przesądzać*”.

Podsumowując dotychczasowe rozważania, należy stwierdzić, iż Agencja spełnia w otoczeniu rolnictwa kluczową rolę w przekazywaniu funduszy zainteresowanym podmiotom. Przy mnogości wykonywanych zadań, zauważa się w Agencji ład i harmonię oraz stosowne uporządkowanie prowadzonych spraw. Prowadząc jednocześnie rejestry zwierząt, spisy gospodarstw, dostarcza istotnych informacji na temat całego sektora rolno-żywnościowego.

## LITERATURA

1. Józwiak J, Podgórski J. (2001): *Statystyka od podstaw*. PWE, Warszawa, s. 269.
2. Młynarski S. (2000): *Praktyczne metody analizy danych rynkowych i marketingowych*. Kantor Wydawniczy Zakamycze, s. 100.

MAREK SMOLEŃ

DOSTĘPNE FORMY POMOCY FINANSOWEJ W OPINII ROLNIKÓW POWIATU  
JASIELSKIEGO

## STRESZCZENIE

Celem badań była ocena wykorzystania środków finansowego wsparcia mających polepszać sytuację gospodarstw rolniczych na przykładzie powiatu jasielskiego.

Przedstawiono opinie respondentów bezpośrednio zainteresowanych możliwymi formami pomocy oraz poziomem satysfakcji ekonomicznej korzystających z tego rodzaju wsparcia.

Badania wykazały, że skuteczność przepływu środków wsparcia zależy od sprawności funkcjonowania ARiMR jako instytucji przekazującej zainteresowanym informacje na temat procedur i form pomocy, gdyż rolnicy są zainteresowani każdą formą wsparcia. Wsparcie środkami finansowymi małych gospodarstw Podkarpacia ma raczej charakter socjalny niż produkcyjny. Współpraca zainteresowanych rolników z Agencją nie budzi zastrzeżeń. Najbardziej istotną i pożądaną formą wsparcia były renty strukturalne oraz wsparcie gospodarstw niskotowarowych.

MAREK SMOLEŃ

AVAILABLE FORMS OF THE FINANCIAL SUPPORT IN THE OPINIONS OF JASIELSKI  
REGION FARMERS

## SUMMARY

The purpose of this study was estimation of the utilization of resources of the support of having to improve the financial situation of agricultural farms on the example Jasielski Region. Presented also opinions of respondents of directly interested possibly (potential) forms of the help and with level of economic satisfaction of taking advantage of suchlike support.

Research showed that efficiency of the flow of resources of support was relative to efficiencies of ARiMR as the institution delivering interested the information on of procedures and forms of the help, because farmers are interested in every form of support. The support with financial means of smallholdings of Podkarpacie has rather a character social than productive. The cooperation interested with the Agency does not make reservation. A most essential and desirable form of support were early retirement and support of semi-subsistence farms.

KRYSTYNA KRZYŻANOWSKA  
*Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego*  
Warszawa

## ROLA INSTYTUCJI I ORGANIZACJI SPOŁECZNO-ZAWODOWYCH W ROZWOJU AGROTURYSTYKI W POLSCE<sup>1</sup>

### 1. Wstęp

Tempo rozwoju turystyki wiejskiej uzależnione jest w dużym stopniu od systemu marketingu, który obejmuje przygotowanie produktu turystycznego, wskazuje sposoby jego sprzedaży oraz wykorzystywane do tego celu kanały dystrybucji, a także organizuje działania promocyjne. Działania marketingowe mają skomplikowany charakter. W związku z tym właściciele gospodarstw agroturystycznych oczekują pomocy i wsparcia ze strony doradztwa w zakresie przygotowania oferty uwzględniającej poszczególne elementy marketingu-mix. Działalność w tym zakresie prowadzona jest przez ośrodki doradztwa rolniczego. Jest ona jednak niewystarczająca. Wynika to z faktu realizowania przez ODR innych zadań statutowych, niedostatecznego przygotowania kadry fachowców, a czasami też zbyt małego doświadczenia w zakresie doradztwa związanego z działalnością agroturystyczną. Ostatnio coraz większą rolę odgrywają stowarzyszenia agroturystyczne przejmujące podstawowe działania marketingowe, tj. pomoc w przygotowaniu i rozwoju produktu, jego promocji oraz udział w sprzedaży ofert. Nie bez znaczenia jest również pomoc i zaangażowanie władz lokalnych, które powinny przyczynić się do rozwoju pozarolniczych inicjatyw na wsi.

W artykule przybliżono działania wspomagające rozwój agroturystyki podejmowane przez samorząd terytorialny, ośrodki doradztwa rolniczego i stowarzyszenia agroturystyczne.

<sup>1</sup> Opracowano na podstawie badań empirycznych zrealizowanych w ramach projektu badawczego nr 3 PO6R 062 22 pt. „Pozarolnicze funkcje gospodarstwa rolniczego”, finansowanego przez KBN w latach 2002-2004.

## 2. Metody badawcze i charakterystyka populacji

Materiał empiryczny zebrany został głównie za pomocą metody sondażu diagnostycznego, na którą złożyły się trzy techniki badawcze: wywiad według kwestionariusza, obserwacja swobodna i analiza dokumentów.

Badania właściwe przeprowadzone zostały w 2003 r. na terenie siedmiu województw: lubelskiego, lubuskiego, małopolskiego, pomorskiego, śląskiego, świętokrzyskiego i warmińsko-mazurskiego, wśród 383 rolników prowadzących działalność agroturystyczną oraz 14 doradców z nimi współpracujących.

Spośród 383 osób uczestniczących w badaniach 72,3% stanowiły kobiety, a 27,7% mężczyźni. Tak duże zróżnicowanie pod względem płci wynikało z faktu, że zazwyczaj kobiety zajmowały się przyjmowaniem gości w gospodarstwie agroturystycznym, bez względu na to kto był ich formalnym właścicielem. Aktywny udział mężczyzn często polegał na organizowaniu usług dodatkowych dla turystów. Większość badanych respondentów można zaliczyć do osób w średnim wieku, tj. od 41 do 60 roku życia (75,7%). Rolnicy podejmujący się działalności agroturystycznej byli wykształceni, gdyż 93,8% legitymowało się wykształceniem ponadpodstawowym, z czego 23,0% - wykształceniem zasadniczym (rolniczym lub nierolniczym), 53,8% - wykształceniem średnim (rolniczym lub nierolniczym) i 17,0% - wyższym (rolniczym lub nierolniczym). Działalność agroturystyczną podejmowali rolnicy kierujący gospodarstwami należącymi do różnych grup obszarowych, w tym ponad połowę (57,7%) stanowiły gospodarstwa małe (poniżej 5 ha). Średnia wielkość badanych gospodarstw wynosiła 14,0 ha, czyli prawie dwukrotnie więcej niż średnio w kraju (w Polsce - 8,3 ha). W czasie badań właściciele gospodarstw agroturystycznych deklarowali głównie prowadzenie działalności rolniczej. W badanej populacji było 68,9% gospodarstw konwencjonalnych, 19,9% ekologicznych i 11,2 integrowanych. Prawie 1/5 badanych rolników uznało, że posługuje się ekologicznymi metodami gospodarowania. Nie oznacza to jednak, że gospodarstwa te spełniały wszystkie kryteria i warunki charakterystyczne dla tego systemu rolnictwa. Warzywa i owoce wyprodukowane w tych gospodarstwach stanowiły m.in. cenny surowiec, który usługodawcy wykorzystywali do przygotowywania posiłków dla turystów. Był to jeden z ważnych atutów oferty żywieniowej.

## 3. Rola samorządu terytorialnego

Samorząd terytorialny ma do spełnienia szczególną rolę w rozwoju turystyki w środowisku lokalnym. Wynika ona z ustawowych zadań własnych samorządu gminnego [Dz. U. z 2001 r., Nr 142, poz. 1591] i polega na zarządzaniu tym rozwojem. W zarządzaniu muszą być przestrzegane zasady trwałego i zrówno-

ważonego rozwoju środowiska lokalnego. Chodzi tu o uwzględnienie nie tylko wymiaru ekonomicznego (np. wzrost dochodów mieszkańców) czy społecznego (m.in. ograniczania bezrobocia, aktywizację społeczności lokalnych), ale także wymiaru ekologicznego w turystyce co ma znaczenie szczególne i decydujące o możliwościach osiągania korzyści społeczno-ekonomicznych. Wymaga to posługiwania się rozbudowanymi procedurami zarządzania i wieloma wskaźnikami (m.in. naturalnej chłonności turystycznej, pojemności ekologicznej, chłonności gospodarczej czy socjo-psychologicznej). Ważne jest również i to by zadania szczegółowe (np. działania promocyjne, inwestycyjne) były podporządkowane tej koncepcji zarządzania.

Do głównych zadań samorządu gminnego należą:

- opracowanie strategii rozwoju społeczno-gospodarczego gminy uwzględniającej ten kierunek, jakim jest turystyka wiejska. Włączenie turystyki do strategii rozwoju gminy wymaga pogłębionej analizy możliwości rozwoju tego kierunku, ponieważ jak wynika z ogólnych ocen jedynie połowa gmin w Polsce takie możliwości posiada [Kłodziński, 2001];
- działania promocyjne i informacyjne mające na celu wywołanie zainteresowania odpoczynkiem w ośrodkach turystycznych (również w gospodarstwach agroturystycznych) w gminie. Działania te mieszczą się w strategii marketingu terytorialnego [Niezgoda, 2001];
- rozbudowa infrastruktury turystycznej i paraturystycznej (m.in. szlaki turystyczne, obiekty sportowe, obiekty służące organizowaniu imprez kulturalnych, drogi, komunikacja handlowa, ośrodki zdrowia);
- działania sprzyjające społecznej akceptacji dla inicjatyw osób uruchamiających działalność turystyczną i wyzwalające zachowania przedsiębiorcze w zakresie usług towarzyszących.

Ocena faktycznego zaangażowania samorządu w realizację trzech ostatnich zadań pozwala stwierdzić, czy i jakie miejsce zajmuje turystyka w strategii rozwoju gminy. Badani właściciele gospodarstw agroturystycznych oceniali zaangażowanie samorządów gminnych w rozwój turystyki w regionie.

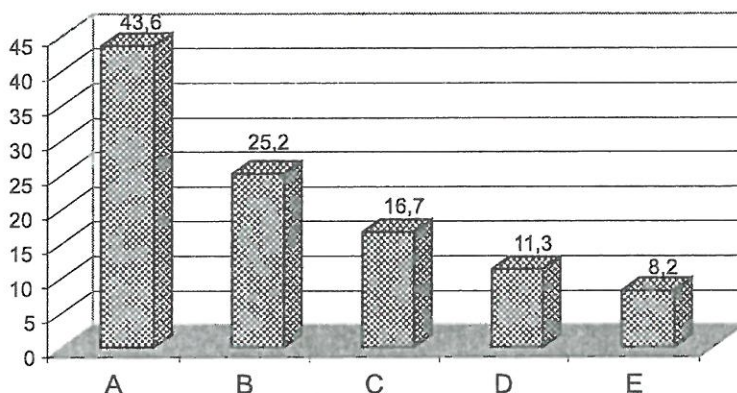
Szczegółowe informacje dotyczące realizacji zadań samorządów wspierających rozwój turystyki w gminach badanych regionów przedstawia wykres 1.

Jak wynika z danych wykresu 1 najważniejsze znaczenie wśród działań, podejmowanych przez władze gminne na rzecz rozwoju turystyki w regionie, miał współdziałanie w przygotowaniu materiałów promocyjnych i informacyjnych, takich jak: katalogi, foldery, mapy czy przewodniki. Gmina inicjowała i finansowała ich opracowanie. Należy dodać, iż coraz więcej gmin wykorzystywało Internet, zamieszczając szczegółowe informacje o walorach turystycznych rejonu i istniejącej bazie turystycznej. Wśród gmin podejmujących tego typu działania na wyróżnienie zasługują następujące: gmina Szydłów i Łubnie w woj. świętokrzyskim, Milówka w woj. śląskim, Zawoja w woj. małopolskim, Dąbie w woj. lubuskim,

Włodawa w woj. lubelskim, Stawiguda w woj. warmińsko-mazurskim oraz gmina Osiek i Somonino w woj. pomorskim.

Wykres 1

Działania podejmowane przez władze gminy na rzecz rozwoju agroturystyki w opinii kwaterodawców (w %)



A – Współdziałanie w przygotowaniu materiałów promocyjnych i informacyjnych; B – Poprawa i rozwój infrastruktury turystycznej; C – Udział w organizacji targów agroturystycznych; D – Promocja regionu podczas imprez plenerowych; E – Organizacja szkoleń i kursów. - Badany mógł podać więcej niż jedną odpowiedź.

Źródło: Badania własne.

Przedstawiciele samorządu brali też udział w bezpośredniej promocji turystyki uczestnicząc w targach turystycznych (16,7% badanych wskazało na taką formę zaangażowania). Na działania związane z tworzeniem i rozwojem infrastruktury, zarówno turystycznej jak i ogólnej, ale ważnej dla turystyki (np. kanalizacja, wodociągi, telefony) wskazało 25,2% badanych. Ocena faktycznego stanu infrastruktury turystycznej wypadła niepomyślnie. Stan dróg, oznakowanie miejscowości, szlaków turystycznych wskazuje zdaniem badanych rolników i doradców, że wiele jest tu jeszcze do zrobienia. Respondenci nisko ocenili udział samorządu w działalności oświatowej (8,2% wskazań). Ponad 30,0% badanych twierdziło również, iż władze gminy nie prowadzą żadnych działań, albo że są one niewystarczające.

#### 4. Pomoc ośrodków doradztwa rolniczego

Szczególną rolę w rozwijaniu i wspieraniu działalności agroturystycznej odgrywają ośrodki doradztwa rolniczego [Jachimowicz, Krzyżanowska, 2004]. Stymulowanie przedsiębiorczości rolniczej i pozarolniczej należy do ważnych zadań tej instytucji. Pomoc ze strony ośrodków doradztwa powinna dotyczyć wszystkich etapów działalności turystycznej w gospodarstwie rolnym, a przede wszyst-

kim tych zadań, które sprawiają rolnikom najwięcej trudności. W związku z tym możemy zakładać potrzebę udzielania pomocy w:

- podejmowaniu decyzji o podjęciu działalności,
- przygotowaniu do uruchomienia działalności,
- realizacji decyzji, łączenie z oceną jej korzyści i użyteczności,
- doskonaleniu działalności.

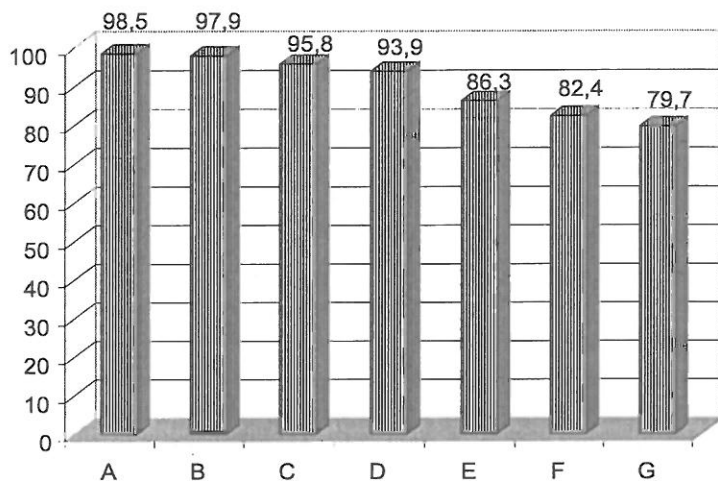
Każdemu z tych etapów towarzyszą zadania wymagające szerokiej wiedzy z wielu dziedzin (m.in. psychologii, socjologii, ekonomiki, marketingu). Stąd głównym celem pomocy rolnikom ze strony doradców ośrodków doradztwa rolniczego jest cel edukacyjny i informacyjny. Natomiast do najważniejszych form doskonalenia zawodowego należą kursy i szkolenia zarówno o charakterze przygotowującym, jak i doskonalącym. Właściciele gospodarstw agroturystycznych mogą również korzystać z form i metod upowszechnieniowych skierowanych do wszystkich rolników, np. uczestniczyć w szkoleniach z zakresu żywienia rodzin, estetyki zagród czy ekologicznych metod produkcji. Wartość proponowanych form szkoleniowych dla właścicieli gospodarstw agroturystycznych polega nie tylko na poznaniu nowej wiedzy przekazywanej przez specjalistów, ale także na możliwości wymiany doświadczeń między uczestnikami.

W organizowanych przez ośrodki doradztwa rolniczego szkoleniach uczestniczyli właściciele gospodarstw z różnych gmin, a nawet rejonów turystycznych, co sprzyja dzieleniu się wiedzą i nowatorskimi pomysłami. Ponad 90,0% badanych właścicieli gospodarstw brało udział w szkoleniach organizowanych przez ośrodki doradztwa rolniczego, co ilustruje wykres 2.

Wśród działań podejmowanych przez doradców ODR na rzecz rozwoju agroturystyki respondenci podkreślali znaczenie organizowanych kursów i szkoleń, których problematyka koncentrowała się głównie wokół zagadnień dotyczących: przygotowania bazy noclegowej (77,3%), aspektów finansowo-prawnych (72,6%), przygotowania oferty żywieniowej (71,8%) oraz atrakcji przyrodniczo-kulturowych regionu (47,0%). Na drugim miejscu usługodawcy wymienili współpracę ODR ze stowarzyszeniami agroturystycznymi w zakresie aktualizacji wydawnictw promocyjnych, natomiast na trzecim miejscu uczestnictwo ODR w targach agroturystycznych o zasięgu krajowym i międzynarodowym. Szczegółowe informacje na ten temat zawiera wykres 3.

Wykres 2

Udział badanych właścicieli gospodarstw agroturystycznych  
w szkoleniach organizowanych przez ODR według województw (w %)

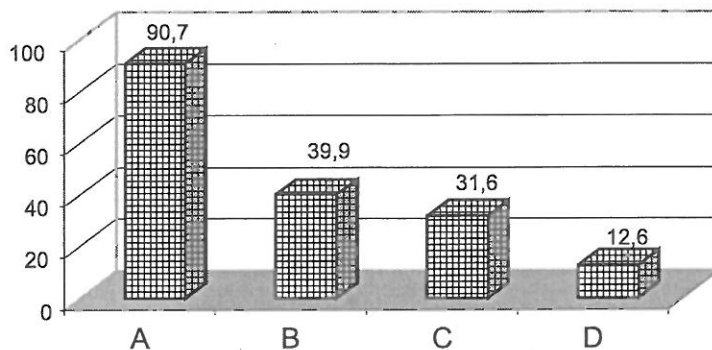


A - Pomorskie; B - Małopolskie; C - Świętokrzyskie; D - Lubuskie; E - Lubelskie;  
F - Śląskie; G - Warmińsko-mazurskie.

Źródło: Badania własne.

Wykres 3

Działania podejmowane przez doradców ODR na rzecz rozwoju  
agroturystyki w opinii kwaterodawców (w %)



A - Organizacja kursów i szkoleń; B - Współpraca ze stowarzyszeniem agroturystycznym w zakresie aktualizacji wydawnictw promocyjnych; C - Uczestnictwo w targach agroturystycznych; D - Promocja w czasie imprez kulturalnych i świąt regionalnych.  
- Badani mogli podać więcej niż jedną odpowiedź.

Źródło: Badania własne.

Z przeprowadzonych badań wynika także, że poziom wiedzy kwaterodawców dotyczący przygotowania produktu agroturystycznego można ocenić jako wystarczający, mimo że wymaga systematycznego doskonalenia, natomiast duże braki występują w zakresie wiedzy dotyczącej dziedzictwa kulturowego regionu. Wiedza z tej dziedziny ma szczególne znaczenie, jeśli przez agroturystykę zamierza się upowszechniać ideę turystyki zrównoważonej. Trzeba pamiętać, że o powodzeniu w działalności turystycznej decydują dwa rodzaje dóbr: dobra będące własnością organizatora (wyposażenie kwatery, atrakcyjne wyżywienie) oraz dobra publiczne, wśród których najważniejszą rolę pełnią dobra naturalne (przyroda) i endogeniczne (kultura). Pomocy i wsparcia w zakresie poszerzania wiedzy o walorach przyrodniczo-kulturowych regionu rolnicy powinni oczekiwać głównie od doradców ODR.

Zainteresowanie rolników proponowaną przez doradców ODR problematyką szkoleń było zróżnicowane. Usługodawcy o niższym poziomie wykształcenia (głównie z wykształceniem podstawowym) częściej korzystali z tematycznie różnych ofert ośrodków doradztwa rolniczego. Szczegółowe dane dotyczące wpływu wykształcenia na korzystanie z ofert programowych ODR zawiera tabela 1.

Tabela 1

Udział badanych właścicieli gospodarstw agroturystycznych w szkoleniach i kursach organizowanych przez ODR, według wykształcenia (w %)

Tematyka szkoleń*	Ogółem N=383	Wykształcenie			
		podstawowe	zasadnicze	średnie	wyższe
Przygotowanie bazy wypoczynkowej	77,3	87,0	83,0	76,7	67,7
Żywnienie	71,8	73,9	75,0	72,8	63,1
Atrakcje przyrodniczo-kulturowe	47,0	47,8	50,0	50,5	30,8
Ekonomia i prawo	72,6	82,6	71,6	72,3	70,8
Zagospodarowanie otoczenia i estetyka wnętrza	3,9	8,7	3,4	3,9	3,1
Integracja z UE	5,0	-	8,0	4,9	3,1
Kurs komputerowy, rękodzieła	4,7	-	-	2,2	-

\*Badany mógł podać więcej niż jedną odpowiedź.

Źródło: Badania własne.

Ośrodki doradztwa rolniczego organizowały także inne formy pomocy: porady indywidualne, wycieczki, imprezy i święta regionalne. Zasięg tych działań był jednak niewielki ze względu na małe środki finansowe przeznaczane na ich realizację. Zdaniem badanych pracowników ośrodków doradztwa rolniczego ogranicza to możliwości oddziaływania na przebieg procesu adaptacji innowacji w gospodarstwach agroturystycznych, a w konsekwencji możliwości doskonalenia produktu (podwyższania jakości) i rozszerzania oferty, która zaspokajałaby stale rosnące wymagania klientów.

## 5. Rola stowarzyszeń agroturystycznych

Działania organizacyjne dotyczące agroturystyki można podzielić na cztery etapy [Wojciechowska, 2005]. Pierwszy dotyczy lat 1991-1993, drugi: 1994-1995, trzeci: 1996-1999 i czwarty, który rozpoczął się od 2000 r. Ten ostatni wyróżnia się zasadniczymi zmianami w organizacji turystyki w Polsce. Powołana zostaje Polska Organizacja Turystyczna, następnie Regionalne i Lokalne Organizacje Turystyczne oraz powstaje Departament Turystyki na szczeblu właściwego ministerstwa (obecnie Ministerstwo Gospodarki). W tym okresie funkcjonuje wiele regionalnych stowarzyszeń agroturystycznych nie należących do Polskiej Federacji Turystyki Wiejskiej „Gospodarstwa Gościnne” lecz pozostających w samodzielnych strukturach działania oraz organizacji turystycznych typu: ROT lub LOT. Kolejną cechą tego okresu jest powstawanie związków stowarzyszeń oraz wojewódzkich federacji. Jako przykład posłużyć może Świętokrzyska Federacja Agroturystyki i Turystyki Wiejskiej, która istnieje od 2002 r. i skupia 12 stowarzyszeń oraz lokalnych instytucji. Istnieje więc wiele instytucji, które powinny współdziałać i reprezentować interesy kwaterodawców, natomiast w praktyce można zaobserwować różnorodne relacje między tymi podmiotami oraz zróżnicowaną skuteczność działania.

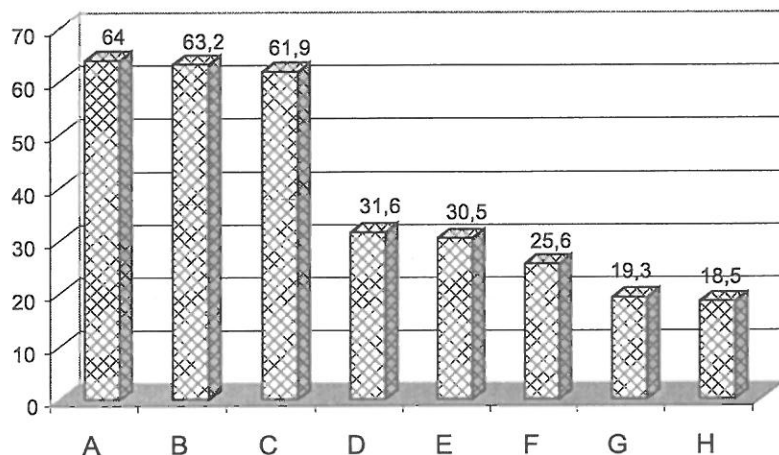
Szczególnie duże jest zaangażowanie stowarzyszeń w pomoc związaną z promocją i reklamą usług oferowanych przez gospodarstwa agroturystyczne. Jest to trudne i jednocześnie kosztowne zadanie dla pojedynczego gospodarstwa. Działalność promocyjna wymaga znajomości ogólnych i szczegółowych celów wpływających na właściwy dobór formy i środków promocji. Do najczęściej wymienianych celów szczegółowych można zaliczyć: informowanie o nowych ofertach, podtrzymywanie popytu i oferowanie większego wolumenu produktów oraz zachęcanie do zakupu usług na określonych warunkach. Cele szczegółowe umożliwiają realizację celów ogólnych, np. dotarcie do nowych grup odbiorców, wprowadzanie nowych dóbr i usług turystycznych przez eksponowanie czynników, które je wyróżniają i zwiększają atrakcyjność [Altkorn, 1995]. Działalnością promocyjną muszą zajmować się osoby kompetentne, znające funkcje, cele i środki promocji. Zakres tego typu działań podejmowanych przez stowarzyszenia agroturystyczne przybliży wykres 4.

Stowarzyszenia agroturystyczne, w opinii 2/3 respondentów, zajmowały się głównie przygotowaniem materiałów promocyjnych, prezentacją ofert agroturystycznych podczas targów krajowych i zagranicznych oraz przygotowaniem stron internetowych gospodarstw. Na pośrednictwo stowarzyszeń agroturystycznych w sprzedaży ofert wskazało zaledwie 1/3 respondentów. Można zatem sądzić, że ich działalność w tym zakresie jest nadal niewystarczająca.

Poszczególne stowarzyszenia wykorzystywały różne formy i środki w promocji i reklamie. Szczegółowe dane przedstawione zostały w tabeli 2.

Wykres 4

Działania marketingowe na rzecz rozwoju agroturystyki podejmowane przez przedstawicieli stowarzyszeń agroturystycznych w opinii ich członków (%)



A – Przygotowanie materiałów promocyjnych; B - Prezentacja ofert podczas targów agroturystycznych; C - Przygotowanie strony internetowej; D - Reklama prasowa; E - Pośrednictwo w sprzedaży ofert; F - Public relations (upowszechnianie pozytywnych opinii o gospodarstwie i regionie); G - Reklama radiowa; H - Reklama telewizyjna.

- Badany mógł podać więcej niż jedną odpowiedź.

Źródło: Badania własne.

Tabela 2

Działalność marketingowa stowarzyszeń agroturystycznych w badanych województwach w opinii rolników (w %)

Wyszczególnienie*	Ogółem N = 265**	Województwo						
		lubelskie	lubuskie	małopolskie	pomorskie	śląskie	świętokrzyskie	warmińsko-mazurskie
Przygotowanie materiałów promocyjnych	64,0	84,3	48,0	80,9	62,7	30,2	58,0	81,5
Prezentacja ofert podczas targów agroturystycznych	63,2	82,4	36,0	83,0	67,2	30,2	66,0	75,4
Przygotowanie strony internetowej	61,9	82,4	22,0	78,7	71,6	32,1	60,0	80,0
Reklama prasowa	31,6	52,9	2,0	12,8	49,3	20,8	22,0	49,2
Public relations	25,6	3,9	4,0	66,0	17,9	11,3	36,0	41,5
Reklama telewizyjna	18,5	56,9	-	2,1	34,3	3,8	8,0	18,5
Reklama radiowa	19,3	68,6	-	2,1	14,9	7,5	28,0	15,4

\*Badany mógł podać więcej niż jedną odpowiedź. \*\* Członkowie stowarzyszenia.

Źródło: Badania własne.

Innym czynnikiem wpływającym na wzrost zainteresowania pomocą w zakresie promocji i reklamy był wiek właścicieli. Im był on wyższy, tym zainteresowanie wzrastało. Z wypowiedzi przedstawicieli stowarzyszeń wynika, że osoby starsze nie znają wszystkich możliwych sposobów kształtowania rynku i wolą skorzystać z pomocy osób kompetentnych. Szczegółowe informacje dotyczące wpływu tych dwóch czynników na wykorzystanie ofert pomocy stowarzyszeń przedstawiono w tabeli 3.

Tabela 3

### Korzystanie z usług stowarzyszeń agroturystycznych w zakresie promocji i reklamy przez badanych rolników (w %)

Wyszczególnienie*	Ogółem N=265**	Wiek (lata)				Czas prowadzenia działalności agroturystycznej (lata)			
		<40	41-50	51-60	>60	<2	3-5	6-10	>10
Promocja z wykorzystaniem opracowanych materiałów	64,0	48,6	65,6	69,2	76,2	42,6	64,2	74,6	65,2
Promocja na targach agroturystycznych	63,2	51,4	62,8	69,2	76,2	29,4	65,4	76,9	69,6
Promocja w Internecie	61,9	52,8	86,2	64,5	71,4	41,2	63,3	68,5	73,9
Reklama prasowa	31,6	27,8	28,4	37,4	42,9	20,6	29,0	37,7	47,8
Public relations	25,6	16,7	30,6	26,1	4,8	10,3	23,5	36,2	26,1
Reklama radiowa	19,3	18,1	16,4	25,2	19,0	16,2	19,1	20,8	12,7
Reklama telewizyjna	18,5	11,1	16,4	26,2	23,8	11,8	13,6	24,6	39,1

\*Badany mógł podać więcej niż jedną odpowiedź. \*\* Członkowie stowarzyszenia.

Źródło: Badania własne.

Na podkreślenie zasługuje wysoka pozycja promocji przez Internet, co dowodzi, że badani rolnicy doceniali znaczenie nowoczesnej formy promocji. Stowarzyszenia oferowały także pomoc w sprzedaży ofert, z której skorzystało ponad 30,0% badanych. Zaskakujące jest to, że częściej o tę pomoc zwracali się respondenci, którzy dłużej prowadzili działalność niż ci, którzy ją rozpoczynali. Był to bez wątpienia wynik pojawiających się trudności z pełnym wykorzystaniem oferowanych miejsc noclegowych w kilku kolejnych okresach turystycznych.

## 6. Podsumowanie

Na podstawie przeprowadzonych badań wśród właścicieli gospodarstw agroturystycznych można sformułować następujące wnioski końcowe dotyczące zakresu pomocy świadczonej przez przedstawicieli urzędów gmin, ośrodków doradztwa rolniczego i stowarzyszeń agroturystycznych.

Działalność urzędów gmin na rzecz rozwoju agroturystyki polegała głównie na dofinansowaniu przygotowania materiałów promocyjnych oraz podejmowaniu działań w zakresie poprawy i rozwoju infrastruktury turystycznej. Rolnicy uważali, że przedstawiciele samorządów lokalnych szczególnie nacisk powinni kłaść

na estetyczne, efektywne i oryginalne oznakowanie zarówno gospodarstw agroturystycznych, jak i wszystkich ciekawych miejsc i obiektów turystycznych. Wsie o skomplikowanym układzie przestrzennym powinny być zaopatrzone w schematyczne plany sytuacyjne. Tylko niektóre badane gospodarstwa były oznakowane (tabliczka z zieloną literą A, słonecznikami i napisem – pokoje do wynajęcia). W związku z tym turyści często narażeni byli na kłopoty ze znalezieniem gospodarstwa pod wskazanym adresem. Rolnicy oczekiwali pomocy ze strony samorządu lokalnego w zakresie oznakowania gospodarstw agroturystycznych, wsparcia finansowego na przygotowanie folderów, ulotek oraz reklam w prasie i telewizji.

Zaangażowanie ODR w rozwój agroturystyki można ocenić jako znaczące, ale nadal niewystarczające. Były to głównie działania przy podejmowaniu decyzji o uruchomieniu działalności, polegające na przekazaniu rolnikom podstawowej wiedzy dotyczącej przygotowania bazy materialnej oraz zagadnień formalno-prawnych. W czasie rozwijania działalności agroturystycznej istnieje potrzeba większego wsparcia ze strony doradców w zakresie doskonalenia oferty i jej promocji. Na tym etapie konieczna jest bezpośrednia pomoc w formie indywidualnej i grupowej, na którą obecnie środki finansowe są bardzo ograniczone.

Udział stowarzyszeń agroturystycznych w promocji gospodarstw świadczących usługi należy uznać za cenną pomoc dla rolników, ale jest ona nadal niewystarczająca. Należałoby wzmocnić działania promocyjne oraz dokonać powszechnej kategoryzacji obiektów noclegowych. Jej wyniki stanowiłyby cenną informację dla turystów przy wyborze oferty oraz dla usługodawców w procesie doskonalenia produktu. Stowarzyszenia powinny bardziej aktywnie uczestniczyć w działaniach oświatowych mających na celu podnoszenie jakości produktu (np. upowszechnianie walorów produktów takich jak regionalne wyposażenie wnętrz, sposobów wzbogacania infrastruktury turystycznej w gospodarstwie i urozmaicanie oferty żywniowej o dania regionalne).

#### LITERATURA

1. Altkorn J. (1995): Marketing w turystyce. Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa, 145.
2. Jachimowicz E., Krzyżanowska K. (2004): Pozarolnicze funkcje gospodarstwa rolniczego na przykładzie jego działalności agroturystycznej. Wyd. SGGW, Warszawa, 83 – 85.
3. Jędrzejczyk I. (2001): Nowoczesny biznes turystyczny. Wyd. Naukowe PWN, Warszawa, 149.
4. Kłodziński M. (2001): Rola turystyki w rozwoju obszarów wiejskich. [w:] Turystyka wiejska czynnikiem ożywienia terenów wiejskich. KCDRRiOW Oddział w Krakowie, Kraków, 6.
5. Niezgodna A. (2001): Marketing terytorialny a idea agroturystyki. [w:] Turystyka wiejska czynnikiem ożywienia terenów wiejskich. KCDRRiOW Oddział w Krakowie, Kraków, 126.

6. Wojciechowska J. (2005): Elementy trwałe i nowe w strukturze organizacyjnej polskiej agroturystyki (także w kontekście doświadczeń europejskich). [w:] Turystyka wiejska a rozwój i współpraca regionów. Red. naukowa Z. Kryński, E. Kmita-Dziasek. Wyd. PWSZ w Krośnie, Krosno, 185–187.
7. Ustawa z 8 marca 1990 r. o samorządzie gminnym z późniejszymi zmianami. (Dz. U. z 2001 r., Nr 142, poz. 1591).

KRYSTYNA KRZYŻANOWSKA

#### ROLA INSTYTUCJI I ORGANIZACJI SPOŁECZNO-ZAWODOWYCH W ROZWOJU AGROTURYSTYKI W POLSCE

##### STRESZCZENIE

W artykule przybliżono działania wspomagające rozwój agroturystyki podejmowane przez samorząd terytorialny, ośrodki doradztwa rolniczego i stowarzyszenia agroturystyczne. Respondenci ocenili je jako znaczące, ale nadal niewystarczające.

Działalność urzędów gmin na rzecz rozwoju agroturystyki polegała głównie na dofinansowaniu przygotowania materiałów promocyjnych oraz podejmowaniu działań w zakresie poprawy i rozwoju infrastruktury turystycznej w regionie.

Zaangażowanie ODR w rozwój agroturystyki miało miejsce przede wszystkim przy podejmowaniu decyzji o uruchomieniu działalności. Polegało na przekazaniu rolnikom podstawowej wiedzy dotyczącej przygotowania bazy materialnej oraz zagadnień formalno-prawnych.

Natomiast stowarzyszenia agroturystyczne zajmowały się głównie przygotowaniem materiałów promocyjnych, prezentacją ofert agroturystycznych podczas targów krajowych i zagranicznych oraz przygotowaniem stron internetowych gospodarstw, rzadko pośrednictwem w sprzedaży ofert.

KRYSTYNA KRZYŻANOWSKA

#### ROLE OF SOCIAL-PROFESSIONAL INSTITUTIONS AND ORGANIZATIONS IN DEVELOPMENT OF AGROTURISM IN POLAND

##### SUMMARY

Activities which supporting development of agroturism by local authorities, Agricultural Service and agroturism associations are shown in this article. The respondents assessed it as important but still insufficient.

The activity of local governments lies mainly in the financial aspects of promotion and development of local tourist infrastructure. The most visible part of local government's help is connected with making decisions of activities initiation.

The engagement of Agricultural Advisory Service (ODR) into the development of agroturism took place first of all at the treat of decision about actuation of activity. It consisted in delivery to farmers of basics concerning knowledge of preparation of materials base and formal-legal problems.

Agroturism associations looked after preparation of promotion materials, presentation of agroturism offers and making web-sites of agroturism farms.